

临沂小商品城经理赵建军：

小商品城敢向全国市场叫板



临沂小商品城经理赵建军。

90年代初，正值临沂小商品行业蓬勃发展的时候，此时临沂批发市场已经兴起，小商品行业与批发市场的命运自然而然地交织在了一起。经过数次提升改造，如今，临沂小商品行业成了临沂批发市场的领军行业。

“小商品行业萌芽西郊”

1992年，在临沂西郊水田路与临西一路交会处出现了一批专卖文具、化妆品等小商品的商人，这便是临沂小商品市场的萌芽。“当时形成了文体市场、纸张市场、化妆品市场三个代表性的专业市场。”临沂小商品城经理赵建军说，三个市场成立于1992年到1993年之间，正值临沂批发市场兴

起的时候。

上世纪90年代末，临沂批发市场迎来了第一次提升改造，文体市场被列入了提升改造的行列，市场继续向东扩建，增加了20余经营户，此时，市场达到了最大规模，没有了扩展的空间，市场发展受到阻碍。为了打破瓶颈限制，1997年，市场由大棚建为沿街楼增加，又增加了50余经营户，使市场实现了第一次改造提升。

但随着市场的持续发展，市场容量又困扰着市场的长期发展。于是，1997年将纸张经营户80余户从文体市场分离出来，单独组建纸张市场。纸张市场与文体市场交相呼应，临沂小商品行业格局初步形成。

“临沂小商品城的另一个前身—

一化妆品市场成立于1993年，当时的市场由一条过道和一个四合院组成。”赵建军说，市场交通不便，经营不利，为了改变现状市场进行了改造，并于1995年5月8日正式开业，市场开始良性运转状态。

“不是一次简单的市场搬迁”

文化用品市场、化妆品市场、体育用品市场。三个市场怎么同步发展？2007年，一个更具规模的小商品市场已经纳入了临沂批发市场提升改造的规划。

2007年12月，按照市场提升改造规划，文体市场、纸张市场、化妆品市场三个市场整合成临沂小商品城，搬迁至双岭路北侧临沂西部商贸区核心区域。

“这不仅仅是简单的一次市场搬迁，而是一次市场资源的整合和再利用。”赵建军说，搬迁后，市场规模比以前扩大了4倍，商品种类由3000多个增加到近万个，市场的规模效益使得临沂小商品行业获得了更大的市场空间。

据了解，2010年，临沂小商品城二期工程—中国教育用品采购基地落户临沂小商品城，是山东省唯一一家，也是全国首家教育用品采购基地，同时被教育部定点为中国教学仪器设备进出口基地，为目前国内最大的文教用品、旅游购物市场。

“临沂小商品行业需要一个这样的市场，同时市场的发展也带动了临沂小商品行业的崛起。”赵建军说，经历数次提升改造，临沂小商品

城已经成为临沂小商品行业的“航母”。临沂小商品市场的发展加快了市场现代商业文明的进程，进一步提升了市场的竞争力和影响力。

“市场商户影响力的最好证明”

据统计，如今临沂小商品城每天的客流量已经接近2万人。“这是市场商户影响力的最好证明。”赵建军说，这与二十年前的大棚底形成了鲜明的对照，临沂的小商品行业已经崛起。

市场的发展需要一个良好的外部环境，临沂有发展批发市场的良好基础，各种条件都具备的前提下，临沂的小商品行业已经走在了临沂批发市场的前列，成为了临沂批发市场的代表。

“去年，临沂小商品城实现市场交易额40亿元。”赵建军说，山东教育用品采购基地落后临沂小商品后，临沂小商品销售量增加了20%，许多原来客户较少的商户都有了自己稳定的市场份额。今年，临沂小商品城交易额有望突破60亿元。

临沂商城管理委员会有关负责人说，依托临沂发达的物流配送网络，及成熟的电子商务信息平台，临沂小商品城一、二期项目将形成互动，联合打造成为中国北方交易条件、配套功能最完善的小商品集散地，真正形成“南有义乌，北有临沂”的市场大格局。

本报记者 贺可功 通讯员 胡凌翡

临沂小商品商会会长宋连胜：

商城发展速度难以想象



临沂小商品商会会长宋连胜。

大棚底地摊中摆出了批发城

“谁也想不到30年的时间里，临沂商城会有如此天翻地覆的变化。”提到临沂商城现在的规模，临沂小商品商会会长宋连胜连连感叹。作为临沂天汇商贸公司董事长，在20世纪80年代初期，和众多商贩一样，宋连胜靠着东奔西走借来的500块钱，在西郊汽车总站附近的杨树林子摆起地摊卖墨水。

“那个时候地摊随便摆，连塑料大棚的影子都没有，更不用提商城现在的规模了。”宋连胜说，“和现在村里的集市一样，袜子、衣服……地摊上什么都能卖，一圈走下来，感觉乱糟糟的。”

1982年，临沂筹资27万元，一处占地60亩，垒造水泥台摊位，盖起玻璃钢瓦大棚，那就是当年的“西郊大棚底”，吸引着众多地摊商贩搬迁至此。头脑灵活的宋连胜第一时间在大棚底租下了摊位，彻底告别了摆地摊。

“西郊大棚底”的名气越来越响亮，宋连胜的生意也日渐红火。90年代初期，西郊大棚底市场越做越大，也越来越拥挤，开始慢慢分化，文体市场逐渐从中分离出来。文体市场建成后，宋连胜第一个选购了店铺。

“临博会”助推商城走“国际化”

随着业务的拓展，当年大棚底

下的个体经营业主纷纷掀起了成立公司的潮流。2001年，宋连胜创建天汇经贸有限公司，经营范围也扩大到文化、体育、等领域，代理了上海红双喜、上海英雄墨水等2000余种产品。

此时，临沂商城已经进入第五代市场。电子商务、连锁经营、超市化经营、总经销、总代理等现代化经营业态成为临沂商贸的主流。

从2010年9月份开始，一年一度的“临博会”，更是给商城的发展插上了腾飞的双翼。继第一届临博会成交额47亿元，合同利用市外资金136亿元人民币，在2011年的“临博会”上，商城的很多商户更是赚得盆满钵满。

“除了创造更高的交易额外，更重要的是通过‘临博会’，为临沂商城打开‘国际化’窗口，为临沂商贸的发展注入新的活力。”宋连胜介绍说，第二届“临博会”中，参展参会人数超过10万，现场交易额48.3亿元，签订投资项目41个，合同利用市外资金146.75亿元。

“网上战略”为商城注入活力

2011年6月份，临沂名牌商城在匈牙利建成。作为被邀请的嘉宾，宋连胜拖着装满自家代理产品的一个大行李箱，并不情愿地去了。“没

想到产品刚刚布展，就被抢购一空。”宋连胜趁机签下了几单合同，尝到了“走出去”的甜头。

此后，让自家的生意走向全球各个国家和地区，让商城人们跃跃欲试。中东、日韩、澳大利亚……全球各地，临沂生意人的身影越来越多。

走出去的方式不止一种。5年内，打造网上战略商城的规划应运而生。“仅仅一个手提电脑就可以做生意。”作为新手，宋连胜在2011年6月刚刚接触网上商城。“近两个月的时间，通过网上销售，交易额就达到了6万多。”宋连胜感叹，“自家的门面也没有必要摆得那么大了，节省了房租等费用，同时也节省人力。”

让网上战略商城大有发展空间的另一原因则是交易风险小。随着生意第三方支付平台的兴起，由买家将货款打到支付宝账户，由支付宝向卖家通知发货，买家收到商品确认后指令支付宝将货款放于卖家，提高了网络交易的安全性。

“谁也无法预测临沂商城的未来，发展速度难以想象。”宋连胜说，此前的30年的时间，他见证了临沂批发商城从简易到繁荣的成长历程，或许在更短的时间里，商城又会有天翻地覆的变化。

本报记者 王逸群

投资 150 亿

提升 60 余市场

临沂小商品城的提升改造之路，仅是整个临沂商城市场提升改造的一个缩影。或搬迁，或原地扩建，近几年，临沂商城90%的市场都进行了不同程度的提升改造，临沂商城市场集群的风貌焕然一新。

据临沂商城有关负责人介绍，几年来，临沂商城累计投入资金150亿元，完成旧村改造拆迁200多万平方米，整合搬迁、改造提升市场60余处。

从2005年开始，临沂商城，根据统筹规划，拆旧建新、划行归市的原则，制定了临沂商城建设改造提升总体规划，大力改造提升市场，将分布在原市区内的专业批发市场进行整合提升改造，调整合并为十三个功能交易区和三个现代物流区，配套建设现代化仓储区、商住服务区。

在临沂商城西部，以临沂汽配城、临沂家电厨卫城、临沂小商品城、华强建材物流城为代表的新型市场形成了西部核心商贸区，依托天源、金兰等大型物流园区，市场商品辐射力得到大幅度提升。

随着临沂商贸中心的西移，人流、物流、车流的日渐增多，与市场发展相配套的商城西部道路建设已经开启。宏大路、临西二路、聚财路等一批重点工程的完工的建设标志着商城配套设施建设，这几条道路将极大的缓解商城西部交通压力，促进商城改造提升步伐。

记者 贺可功
通讯员 胡凌翡

