

无木成林 点木成金 “红木第一村”的富民产业

——记者实地探访浙江省东阳市南马镇花园村红木产业集群

从无木成林到点木成金；从不长庄稼的11个小山包到发展为“天下红木第一村”；从传统市场到搭上互联网快车推出新零售智慧红木市场“花园购”；从零星坐落几家红木家具企业到形成原木市场、板材市场、红木配套中心、产业核心区块、红木长廊、红木家具城及国际物流中心等红木家具全产业链和产业群……在位于浙江省东阳市南马镇的花园村，流传着这样一段从无到有、从小到大、从弱到强的产业传奇故事。为何不长一根红木的花园村能成为全球最大红木家具专业市场？记者来到花园村，寻找红木产业在这里“无中生有”“有中生优”的答案。



整合资源 规划产业 造就“无木成林”传奇

雕梁绣柱、丹楹刻桷、飞檐翘角、金碧辉煌……沿着217省道行驶，还未进入花园村，记者就被一条长3.5公里的红木文化长廊所吸引，道路两旁统一以木制仿古牌楼装饰的商铺门面连成走廊，一直向纵深延伸，形成了一道亮丽的风景线。“天下红木第一村”以整齐划一的风格无声地向人递送着独具地方特色的“金”名片。

如今，有着“天下红木第一村”美誉的花园村拥有全球最大的红木家具专业市场、最大的原木交易市场、数不尽的精美木雕家具，并汇集了国内超一流的木雕工匠。据花园联合党委书记、花园村党委书记、花园集团董事长邵钦祥介绍，2024年，花园村全村实现营业收入786亿元，村民人均年收入达18.2万元，去年底拥有个私工商户3050家。其中红木家具以及木制品行业个私工商户达1741家，占比57.08%，辐射周边六个乡镇街道，成为了数以十万计老百姓走向共同富裕的坚实平台。

可在1978年，花园村还是一个面积仅有0.99平方公里的出了名的穷山村，人均年收入87元，只有同年全国居民人均收入的一半。“村名花园不长花，草棚泥房穷人家，种田交租难糊口，担盐捉鱼度生涯。”这首歌谣更是旧时花园人生活的真实写照。“以前的花园村由11个小山包组成，这里没有水、不长庄稼、没有资源，村民们不得不外出打长工，到附近村水塘捉泥鳅，从宁波担盐到江西贩卖，编草席到集市换钱等维持生活。”一位花园村村民告诉记者。

那么，花园村是如何做到“枯木生花”的呢？邵钦祥告诉记者，花园村虽不产红木，但东阳木雕距今已有千余年历史，列全国四大木雕之首，是首批国家级非物质文化遗产保护项目，花园村造就“无木成林”的盛况，离不开东阳手工艺人将木雕与红木的结合。“很多手艺人大部分都有在广东红木家具企业打工的经历。2004年底以来，借助东阳木雕的工艺优势以及南马工匠的人才优势，花园村整合资源，规划产业，筑巢引凤，红木产业企业才如雨后春笋般成长起来。”邵钦祥回忆说。

以工强村、以商兴村，做强工业实体经济，花园村通过发展红木富民产业，一步步成为红木行业的“领跑者”。

不断优化升级延伸红木产业 构建“大家居”生态体系

“红木来自世界，家具远销全球”是如今

花园村红木产业的真实写照。经过十多年创新发展，花园村形成原木市场、板材市场、红木配套中心、产业核心区块、红木长廊、红木家具城及国际物流中心等红木家具全产业链和产业群，涵盖从原木、板材、锯板、烘房、雕刻、油漆以及红木家具设计、生产、销售的所有产业环节。

金九银十，家居产业迎来销售旺季。去年9月13日，在花园红木产业链的销售终端——花园红木家具城内，记者看到来自全国各地的红木家具生产商、经销商和消费者，一场红木家具、现代家居以及家纺产品的黄金采购季正在这里拉开序幕。

据悉，花园红木家具城于2010年开业，已由初始的一期发展为六期，总面积约50万平方米，吸引了2300多个品牌进驻，2024年交易额达143.8亿元，已经发展成为全球规模最大、品类最全、辐射最广的红木家具专业市场之一。此外，花园红木家具城连续多年以家具类排名第一的成绩上榜“中国商品市场百强”。

“花园红木家具城是生产基地和批发基地家门口的市场，具有产业齐全、品牌集聚、产品多样、价格实惠等诸多优势。我们每年投入大量人力物力财力精力智力办盛会，就是要向世界展示红木文化、工匠精神、大师作品，让‘花园红木’这张名片更加光彩亮丽。”邵钦祥告诉记者，花园红木产业从无到有、从小到大、从弱到强，创造了无木成林到点木成金的产业传奇，是不折不扣的富民产业，不仅提供就业创业平台，还繁荣地方经济社会，花园老百姓已充分利用产业发展机遇，实现乡村全面振兴和共同富裕。

值得注意的是，近年来，花园村在完善现有基础的同时，不断优化升级延伸红木产业，打造花园现代家居馆，建成花园南通家纺城，让红木和家居产业多元化协同发展，形成完整的红木全产业链、完善的红木配套设施、优质的服务交易平台，构建起“大家居”生态体系，打造集零售、批发、旅游、休闲等功能于一体的“一站式”集散中心。

2021年，花园红木家具城把市场E区三楼升级为花园现代家居馆，目前已引进国内外知名品牌20余家；2023年8月，花园南通家纺城盛大开业，全国各地20多家知名家纺品牌入驻。“这是丰富产品供给，创新市场模式，为广大消费者提供红木和家居一站式购物体验，从而引领时尚生活，切实提高老百姓生活品质。”东阳市花园红木家具开发有限公司董事长严旭说，如今，无论红木家具，还是现代家



居，抑或是家纺产品，消费者到花园村就可以一站购齐，今后还会有更多的采购选择以及更好的消费体验。

“互联网+实体市场”融合发展 逛市场下单更便捷

求新求变，始终是花园村以“领跑者”姿态立足红木行业的“法宝”。面对瞬息万变的互联网环境，早在2019年底，花园红木家具城就未雨绸缪，以“互联网+实体市场”为突破口，整合人才和资源，投入巨资研发并打通线上线下红木市场新零售渠道，推出新零售智慧红木市场“花园购”。2020年初疫情的爆发更加快了该市场布局线上的进度，率先开启线上会展模式，花园红木家具城很快搭上了“网络快车”。

“六年来，我们充分利用‘花园购’线上平台为线下市场引流，持续打造‘互联网+实体市场’的发展模式，引领全球红木家具市场行业健康发展。”严旭告诉记者，线上线下融合发展，引领红木市场风向，已成为花园红木家具城市场管理新常态。如今，市场入驻“花园购”商家，通过花园智慧展厅实现一店双开，把实体店克隆到线上，让全国各地经销商和消费者可以足不出户逛市场下单。

据了解，“花园购”采用3D复制和AR增强虚拟现实，把50万平方米市场搬进线上，3D展厅让客户身临其境远程参观，清楚看见产品的材质、规格、细节，实现远程室内行走，大大提升市场门店的利用率，还可通过实景AR功能，让客户体验家具真实搭配效果，像试穿衣服一样试用红木家具，看到效果再买单。同时，“花园购”的门店版可以让红木经销商在不增加面积的情况下，共享花园市场50万平方米展厅，打通红木产品从生产到消费的全产业链。此外，“花园购”还有直播及红木圈等功能，让市场内商家零基础开启直播带货，无粉丝也可将产品推向红木经销商，并可以快速把新品、促销、优惠信息推送给全国“花园购”用户。

“现在，许多老客户都喜欢直接在‘花园购’上逛市场，看好产品后，‘躺’在家里也可以下单。”花园红木家具城经营户陈王阁红木负责人陈旭挺说，智慧市场让他们免去来回路途奔波，也降低了他们的运营成本。采购黄金周期间，江苏的葛先生在市场没多久就完成采购。“现在不需要一家一家走着看，提前在‘花园购’上选一下。来到市场后，就非常有目的地直奔几个目标商家，省时也省力，很快就能下单。”葛先生对记者说。

在严旭看来，花园村交通区位优势也为其发展增添了动能。去年9月6日，杭温高铁刚刚开通运行，就吸引全国各地客商来花园红木家具城参与采购黄金周；今年1月17日，义东高速花园互通正式通车，连接起义乌中国小商品城、花园红木家具城、东阳中国木雕城、永康中国五金城等五星级市场集群；未来，金义东轨道交通线将设置花园站，并扩建横店机场，届时，花园村实现高速公路、高铁、轻轨、机场全覆盖，为线下零售顾客带来便利。“家具和其它东西不一样，大多数消费者还是喜欢现场看过、坐过、体验过才知道好不好，交通的便捷必将带来客流，而他们来到市场下了单，

物流就可以直接运回家。”严旭介绍道。

培育“专精特新”商家 满足不同层次消费需求

走进花园红木家具城，一个个品牌映入眼帘，一套套家具巧夺天工，红木家具产品在东作的基础上囊括京式、苏式、广式、晋式等风格多样的家具精品，明式、清式、新中式以及欧式等各种红木家具款式应有尽有，涵盖卧室、客厅、餐厅、书房、办公、茶室等，成为了厂家的营销平台、客商的配货中心、顾客的购物天堂。

“市场以客户为中心，不断关注消费群体的变化，通过引导商家培育‘专精特新’，以满足不同层次顾客消费需求。”严旭表示，随着消费群体的年轻化、个性化、场景化，花园红木家具城商家经营方向已是百花齐放，不同材质、不同工艺、不同款式的专业化商家聚合抱团，精雕细琢、精工善艺、精致设计的精品化商家坚守传统，红木整装、私人订制、中式整装的特殊化商家层出不穷，文化创意、欧式风格、新中式理念的新颖化商家引领时尚，整个市场形成差异化竞争趋势，给消费者带来别样的选购体验。

早在2013年，卓木王就洞察到整装定制将会发展一片良好，果断实施企业转型入局，引进人才，钻研设计，在一个个案例中汲取经验，在一次次磨合中寻求突破。花园红木家具城卓木王红木品牌专营店内，来自北京的童先生正在与商家洽谈红木整装。“卓木王红木整装在十多年历程里，所取得的经验和成长，是通过众多案例，与各个部门的人才长时间磨合而沉淀出来的，值得消费者信赖。”童先生表示，卓木王在红木整装的探索方面敢于突破传统界限，其新颖的设计理念和技术手段是吸引他的关键因素。

值得一提的是，去年以来，花园红木家具城还从招商着手积极引入“源头活水”，前往广州、深圳、景德镇、南康等地考察，并成功引进1000多平方米的百货类电商企业入驻，同时，花园现代家居馆也引进现代轻奢家具品牌，并推出系列优惠促销活动。在宣传方面，花园红木家具城则推陈出新，利用官方视频号及抖音号等进行全方位运营与推广，通过精心策划视频编排和直播展示红木家具独特魅力，显著提升了市场的影响力和知名度，既为市场吸引了更多顾客，也为商户带来更多销售机遇，还为企业高质量发展增添了新动能。

如今，“买红木到花园、买家具到花园、买家纺到花园”已然成为大多数人的共识。“面对当前经济形势以及红木和家居产业发展的关键时期，我们更要有信心，更要有勇气，主动适应市场变化，主动创新营销模式，以更好的品牌、更优的质量、更贴心的服务，有力提升花园红木及家居的整体影响力，为产业持续发展注入强大活力。”邵钦祥说道。

经历“无中生有”的构建期，进入“有中生优”的成长期；走过产业规划的试水区，进入产业延伸的深水区；打破传统产业发展的老路子，塑造创新驱动发展的新格局……在花园村，引企业、聚产业、促就业的创新发展之路从来没有尽头。（王洋 王江红）（原刊于《消费日报》2024年10月10日头条，本文有更新修改）

