

■“向党报告——我家40年的幸福生活”系列报道

云和一企业代际传承做木玩,折射民营企业向上之路 三代木玩商勇闯市场立品牌

□ 记者 刘焯恒

1973年,云和县赤石乡的何寿祯为了解决手工艺社同事们的温饱问题,尝试着制作出第一批木制玩具并成功出口。从那之后,乘着改革开放的春风一路向前,何寿祯一家三代与木制玩具结下了不解之缘。

在祖孙三代的共同努力下,他们的和信玩具厂从最早的“中国制造”起步,到后来转型为“中国创造”;从为其他品牌提供OEM服务,到成为国内外知名品牌。通过小小的木制玩具,何寿祯一家见证了改革开放以来云和木制玩具产业的发展壮大。

辛苦带回样品研制 做出云和第一批出口木制玩具

“改革开放前,我爷爷翻山越岭,才带回几样木制玩具样品。”浙江和信玩具集团有限公司负责人何彬,对祖父何寿祯当年历经千辛万苦获得的第一笔出口订单感慨不已。

1972年,何彬的爷爷、云和县赤石乡手工艺社负责人何寿祯得到了一个消息:温州市泰顺县有人从上海接了一些制作木制玩具的订单,很赚钱。

当时,手工艺社主要的产品是算盘和象棋,利润微薄。“云和的森林木材资源并不比泰顺差,我们是不是也可以做木玩?”抱着这个想法,一心想为手工艺社拉点业务的何寿祯,决定只身前往上海拉订单。

当年的交通极其不便,何寿祯从省里开封介绍信后,单单在去上海的路上就花费了三天三夜。付出的努力没有白费,何寿祯成功从上海轻工业进出口公司带回了一笔订单,带回来四个木制玩具样品——悠悠球、响板、陀螺、技巧球。

拿到了样品,在回云和的路上,何寿祯就像捡到了宝贝一样乐坏了。可是回到手工艺社后他才发现,即使有了样品,制作工艺仍旧是一个难题:当时的手工艺社没有成熟的圆木工艺,做不成合格的球类木制玩具。

为了成功生产来之不易的玩具样品,一到晚上,何寿祯便戴上老花镜,根据陀螺样品的形状尺寸,在灯光下凭着肉眼观察用铅笔在椴木上量画着。一个又一个夜里的挑灯夜战,终于,第一只木陀螺诞生了,云和木制玩具之门就此打开。

经过一年半的反复琢磨研究,1973年,何寿祯带领着手工艺社终于成功试制几样木制玩具,并生产交货。这也成为了云和第一笔木制玩具出口创汇订单,货值4000元,销往日本。

自行设计、制造设备 开启云和木制玩具机械化生产之路

怀着对木制玩具的满腔热情,1984年,何寿祯决定自己办玩具厂,起名振鹏。这是丽水地区第一家私营玩具企业。

上世纪80年代末,何彬的父亲何尚清正式加入玩具产业,和爷爷何寿祯一起,父子俩齐头并进做木制玩具。何尚清带领着职工自行设计、自行制造出了第一台升降锯台,从而开启了云和木制玩具的机械化生产时代。

“1988年以前连传真机都没有,除了和固定进出口公司的订单外,每年的广交会是获得订单的唯一途径。”父亲何尚清每次从广交会背回来的一本又一本厚厚的玩具工艺设计图纸,让当时还是孩童的何彬印象深刻。

由于通讯、物流还不发达,不管是拿样品还是送样品,何尚清都得靠自己一趟趟地来回跑。在每年广交会上进出口公司接待外商时,何尚清和其他工厂的负责人站在一旁,外商需要报价时争相上前报价,以此获得外商的订单。靠着边“跑”边“抢”,何尚清为玩具厂争取来了一份份的订单。



和信木制玩具产品陈列展厅

1992年,何尚清创办的云和县和信工艺厂正式成立。随着生意的蒸蒸日上,何彬从小在长辈的耳濡目染中,对木制玩具产生了浓厚的兴趣。

依循走出去的发展战略,何尚清将产品逐步推向海外市场,开创了云和“中国木制玩具城”的美誉,企业的运营方式以代加工(OEM)为主。

创立自主品牌提升影响力 注入文化内涵讲好故事

进入二十一世纪,随着玩具产业竞争的日益加剧,和信的经营管理出现了停滞现象,年销售额从最好时期的1800万降到了500万。

2003年,何彬接过了玩具厂的发展重任,为扭转处于负资产状态的局面,何彬大胆转型,开拓电子商务的道路。

2003年非典爆发,展会停办,许多厂商无法和客户见面。而作为阿里巴巴第一天试上线的第一批注册用户,何彬却早已通过互联网,和国内外客户将生意做得风生水起。

云和的有些玩具厂商,过去扮演的是生产者和代工者的角色,靠贴牌模式获取微薄利润,和信玩具同样也是靠贴牌生产完成了原始积累。

“仅仅做贴牌生意的企业具有局限性,只有靠自主研发和设计,创立自主品牌,企业才能长久。”何彬清晰地意识到自主品牌的重要性,接手公司后,他先后打造了自主品牌“木玩世家”及旗下“比好 BEN-HO”“爱木 IWOOD”“管乐拼装 LOG WOOD”“全家欢”等多个不同风格及定位的子品牌。

除了创立自主品牌,何彬还借助与国际品牌的合作战略,进一步提升和信产品的质量标准。2014年,木玩世家成为费雪(Fisher-Price)中国大陆地区木制玩具指定授权商,2015年,木玩世家与德国仙霸集团达成战略合作,正式将100%德国原产的百年木制玩具大牌“HEROS”引入中国市场。

“与国际品牌合作,事实上是在给自己设立高标准门槛。他们的产品标准极其严苛,每个产品不单单在化工、重金属、有机化合物层面上作风险评估,工程师还尤为注重儿童心理的风险评估。这样一来,木玩世家的产品自然能够更加优秀。”何彬说道。

云和作为一个山水秀美的地方,农业自然是其“翘楚”产业,也逐渐发展出“农旅”结合的态势,在“木玩”“农旅”融合的道路上,和信玩具又借机推出了“和先生”品牌,将农产品包装和“木玩”结合。

2017年7月,“和先生”农旅文创商品顺利通过初评;9月参展第四届丽水生态精品农博会,“和先生”第一次公开亮相。

“我想做的就是和‘丽水山耕’品牌一样,把云和的农产品带给大家。”何彬表示,加入文化,讲好故事,打出品牌,才是他的目标。

幸福家训

和谐诚信

当家人幸福语录

何彬:爷爷何寿祯解决了整个家族及工厂所有工人们的温饱问题,父亲何尚清全身心地投入到生产制造中,而自己则创立了自主品牌,在“制造”的基础上转型“创造”。回顾发展历程,尽管一家三代人在产业发展进程中扮演着不同的角色,但每一代人都敢为人先的精神,而这也正是浙商草根精神里面最核心的一部分。

寄语新时代

何彬:希望未来能在自己的产品中加入更多的文化元素,形成故事,让品牌更具文化内涵。

社会主义
核心
价值观

富强

民主

文明

和谐

自由

平等

公正

法治

爱国

敬业

诚信

友善

值班编委

总编辑

吴祥柱

副总编辑

邓其锋

崔瑾

编委委员

范宁华

一版编辑

孙蕾

纪念改革开放40周年特别策划

向党报告——我家40年的幸福生活

应星楼