

从采购到结汇,一个“工具”就够了 采购宝让贸易简单高效



义乌国际商贸城



经营户通过Chinagoods直播推介商品

全媒体记者 吴峰宇 实习生 罗智甜 虞欣桐 文/摄

这两天,商城天气热得像蒸笼,不少外贸公司的采购员依然奔波在7.5万个摊位之间,忙不停地为客户找产品。但是,义乌久昌进出口有限公司业务经理毕付侠却在空调房里,使用手机登录Chinagoods账号,点击进入采购宝应用场景,轻轻松松就发布了一条仿真花(图片)订单询盘。不一会儿就陆续收到国际商贸城10多家商户的询盘和报价,经综合评估、看样,最终4家商户成为供应商,共同拿下36万元的订单。

采购宝是什么?有人不禁要问。作为市场采购2.0体系的核心组件,Chinagoods平台生态链的重要一环,采购宝于2021年12月正式上线运行。这是数字贸易专班针对全市贸易领域的堵点问题,开发的外贸进出口贸易全链路履约服务产品。

据统计,自上线以来,采购宝犹如雨后春笋般地生长,为义乌市场繁荣增长蓄力,目前已累计注册认证外贸企业1650家,下单金额7.11亿元人民币。

找货一键发布 商户快速对接

作为全面深化改革的总抓手,数字化改革是一场全方位的变革,带来的是系统性的重塑。尤其是贸易发达的义乌市场,众多外贸公司也曾面临一些难题。

——如何在经营面积640万平方米,拥有7.5万个摊位,210万个商品的国际商贸城,快速找到客户所需产品。

——如何在小商品贸易链路长、主体多、环节复杂的情况下,保障订单交易安全,降低银行卡冻结风险,提高资金使用率。

为此,聚焦外贸企业急难愁盼问题,数字贸易专班在清醒审视自身优势的基础上,不断扩容贸易领域创新发展的数字化“需求清单”,衔接政府部门实现“多跨协同,数据联动”,让一股股贸易领域的数据洪流在Chinagoods平台汇聚融合,最终孕育出贸易全链路工具型产品——采购宝。

“重大应用不是普通的软件开发,就如贸易企业的需求并非表面看的‘简单’,需要跨部门、跨区域、跨层级的大协同,从而实现制度创新和流程再造。”专班成员举例,Chinagoods平台整合了义乌市场7.5万摊位,以及产业链上游200万中小微企

业最具竞争力的商品上“云”,着力解决外贸企业找货难等突出问题,同时开发上线精准、高效的“识图找货、直播找货、专区找货”功能,提高企业选品精准度和效率;保障交易,订单信息生成后,自动备案采购订单,附加出口信用保险,保障订单安全;在线融资,基于贸易数据,提供便捷、低成本在线融资服务,提高资金使用率。

“以前,给客户找一款产品,我们采购员要去市场扫街,挨家挨户找过去,问价格、要样品,费时费力还不一定找得到。”毕付侠感触颇深地说,现在,作为首批应用Chinagoods的外贸企业,公司业务只需在采购宝发布询盘信息,就会被精准地推送给240多个相应类别的商户,这让繁琐地找货变得轻松和精准。

7月9日,毕付侠接到孟加拉国客户的邮件订单,委托采购一批节日用品,总数为200件。从发布询盘到市场商户接单,再到双方洽谈、看样下单,前后用时不到2天时间,这在平时不敢想象。“这批货最终分配给4个商户,我们通过市场采购贸易方式申报,目前已在采购宝组货完毕,等待商户确认。”毕付侠告诉记者,自去年底使用

采购宝以来,公司通过采购宝已完成322单业务,金额9430万元。

此外,义乌市场国际贸易活跃,贸易纠纷也时有发生。Chinagoods拥有“国企背景”,是义乌市场贸易的官方平台,经过采购宝的撮合介绍,外贸公司与市场商户彼此信任度会更高,这无疑加速订单的落地。

“疫情原因,境外的一些客户无法来义,我们就给客户推荐了采购宝。”义乌一外贸公司负责人告诉记者,这个客商在菲律宾拥有多家大型超市,疫情前每年在义采购的金额超1亿元人民币。经过简单的视频连线指导,外商也是抱着试一试的心态,在Chinagoods平台发布了采购需求——一批3万美元订单。很快,就得到了多家市场商户的报价。经综合评估了解后,他选择与国际商贸城三区某店铺交易。

好消息接踵而至,经过半年多的迭代升级,采购宝“工具箱”里的工具日渐丰富,先后优化升级了采购商认证体系,融合了犇犇找货、找货笔记、组货信息修改、货款宝贷款融资等功能,让外贸公司员工、市场商户操作起来更加快速。今年截至目前,采购宝新增注册认证外贸企业1544家,呈现井喷式增长。

交易有保障 全程可溯源

众所周知,义乌市场外向度达65%以上,外贸出口交易旺盛,买卖双方资金往来数额巨大,不少商户在账户管理方面存在问题,加之境外采购商使用高风险支付方式,从而使收款商户的银行账户被冻结时有发生。

“过去,我们做国际贸易,经常会遇到回款难题,银行账户还容易被封。现在,所有贸易数据同步至采购宝后,交易清单可溯源,同时支持‘谁出口谁结汇’,降低银行卡冻结风险。”毕付侠告诉记者,这些贸易数据全部沉淀在采购宝的数据池,既满足了监管需求,又保证了用户的交易安全。目前,公司通过采购宝结汇功能,结算美金12.68万元。

其实,采购宝的应用场景,从外贸主体数字化下单开始,贯穿整条外贸出口的贸易链,同时解决了原纸质下单、跟单效率低的缺点。专班成员表示,采购宝根据市场采购出口贸易中订单分散、拼箱

申报、无票免税等特征,结合市场采购贸易“组货人制度”,推进市场采购的优化升级,实现“一键”跟单采购、“数字验货”“装柜出货”“智能报关”,即把订书单、装箱单、报关单及结汇单,“四单”串联了整个贸易闭环,确保了贸易的真实性、可靠性。

不仅如此,采购宝还与Chinagoods体系内的“环球义达”打通,提供商城集团在国际物流、海外仓、金融服务等方面的履约服务。目的是让市场采购贸易更高效、更经济,让商户结汇更快,让出口阳光化、税务阳光化、收汇阳光化,比传统模式更阳光透明。

“使用采购宝,带来了很好的数字化体验,尤其是市场采购贸易方式出口的货物,我们都会上传至采购宝。”业华(中国)投资有限公司物流部电商部主管王威拿起手机,给记者展示了采购宝的页面,贸易数据一目了然,采购单数86笔,交易金额4062万元。

其实,采购宝推出以来,并非十全十美,中间也有很多“BUG”等待修复和改进。好在,外贸企业业务员日常使用中遇到的问题,得到了平台方的高度重视,并不断在迭代中升级和精进,以贴近外贸人的使用习惯。

“相较于去年,采购宝已变得更加‘智慧’。”王威进一步给记者演示,在采购宝录入客户信息,使用过一次之后,平台数据会根据关键词,快速找到已录入的客户信息。同时,通过输入商品词汇,平台优先推送优质商家。比如,在找货搜索栏输入玻璃瓶,靠推荐的就是甄选商家和实力商家,这代表了商家产品质量优,诚信经营优,合作靠谱。

不难发现,疫情“黑天鹅”来袭后,传统外贸向数字化新外贸转型,已经成为市场发展不可逆转的大趋势。采购宝的出现,帮助中小微主体自由便利地开展国际贸易,助力市场采购贸易迭代升级,催生市场贸易发展的新动能。



2021年度省级试点评价结果出炉 义乌产业集群 跨境电商发展获评A级

全媒体记者 吴峰宇

获得省级产业集群跨境电商发展专项激励。

近年来,义乌以打造“全国网商集聚中心、全球网货营销中心、跨境电商电子商务高地”为目标,坚持将电子商务定位为战略性、先导性产业进行重点培育,同时,出台《义乌市2022年度省级产业集群跨境电商发展专项激励项目评选办法》,全力推动跨境电商电子商务高质量发展。今年1至6月,全市跨境电商电子商务交易额572.51亿元,同比增长9.61%,其中跨境网络零售交易额216.66亿元,同比增长10.2%。

本报讯 日前,省商务厅公布了2021年度省级产业集群跨境电商发展试点绩效评价结果。本次评价分为A/B/C/D四个等级,义乌评价等级为A级,位列第一档。

“产业集群+跨境电商”是实现我省跨境电商优势和块状产业集群优势相结合的典型做法。义乌市于2016年和2019年获批开展省级小商品产业集群、饰品产业集群跨境电商发展试点,并于2020-2022年连续三年

第6届中国义乌国际五金电器博览会举行



参展商向带驻中国外商推介产品

行业动态

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

五金会线上展期间也举办多场活动,包括境内外专场采购对接会,其中境外采购对接专场有49家企业与10名境外采购商开展洽谈对接;首次举办工厂直播活动,派遣专业直播团队为珠三角地区优质参展企业提供直播,并通过微信公众号、线上平台、抖音等多渠道同步直播,四场直播活动累计观众12.8万人次。

“稳外贸,拓内销,线上线下融合发展……”展会首日,永康市美能五金工具制造厂总经理徐泽能告诉记者,往年客户大多来自线下实体店,以及其他展会,一场疫情让客流量锐减,这让他不得不重新审视国内市场和线上市场。当天,徐泽能带来了100多款新产品亮相展会,并组织了业务员为不便来义的外商进行了直播推介,取得了不错的效果。

本报讯 昨日,为期3天的第6届中国义乌国际五金电器博览会(以下简称:五金会)在义乌国际博览中心举行。

本届展会由义乌中国小商品城展览股份有限公司主办,以“搭建五金电器会展平台,服务全球行业市场贸易”为办展宗旨,共设国际标准展位1600个,参展企业1200余家,展览面积40000平方米;产品涵盖五金工具、建筑五金、电子电器、劳保用品等四大行业1500余个品类,参展企业来自浙江、山东、河北、江苏、河南、广东等15个省市和地区。预计到会专业观众50000人次以上。首次设立劳保用品展区,有数十家企业携各类劳保产品亮相本届展会。

此外,展会期间还举办“邯鄲-义乌出口商品交易洽谈会暨邯鄲商贸产业招商推介会”,参展企业座谈会,最具人气展商评选活动及颁奖典礼,《外贸风控难题,如何逐一攻破》跨境电商论坛等活动。

受国内外疫情影响,不便来义的全球参展商、采购商均可通过线上五金会,在线了解展示产品、采供对接、在线洽谈、收获商机。本届五金会线上展已于6月16日正式上线,将持续至7月15日线下展结束,为期30天。同期,

记者了解到,本届五金会紧紧围绕专业化、国际化、信息化的办展思路,重点加强招商宣传,吸引更多的客商前来采购。同时在华东、华北地区及全国其他专业市场、产业基地进行采购商邀约。另外,本届五金会利用自有数据库通过电邮对目标客户进行邀请,展会首日已有万余名采购商进场参观采购。

“为了方便采购商、参展商、专业观众入场,在统筹做好疫情防控的前提下,展会深度开发微信功能模块,入场前只需通过微信小程序进行信息登记,展会现场扫码即可快速入场。”五金展组委会相关负责人说。

第五届“商城杯”创意设计大赛共收到作品4894件 参赛作品较去年增长33.2%

市场动态

全媒体记者 吴峰宇 实习生 罗智甜

本报讯 7月12日,2022第五届“义乌中国小商品城”杯国际小商品创意设计大赛(以下简称:“商城杯”)全国赛区初选评审会上,由独立评委、选题企业导师和选题创意导师组成的评审团,对赛区投稿作品进行了评选,初选入围作品将择日公布。

据悉,今年的“商城杯”在组织上较往年有了优化和提升,引入赛区制,设置湖北、浙江、全国三大赛区。继6月22日“商城杯”湖北赛区初选之后,7月11日“商城杯”大赛全国赛区的初选工作在义乌工商职业技术学院拉开帷幕。经过前四届的积累和影响力,“商城杯”厚积薄发,无论是从参赛人数、参赛作品数量和品质上,还是报名高校、机构的数量上,今年

都上了一个新的台阶,得到了质的提升,初选现场“明珠”频出、高手云集。

本次评审采用了线上+线下的模式,围绕主题,评委先通过线上评审,独立思考,筛选心仪作品,再线下集中讨论,集思广益确定入围作品,确保不会埋没任何一件优秀作品。同时为了突出大赛成果转化特点,特意邀请了企业创始人担任企业评审,从市场的角度去考量作品,平衡作品的创意性和实用性,让大赛更加贴合市场潮流趋势。

2022年4月10日大赛企业选题进行云发布,受到了全球各大院校、知名机构和独立设计师纷纷围观,累计在线观看近10万人次。到7月10日截稿时止,三大赛区共收到来自全球142所高校,211位独立设计师投稿作品4894件,与去年相比,参赛作品数量增长33.2%,参与高校数量增长近四成。

据悉,今年参赛院校包含国内院校140所,国外院校2所。国内院校中,本科院校115所,其中985、211院校16所,中国美术学院、中央美术学

院、四川美术学院、湖北美术学院等全国知名的专业美术类院校8所,本科院校占比82%。从地域分布来看,今年国内的参赛院校来自全国17个省份,4个直辖市和2个自治区,其中浙江省外院校98所,占比69%。值得一提的是,今年浙江省内有42所高校参加,相比去年省内高校参与度有进一步提升。

据了解,为确保大赛的专业性和综合性,大赛评审组由6位独立评审、5位企业导师、5位创意导师组成,特意邀请了浙江大学工业设计系主任教授柴春雷、浙江理工大学艺术与工业设计学院工业设计系教授吴群、义乌市创新设计产业协会会长张敬德、义乌宣闻户外用品有限公司总经理(2019第二届“商城杯”企业导师)朱悦来、浙江大拙文化创意有限公司总经理(2019第二届“商城杯”创意导师)金赛、义乌特娜鞋业有限公司总经理(2019第二届“商城杯”企业导师)刘波等在本专业领域有较高知名度和学术水平的专家、企业负责人担任独立评委。