市场经纬

“情绪消费”催热解压经济

义乌商户:“我们想‘治愈’坏情绪”

琳琅满目的解压玩具

□ 全媒体记者 杨歌 文/摄

压力大时,你会怎么排解?

“轻轻单手旋转,陀螺就可以在一指之间高速转动几分钟,循环拨动,停不下来。如果转起来的图案太魔性,你恐怕还会进入一个视觉上自我催眠的状态。”00后经营户小金把玩着一款可以放松身心的指尖陀螺。

“躺不平也卷不赢,敲敲木鱼宽宽心。”90后市民小楼闭着眼睛,在平板电脑上敲着“电子木鱼”排解烦忧。

近年来,城市生活的快节奏,让年轻人在工作之余开始追求精神“治愈”,由此催生了“解压经济”新业态。能够让人放松的捏捏乐、指尖积木、指尖陀螺等解压玩具受到年轻人的追捧。为此,义乌市场商户盯上这块由年轻人“捧红”的解压市场,解压产品如雨后春笋般不断涌现,新业态解压服务不断兴起,拥有庞大市场的“解压经济”渐成一门“好”生意。

不妨看一组数据,2022年B站发布《2022bilibili青年心理健康报告》显示,有约9776万人在B站学习心理健康知识,76%为24岁以下的年轻人。站内心理健康相关视频播放量超76亿次,同比增长83%,“焦虑”“抑郁”“压力”等心理相关词汇搜索量达9930万。

经营户展示解压玩具

“一炮而红” 解压玩具内外贸“通吃”

“面对越来越大的工作学习和生活压力,解压玩具给你一个发泄的窗口。”在淘宝神店榜单中,专门售卖解压玩具的店铺累计已有34.6万人“种草”。随意点开一间店铺,销售的葡萄球、起泡胶、百变魔方、果冻熊等解压玩具,货源地可能就在义乌市场。

在义乌市场,解压玩具最早可以追溯到2017年。当时,一款名为指尖陀螺的解压玩具迅速火遍全球,义乌市场商户抓住商机迅速跟进,日均出口指尖陀螺到东南亚、中东、北非、欧美等市场超200万个。当时,指尖陀螺热卖到什么程度呢?经营户黄小玲告诉记者,卖衣服的卖陀螺,卖电器的卖陀螺,卖化妆品的也卖陀螺,卖零食的都在卖陀螺,可想而知其火爆程度!

指尖陀螺之后,2021年,一款名为“灭鼠先锋”的按压式解压玩具又火了起来。黄小玲说,这款解压玩具虽然不如指尖陀螺热度高,但它却做到了内外贸“通吃”。

不同于市面上拿在手中把玩的捏捏球,经营户王红君家的解压玩具外形更特殊,型号也更大。“我们主要销售的是毛毛虫和毛毛球系列。按大小和工艺的不同,价格在5~18元不等。”王红君说,他们的客户主要来自欧美等国,他们更青睐色彩鲜艳、工艺复杂的产品。“我手上拿的这两只青蛙,虽然使用的是同一个模具,但是价格有所不同。左手边的因为采用了喷彩工艺,价格在2.7元,右手边的工艺普通,价格是2.4元。”

订单纷至 解压市场热情高涨

“包子”、指尖陀螺、发泄屋……在国际商贸城一区,解压玩具随处可见。“无限拉扯的‘包子’、发泄捶打的玩具,都成为年轻人解决精神内耗的方法,销量一直不错。”经营户程永清告诉记者,去年他最高一天开了100多个单子,其中一些爆款月销量可达80万个。

在金华小飞鱼玩具股份有限公司的店铺里,记者看到了满墙的解压玩具,产品种类十分丰富。现在比较火的就是麦芽糖系列的捏捏球。记者了解到,其实这款产品问世也有四五年了。今年年初的时候,很多采购商来找货,下了很多订单,本来只卖2元一个的捏捏球最高涨到了2.8元。现在市场上大量涌入类似产品之后,价格降到了1.5元左右。“客人等着现货,但是麦芽糖系列的捏捏球卖得太好了,导致仓库里几乎没有库存,工厂每天都在加班加点赶订单。”店员龚红燕说道。此外,水果系列和动物系列的捏捏球也备受采购商青睐。

为什么销售会如此“火热”?黄小玲解释说,一代人有一代人的压力。随着社会发展节奏越来越快,这些压力也与日俱增了。为了“治愈”自己的情绪,各式各样和解压相关的消费形式不断兴起,如冲浪、跳伞、拳击、射箭等,让当代人可以在挥汗如雨和脉搏的高速跳动中得到精神上的慰藉。而解压玩具的出现以小成本促进了压力大释放,人人都有能力为解压玩具买单,也就催热了义乌市场经营户的生意。“现在的玩具,只要是沾上‘解压’二字,生意就不会差。”黄小玲如是说。

记者采访当天,宁波一家贸易公司的采购员陈先生正来到市场上找货。陈先生说,自己时常来义乌,一走进市场,就深刻感受到了市场的活力。“一区的玩具种类非常丰富,但我今天是带着目的来的,就是要找解压玩具,发给美国的客户。”在黄小玲的店铺中,陈先生仔细询问了产品的尺寸和价格,意向产品有四五款。陈先生还和黄小玲约定,要去她家的工厂看看。

市场订单的日益增加,也带动了解压玩具制造企业的生产热情。位于义亭镇的一家玩具生产企业,50台注塑机正在开足马力生产,赶制一批出口至欧美国家的解压玩具订单。“去年,企业的产值将近8000万元,今年一季度产值已达2000万元。”义乌同乐玩具有限公司总经理王恃洪满怀信心地说。

记者了解到,随着解压经济的兴起,“同乐玩具”将研发资源逐步转移到解压玩具类目,围绕多层次需求,更新开发新产品。2018年,公司开始主推自主创新的解压玩具品牌,生意也越来越好。

“今年,我们计划引进两条全自动的生产流水线,届时生产效率会提升20%~30%。同时,布局在上溪镇的新工厂也在建设中。”义乌同乐玩具有限公司厂长李慧说,根据订单情况,今年企业会适时增配自动化生产线,更高效完成订单。

记者在走访时了解到,不少商户对解压玩具的未来发展持乐观态度。大家普遍认为,解压玩具是一片“蓝海”市场,有着更为广阔的市场前景;企业只需认真研发产品,就能在“风口”上飞起来,从而占有更多的市场份额。

赋能7.5万市场主体

义乌小商品城数字馆让贸易更简单

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 近年来,如何摆脱对线下客流的高度依赖?如何让全球客商不到店,也能更高效地完成交易,成了义乌市场经营户的突破点。5月16日,从商城集团获悉,今年义乌市场相继联合百度爱采购、阿里巴巴1688平台携手推出了专属线上场馆——义乌小商品城数字馆,并与京东、抖音多平台联动推动数字化发展,打造一“城”多平台的大平台联动发展战略格局,助力经营户“网上”卖全球。

据介绍,自今年3月百度爱采购义乌数字馆上线试运行以来,义乌国际商贸城已有近1500家商家入驻数字馆;4月15日,商城集团携手1688推出了首场线上线下平台营销活动,全方位帮助义乌市场7.5万商户筑牢数字化生意阵地,开拓生意新增长极。

今年入驻义乌小商品城数字馆后,红辣椒袜业明显感觉到了客流的上升。“目前每月新客有5000个以上,最大的一笔订单超过200万,客户也有很高的复购意向。”红辣椒袜业相关负责人告诉记者,在4月15日义乌小商品城数字馆策划的营销活动中,红辣椒袜业主打的“OD”超薄丝袜推出即成爆款。短短3天时间,有千人次新客询价,老客复购率超过40%。

主营厨房用品的义乌市雄熊日用品有限公司也乘上了数字化经营东风。“数字馆平台带来的不仅仅是资源,还帮我们解决了很多电商经营过程中的实际问题。”公司负责人季伟业说,今年企业的单日营业额提升五成以上,客户复购率也超过了三成。

红辣椒袜业、雄熊日用品的发展历程,只是义乌市场商户与义乌小商品城数字馆众多故事中的一个小视角。生意模式迭代不止,新的商机层出不穷,在源头工厂的数字化浪潮中,义乌市场每一天都有新的故事发生。

义乌中国小商品城大数据有限公司CEO赵炜表示,义乌小商品城数字馆有效提升义乌优势产业和资源的数字化程度,转变义乌经济发展方式,提高经济运行质量,进一步增强义乌市场的国际竞争力。未来,商城集团也将在整个贸易生态方面,和以百度、阿里、抖音为代表的中国互联网平台一起,持续数字化革新,帮助义乌商户开拓更多的商品展示与销售渠道。

首个“礼品”专业展19日开幕

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 义乌是全球最大的小商品集散中心,也是重要的礼品生产销售基地。本月19日-21日,义乌首个“礼品”专业展会——2023义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会将在义乌国际博览中心举行。

本次礼品展共设国际标准展位数800个,展出规模2万平方米,创意产品超5万个,汇集了全国众多礼品、工艺品及饰品、家庭用品等领域的知名品牌和源头厂商,产品覆盖小家电、数码产品、家居用品、工艺品、家纺、食品等20多大品类。展前组委会在已向全球发起采购商邀约,并陆续在省内的宁波、台州、温州,省外的山东、河南、江苏等地推介,预计将接待国内外客商5万人次,订单总额有望创下新高。

“2020年,在义乌市场发展委的招引下,我们与商城展览签订战略合作协议,双方约定在品牌展会引进、项目合作、广告传媒等方面进行深度合作。同时,陆续在励展华博旗下各大成熟展会开展有益探索,帮助经营户抱团参展,打开内销渠道。”励展华博展览(深圳)有限公司相关负责人袁文军告诉记者,义乌有浓厚的商贸文化,励展华博十分关注义乌的产业转型发展,对义乌的经济发展很有信心,今年市场提前开市,聚集了大量国内外采购人气,日均客流量达20万人次,日均外商进场超1600人次,开办展会正当其时。

本次礼品展预定火爆超出预期,释放出市场回暖的强烈信号。义乌中国小商品城展览股份有限公司相关负责人告诉记者,义乌拥有一流的营商环境,丰富的国际贸易资源,相信礼品展能给大家带来更多的内外贸订单,也欢迎全国各地的“中腰部”企业来义参展。

据悉,本届展会得到了省商务厅、市场发展委等相关部门和行业协会的大力支持,邀请了来自浙江、上海、江苏、安徽、福建等地区的采购团,以及礼品家居零售商。全国网红直播选品、社区团购等新零售采购商,跨境电商等进出口贸易采购商,全国百货类渠道采购商,届时都会到场采购。同时,展会主办方将为专业买家提供一对一配对、线上采买群等专业商贸服务。

“今年预排的展会已超过50个,数量基本恢复到疫情前水平,义乌会展业已迈出全面复苏步伐。”义乌市市场发展委相关负责人表示,随着各展会的陆续举办,这对引进培育展会活动、促进洽谈交易、开拓市场和拉动消费具有重要意义,也意味着外贸、旅游、酒店、运输、金融等行业将被进一步激活。

据介绍,一季度我市举办商业性展会11个,较2019年同比增长120%,创近10年一季度举办展会数量新高。二季度,我市拟举办2023浙江义乌国际智能装备博览会、2023浙江国际电子商务博览会等16个展会。

第134届广交会展位开始申请

□ 全媒体记者 杨歌

本报讯 5月16日,记者从市商务局获悉,第134届中国进出口商品交易会(广交会)计划于10月15日在广州开幕。本届广交会继续沿用线上线下结合的模式,分三期举办线下展,并常态化运营线上平台。现已正式启动展位申请工作。

据悉,线下展共设置55个展区。申请线下“一般性展位”的企业需登录广交会“参展易捷通”系统,登记、确认公司及展品信息,按展品目录在线填报对应展区参展的申请信息,打印申请表并加盖公章后,连同其他所属交易团要求提交的材料一并报所属交易团后,参展申请方正式生效。线下“一般性展位”申请截止时间为6月10日。

记者了解到,线上平台展示题材与线下展保持一致。线上平台服务时间为半年(2023年9月16日—2024年3月15日),在线展示、搜索、即时沟通、供采配对、虚拟展馆等功能将在平台服务期内持续开放,连线展示、预约洽谈等功能仅在线下展展览期间开放。为广泛吸纳符合条件的企业参展,对线上参展的企业数量不设上限。

获得线下展展位安排的企业,可同步参加线上展。有意仅在线上参展的企业,需登录广交会“参展易捷通”系统,按“一般性展位”申请流程提交申请,并在“申请参展形式”一项选择“仅线上参展”即可。线上展展位申请截止时间为8月15日。

值得注意的是,企业网上参展申请生效不代表获得参展资格。企业及展位安排将根据广交会出口展展位安排相关办法确定,安排结果以“参展易捷通”最终公布的展位号或所属交易团通知为准。此外,所有参展事宜,包括缴纳参展费用、办理证件等,均须通过所属交易团办理。广交会出口展不委托除交易团以外的任何单位或个人代理任何参展申请、安排等事宜。

“义乌·中国小商品指数”周价格指数

15大类价格指数8涨7跌

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为100.98点,环比下跌0.17点,出口交易价格指数和场内订交易价格指数环比分别上涨1.99点和1.49点,网上交易价格指数和场内直接交易价格指数环比分别下跌1.08点和0.3点。

假期结束,场内相关行业需求回落,上周指数小幅下跌。夏季来临,传统的季节性消费呈现持续上升的趋势,应季产品内销趋旺,以服饰类行业为例,超轻薄凉感防晒衣、儿童披肩防晒外套、连体式泳衣、泳裤等产品不断上新,一些纽扣、花边等辅料行情持续走俏,以老客补货为主。除此之外,床上用品类、内衣类、拖鞋类和凉鞋类等应季产品需求趋旺,其中,时下流行的绑带系列、粗跟等款式的女式凉鞋深受爱美女性喜爱,产品销往全国各地,而皮革类凉鞋因简洁大方的设计深受国外客户欢迎,多销往中东、非洲等国家,订单较多。母亲节催热“亲情经济”,Chinagoods等多家电商平台数据显示,鲜花、服饰、美妆等品类在节前出现销量高峰,一些包装盒、丝带、雪梨纸等装饰产品以及贺卡、仿真花等节庆礼品均迎来订单高峰。此外,“六一”将至,电子·电动玩具类、户外玩具类、益智玩具类等玩具产品迎来一波销售旺季,周价格指数环比分别上涨2.64点、1.62点和1.46点。

15大类价格指数8涨7跌,玩具类、钟表眼镜类、鞋类、针·纺织品类、电子电器类、护理及美容用品类、服装服饰类和日用品类8个大类出现上涨,最大涨幅为0.85点。箱包类、辅料和包装类、首饰类、体育娱乐用品类、工艺品类、文化办公用品类和五金及电料类7个大类出现下跌,最大跌幅为0.84点。在97个二级类别中,上涨比例为34%,下跌比例为40%,持平比例为26%。