

市场经纬



“618”期间超331万个跨境电商小包发往全国

义乌综保区跨境电商产业呈现诸多亮点

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

6月20日,年中大促“618”终于告一段落。根据统计数据显示,今年“618”期间(5月31日20:00至6月18日24:00),义乌综保区累计跨境电商进口申报货值5.5亿元,跨境电商小包出区数量超331万单,较去年同期增长20.3%,位居杭州海关辖区第一。



全网拥有70余万粉丝的“网红主播”潼南真美正在义乌综保区直播。



义乌综保区入驻企业正在拍摄视频。



菜鸟保税仓工作人员正在打包。



集卡车有序排队进入义乌综保区。

“一仓发全网”迈出坚实一步

5月26日晚8点,随着“618”预售开启,义乌综保区内跨境电商企业提前“火力全开”,各类进口商品备货充足,蓄势待发。大促期间,库区灯火通明,卡口车水马龙,打包台人声鼎沸,月台堆满包裹,这是义乌综保区每年“618”的真实写照。“抖音仓落地半年以来,单量持续增加,“618”期间的单量超出了原先预估的20%。”义乌南波万供应链仓库经理秦龙接受采访时说。

拣货员推着推车,小跑着穿梭在各货架之间;包装纸机器快速转动,包装人员熟练地扯下透明包装纸,给大纸箱封口。几米高的货架每一层几乎都堆满货物,有的纸箱已经开封,里面为各色商品,包括面膜、奶粉、护手霜等等。在菜鸟保税仓,工作人员各司其职,忙得热火朝天。

“我们‘618’备货量同比去年同期增加了15%,主要是美妆洗护类的产品,今年新增的恒温仓业务也迎来爆发式增长。”菜鸟义乌保税仓主管贡涛钧说。面对增量的订单,激增的用工需求,义乌综保区公司对企业临时招聘员工进行了安全生产培训,让企业无后顾之忧,全力奋战“618”大促。

目前,义乌综保区已引进天猫国际、抖音全球购、多多国际等多个平台

随着“花更少,买更好”理性消费主义崛起,消费者对进口商品品类、价格及质量要求日益提高。今年,中央经济工作会议强调,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。义乌综保区积极响应号召,聚焦跨境电商进口领域“高质增长”,培育引导“保税直播”等一批新业务增长点,投入“提振消费信心、重塑消费活力”的商贸热潮中。除数据大幅增长外,今年义乌综保区跨境电商产业呈现出诸多亮点。

中心仓落地。与此同时,头部平台的虹吸效应也吸引了国内其他50余个中小型平台入区开展业务。“以头部带动生态,以生态优化链条”,义乌综保区内已初步实现跨境进口平台品类集聚。丰富的品牌、商品种类使义乌综保区朝着“一仓发全网”目标迈出坚实一步。

“一屏播全球”增长新引擎

近年来,传统货架商城模式电商平台,面对移动短视频平台的流量挑战,纷纷拉开“直播带货”的大幕,其中“保税直播”概念尤为热门。以区内企业南波万为例,2022年“双十一”期间在综保区B2库内打造了两个专业直播间,主要面向网红主播合作,已有东大姐、彭格乐在法国、潼南真美等十余位百万级抖音达人开展跨境进口好物专场直播;今年“618”期间,还吸引了《新还珠格格》五阿哥扮演者张睿Ray开展专场直播带货,取得了不错的效果。在引进主播的同时,企业还利用场地设备优势,孵化自有直播账号,开展常态化直播。

就在记者采访当天,全网拥有70余万粉丝的“网红主播”潼南真美正在南波万保税仓进行直播。她的粉丝主要以宝妈为主,当天的直播共持续6小时,推介的产品以进口保健品为主。“我们7点20开播,因为刚从美国回来,账号申请不久,粉丝还在积累阶段。”

保税直播就是将直播带货与库内作业这两个场景直观地带到消费者面前,利用保税仓商品“保税、保真”特点,迎合买家要求跨境商品“高真实性、高性价比”的消费心理,给消费者带来更好的购物体验。保税直播是义乌综保区近年积极引进的跨境新零售模式。通过一年多的培育,区内跨境电商保税直播覆盖率已超80%,今年“618”期间,区内企业保税直播带货已开展70余场,跨境电商小包出区量占义乌综保区跨境电商“618”大促总单量的20%以上。

“通关全天候”快稳保时效

跨境电商企业货物通关顺畅与否是其稳固发展的重要条件。“618”期间,区内跨境企业备货量极大,车辆进出区频率极高,如何合规、及时、有效保障企业通关便利,不影响货物流转,综保区接受了一次“极限挑战”。

“我们提前和电商平台、跨境电商物流企业、场站园区进行沟通,了解企业的出货安排,及时做好通关保障。”义乌海关综合业务三科与保税监管二科在充分了解企业大促备货期及活动期业务诉求的基础上,针对性制定“一企一策”的保障方案,通过提供24小时预约绿色通道,及时响应解决突发事件并做好担保排查提醒和税费业务处理,确保包裹即时出区,给消费者极致购物体验的同时,也切实维护了消费者的合法权益。

“服务全方位”党群来帮忙

大促订单高峰时段,区内跨境电商企业发货的压力随单倍增。为缓解企业发货压力,商城集团联合自贸发展区管委会、义乌海关、市场发展委开展红色助力“618”大促”志愿服务活动。五十余位党员同志深入业务一线,从“企业找上门”到“跑上企业门”,积极开展分拣、装箱、打包、贴制快递面单等义务劳动,同时及时咨询和反馈企业诉求,千方百计保障和服务企业业务有序进行。

骄阳初夏,温度持续攀升,仓内也开启了高温模式。党员志愿者将自制绿豆汤打包送到仓库,发放到每一位一线工作者手上,同时叮嘱大家注意防暑降温。

近期,全市经济正围绕稳定外贸拼订单,推动进口“高质增长”,培育外贸新增长点,推动消费提振升级。义乌综保区将继续推动跨境电商网购保税进口1210业务创新,深耕“保税直播”等新业务增长点,做大做强跨境电商产业,为全市经济稳进提质注入强劲动能。

“水果之王”火遍社交圈 榴莲消费带旺果品生意

全媒体记者 杨歌 文/摄

眼下正是榴莲的市场旺季,榴莲好吃,但挑榴莲却如拆“盲盒”,除了微不足道的技术加成外,剩下的全凭运气,因为在徒手剥开它之前,很少有人知道里面长啥样。

开“盲盒”的结局自然是有人欢喜有人愁。有的打开来,皮薄肉厚,每一房果肉都金黄饱满,口感绵软细腻,而有的则相反,看着是“开榴莲盲盒”成为一场狂欢开始在各大社交平台上蔓延。甚至有网友称,“买榴莲最开心的不是吃榴莲,而是开榴莲”。可以说,今年的“榴莲热”,很大程度上是从社交平台上的“榴莲盲盒”视频带起来的。点开抖音,你会发现话题“徒手剥榴莲的惊喜”播放量已经达到7.8亿,话题“又到了开榴莲盲盒的季节”播放量达到7.4亿。小红书和“榴莲盲盒”有关的笔记已超过28万篇。

榴莲消费究竟有多火,从海关披露的数据也可窥见一斑。据中国海关总署数据,今年第一季度,全国进口鲜榴莲9.1万吨,是近五年同期进口量最高的一年。

6月19日,记者在果品批发市场看到,不少摊位都将榴莲摆放在显眼位置。经营户余勇说,目前

市面上售卖的榴莲主要有金枕、干尧、猫山王等品种,主要来自泰国、越南、马来西亚等地。“今年榴莲的价格比往年偏高,一箱32斤的榴莲,批发价在680-750元。然而半个月前,一箱榴莲的价格甚至达到了1300元,是近几年从没出现过的。”

即便榴莲价格偏高,榴莲的销量依然可观。经营户汪燕说,现在吃榴莲的人越来越多,今年三到五月是榴莲第一波消费旺季,平均每天能卖六七百箱。“现在有不少水果店会用榴莲引流,只要在店内消费或充值满一定金额,就可以买到9.9元甚至是5.8元一斤的榴莲。”余勇补充说。

对于网上爆火的“榴莲盲盒”相关话题,余勇自然也有所耳闻。“拿榴莲当盲盒玩,应该是今年最火的消费娱乐方式之一。我们可以提供开榴莲服务,但是我遇到不少顾客都要整颗带回去,估计是想体验一把开盲盒的乐趣。”

记者了解到,在今年以前,市面上销售的榴莲都来自国外,而从这个月开始,首批海南榴莲即将上市销售。按照以往的经验,价格昂贵的水果一旦国产化,就意味着价格的大幅降低,比如去年夏天的阳光玫瑰堪称卖到“白菜价”。不过也有经营户表示,由于今年国产榴莲刚上市,产量不高,榴莲在一定时期内依然会保持较高价位,实现“榴莲自由”还有待时日。



市民选购榴莲。

“设计赋能 以新促兴” 义乌市场举办爱上设计沙龙活动

全媒体记者 吴峰宇

沙龙活动,是国际商贸城四区今年设计专场系列活动的首期活动。

商城集团市场运营分公司副总经理吴曼认为,设计是科学与艺术结合产生的新的生产力,好的设计能大大提升产品附加值,让产品脱颖而出。好的设计不仅能让消费者受益,还能给商业品牌带来巨大的无形价值。

沙龙活动中,义乌嘉创工业设计有限公司嘉创平台负责人、品牌设计总监、产品设计总监分别在核心竞争力、品牌设计、产品创新等方面进行了分享。市场商户代表以自家公司生产的创意商品为例,讲述了设计带来的“红利”。

活动现场气氛热烈,大家纷纷表示,通过参加此次沙龙活动,进一步增强了设计意识,拓宽了设计思路。

“义乌·中国小商品指数”周价格指数 15大类价格指数 11涨4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101.23点,环比上涨0.28点,场内直接交易价格指数环比上涨0.36点,网上交易价格指数、出口交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别下跌0.18点、0.11点和0.18点。15大类价格指数11涨4跌,五金及电料类、钟表眼镜类、箱包类、电子电器类、护理及美容用品类、针、纺织品类、首饰类、鞋类、文化办公用品类、体育用品类、日用品类11个大类出现上涨,最大涨幅为1.89点;服装服饰类、工艺品类、辅料和包装类、玩具类4个大类出现下跌,最大跌幅为0.85点。在97个二级类别中,上涨比例为38%,下跌比例为23%,持平比例为39%。

爆款频出 供不应求 小小香囊里有大大的生意

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

屈原在《离骚》中写道“扈江离与辟芷兮,纫秋兰以为佩”,所佩当为香囊,所用香料系辟芷、秋兰。时至今日,佩戴香囊已成为端午节特有的习俗。端午将至,在“世界超市”义乌,跟端午相关的商品销售火热,一款粽形的艾草香囊特别受欢迎,被人们称为“香囊粽”。国潮香囊粽、兔儿爷香囊等爆款频出,市场处于供不应求的状态。有经营户告诉记者,工厂出货量已达几百万个,个别款式目前已断货,但生产实在安排不过来,6月初他们就已不再接单。

“你买的香囊,可能就来自义乌。”可不是一句空话。6月20日,午后的义乌国际商贸城五区,冷气开得很足,但端午节的香囊粽销售很热。在五区北连接体大厅的空地上,堆满了粘好的香囊粽,密密麻麻约有三四百个,经营节庆用品的薛子仪还在不停地作业,

“三四百个根本不够用,我们两个小姑娘,一天要粘三千个快递箱,最高峰的量是一万个,累到手都抬不起来。”

什么产品需要这么多快递箱?在薛子仪的店铺里,记者找到了答案——各种艾草香囊。“我们今年备货80万个艾草香囊粽,目前已所剩无几,尤其端午前1个月,在阿里巴巴电商平台,高峰有1万单,日均3000单。”薛子仪一边说,一边操作电脑,打印当天的单量,“今天起码也有4000单,快递来了两趟,店里也没有货了,我得让仓库送点来。”

端午节香囊粽的销售行情,一般从农历春节后开始,在农历端午节前半个月结束。薛子仪说,目前店里的订单多是电商平台的零散单,基本上以7个香囊粽为一组的礼品套装为主,同时生肖香囊也颇为畅销。

“我们开发这款兔儿爷香囊,目前已经断货,店里也只剩下几个样品。”薛子仪告诉记者,这款香囊很多工艺需要手工,即使是熟练的工人每天也就做几十



粽子造型的艾草香囊颇受市场青睐,端午节前供不应求。

个,工厂顶峰也就2000个,产量一直提不上去,但也出了十几万个。

古乐府《孔雀东南飞》也有“红罗斗帐,四角垂香囊”的描述,谁能说暗香不是来自美人佩带的香囊呢?经营户刘艳说:“我也是做了香囊生意,才学习了解有关香囊的文化。”小小香囊里有大大的生意,刘艳笑着说,今年企业定制款的香囊都出

了几百万个,其中不乏故宫博物院、杭州灵隐寺、周大福、蜜雪冰城等企业。

刘艳家的香囊种类有很多,三角、艾草、薰衣草、玫瑰花、桂花几乎包含了所有香料。“端午就是艾草粽香囊出得好,其他季节就是薰衣草、桂花等传统的香囊产品。”刘艳告诉记者,目前订单已经接近尾声,明年的新品也开始了谋划。