

市场经纬

# 跨境电商迎来新风口 全托管模式是机遇吗?



全媒体记者 陈旭春 吴峰宇 文/摄

“方便、简单、快捷,零门槛。”9月26日,在义乌和意电商产业园,电商人李争峰接受了Temu、希音的全托管模式,他只需给上述平台供货,从定价、运营、物流到售后均由平台负责。从某种程度上说,全托管模式有助于提高效率,同时也能省掉中间链路,降低成本。

作为一种外贸新业态,2022年以来, Temu、Lazada、Shopee、阿里旗下速卖通相继推出全托管服务, TikTok Shop也蓄势待发。一场或将影响跨境电商商家、平台等多方至深的变革拉开序幕。

作为跨境电商巨头必争之地,义乌是上述平台核心(卖家)产区之一,不仅拥有全球最大的小商品批发市场,电商经营主体更是超过55万户,占浙江省电商经营主体的1/3,其中42%以上从事跨境电商业务,出海需求旺盛,但也面临着运营成本、同质化竞争严重等问题。

有这么大的市场,有这么多卖家,这块“蛋糕”让 Temu、Lazada、Shopee、TikTok Shop、希音等跨境巨头垂涎。巨头们深信,得义乌、得市场、得单量,他们带着诚意、带着信心、带着全托管模式“抢滩登陆”。

面对新鲜事物,义乌有人迟疑,有人兴奋,有人积极尝试。

## 记者手记: 全托管是“最优解”吗?

一种新事物的出现,也伴随着风险,但机会同样有。义乌广大企业要积极拥抱“新物种”,充分发挥“创”与“闯”的锐气,不因循守旧、不墨守成规,以开放姿态参与其中。

全托管模式是不是一个“最优解”,我们需要辩证来看。对于供应链优势的卖家,合理利用平台模式,躬身入局,全托管模式无疑提供了一条高曝光的流量渠道。而对于无供应链优势的商家以及纯铺货的卖家,既没有办法给出有竞争力的供货价格,也不具大量备货的宽裕资金,想轻松当个“甩手掌柜”未必行得通。

全托管模式,可以看作是一次对跨境电商生态价值链的重构试验,随着越来越多的平台和商家参与进来,未来这一模式会如何演化,又将如何影响跨境电商生态价值链的重构,还需平台与卖家共同探索。

## 新渠道:全托管为企业出海提供更多选择

“你提供产品,我来运营,怎么卖,怎么发货,都不用你管”。这是2022年下半年,义乌电商人史阳一直在琢磨的一句话。如果不是各大平台的背书,上面那句话或许会被认为是一种新的“骗术”。

去年9月, Temu率先推出全托管模式,史阳当时的生意遇到瓶颈,急需一个新的转折点,于是成为第一批加入 Temu全托管的义乌卖家。

“说实话,我也有顾虑,但愿意尝试。”史阳告诉记者,去年8月25日他注册了 Temu的账号,29-30日往 Temu广州仓发货。而同一时期接触 Temu的电商人刘博选择观望,他对这一跨境电商“新物种”持谨慎态度。

何为全托管模式?



## 新入局:多条腿走路,探索跨境新机遇

“全托管模式,瞄准了很多卖家、厂家不懂运营不会运营的痛点,在销售及售后环节上真正让大家成为‘甩手掌柜’。”提及入驻 Temu、希音的原因,李争峰说,在试水全托管模式前,他已经“两条腿”走路,国内电商京东、跨境电商平台 ozon 都有店铺,卖园林机械类产品,单价高利润也尚可,每天有几千单。不懂投放、备货量难以掌握、跨境履约复杂等种种困难需要耗费跨境新手巨大的心力,尤其是面对欧美市场的消费需求,并不是特别了解。

“我在京东有5个店铺,每天单量较为稳定,营业额在3万-4万元。但是,维护这么多店铺,需要投入

大量的人力、物力等成本,对于轻资产的电商而言,一旦店铺生意不好,只能转型或者关门。”李争峰说,在全托管模式下,对跨境平台来说,自营更容易把控货源质量、保证自身利润;对想做跨境的商家而言,这种模式可以省去平台经营的繁琐,具有一定的吸引力。

李争峰告诉记者,全托管出现时大家存疑,等到发现它的价值后,又一窝蜂上去。

“我是错失良机,现在人局晚了点,但是还有汤喝。”刘博谈起 Temu的全托管满是遗憾。作为跨境电商企业,刘博一直在深耕速卖通、Lazada、Shopee 等跨境平台。“我们跨境平台有20个店

铺,主要做鞋类,平均客单价30美金,每天几百单。”今年刘博正式开始接受全托管模式,成为了 Temu、Shopee、希音的供货商。

想要成为供货商,还要有足够的实力。据刘博介绍,全托管模式需要大量的库存,这对商家的资金和现货要求较高,也并不适合所有卖家。全托管模式需要平台耗费巨大的人力、物力去管理各个环节,而平台各自的资金实力、运营能力也参差不齐,全托管模式未来走向如何,依然是未知数。

时至今日,全托管模式的出现并流行已经在一定程度上改变了整个行业。跨境电商行业还在快速变化之中,新的可能也在孕育。

垫,价格7-8美金,但是利润尚可。”

当时,平台全托管处于推广期,平台给予卖家更多流量、更多利润,一天赚20万人民币不是梦。史阳感慨地说,货卖不掉很痛苦,货不够卖更痛苦, Temu的“小二”天天来催货入仓,工厂的缝纫机都踩冒烟了,也跟不上爆单的速度。

记者了解到,全托管模式的推出,吸引了很多义乌电商和制造企业入驻。究其原因,在外部环境复杂严峻、全球贸易增速不及预期的背景下,跨境电商正成为拉动外贸增长的新引擎,义乌商户需要多渠道把货销出去,全托管模式就提供了更多选择。

义乌跨境电商协会会长徐广曾表示,全托管模式可以理解平台对商家服务的延伸。有5个方面的“利”和3方面的“弊”,其一加速企业数字化转型,降低出海门槛;其二减少卖家投入,降低业务成本;其三迅速挖掘爆款,提升企业产品销售额;其四提升供应链各环节的响应速度,提高运营效率;其五提升卖家曝光率,增加店铺权重。有利就有弊,利用全托管得到便利的同时,卖家也需要舍弃一些东西。其一备货成本增加,其二话语权和自我性降低,其三数据的掌握权减弱。



全媒体记者 吴峰宇 文/摄

## 小宠物撬动大市场 首届义乌宠物用品展落幕

本报讯 9月27日,2023义乌国际宠物水族用品展览会(以下简称:义乌宠物用品展)在义乌国际博览中心闭幕。

据统计,为期三天的展会,累计到会采购商2万人次以上,其中来自墨西哥、哥伦比亚、沙特、印度、韩国等15个国家和地区的538名境外采购商到会,本届展会宠物用品和宠物食品企业参展成效明显,现场意向成交额达2038万元人民币。外商采洽对接会有来自12个国家的采购商到场,与现场的40家参展企业进行精准匹配,达成意向成交额105万美元。

本届义乌宠物用品展共邀请全国宠物产业带的300多家企业参展,设国际标准展位400个,展览面积10000平方米,参展范围:宠物用品、宠物食品、水族用品、活体宠物、宠物保健产品等。这次展会不仅汇聚了浙江宠物水族产业带企业,也有来自广东、河北、山东、上海、安徽、江苏、福建等全国范围的宠物行业优质源头厂家。

展会期间,在义乌之心植宠宠物展,国内外客商有序排队,一睹“明星宠物”芳容。“这条身长约30cm、背部布满棘状鳞片,全身呈橘色的鬃狮蜥,外表看起来凶悍,其实性格比较温顺。如今是95后、00后宠养物的首选。”参展商王建瑶把鬃狮蜥放在记者手上,“小家伙”十分温顺,即使用手触摸也没关系。一旁的人纷纷拿起手机拍照记录发圈,不少胆大的采购商直接放在手里把玩。

来自沙特的奥萨马在接受记者采访时说,他是看中了义乌市场的便利性与国际化,才紧随父辈的脚步在义乌做起了宠物用品生意。“我的家族从1995年就在中国做生意,我2012年在杭州上学,之后就决定来义乌经商,这些年我走过中国50多个城市700多个工厂,浙江真的是个做生意很棒的地方。”奥萨马表示,展会期间,他要寻找合适的工厂订购一批鱼缸,计划踏往埃及、阿尔及利亚、伊拉克等国。在他看来,“义乌没有买不到的商品”,对做大宠物行业生意充满信心。

而来自苏州赴义参展的90后“厂长”曹梦琪,三天展会就接到了可观的订单。她所带来的DIY狗狗咀嚼玩具成为展会上的爆款之一,“这些咀嚼玩具有牛肉味、花生味等多种口味,狗狗非常喜欢,口味可以保留4-5个月,还可以根据喜好定制。”面对一波接一波的客流,曹梦琪表示,已达成了共计100万元的订单。

数据显示,2022年我国宠物市场规模达2706亿元,同比增长8.7%,预计2023年将增至2977亿元。商城集团相关负责人表示,本次展会旨在依托义乌外贸、跨境电商、宠物行业专业市场集聚优势,构建一个以外贸为主,内外贸相互促进的宠物专业展,并发展成为全国最具规模和影响力的外贸宠物用品展。展会期间,配套举办了全球宠业高峰论坛、外商采洽对接会、跨境及国内电商平台选品会、爬虫异宠活体互动及ICA冠军猫赛等活动。

本届展会与国际商贸城宠物(水族)经营区联动,共同搭建全国规模最大的宠物(水族)用品一站式直销中心,展销规模达20000平方米,单品30000余种,打造宠物用品行业新品发布、贸易洽谈、行业交流的最佳平台。

## 节前黄金消费稳中有升

全媒体记者 杨歌

本报讯 连日来,国内金价持续高位波动,有多家品牌金店的黄金饰品零售价已经突破600元/克。面对金价上涨,义乌消费者的购买意愿如何?

上午8点半,位于工人西路的中国黄金门店已经开门营业。几位店员分工打扫店铺、整理首饰,准备迎接客人的到来。门店负责人朱新华告诉记者,尽管金价一直居高不下,但是近段时间门店的销量却稳中有升。

记者采访中了解到,得益于工艺和设计的不断创新,同时也具有保值属性,黄金饰品越来越受到年轻人的青睐,消费群体逐渐年轻化,一些具有国风元素的金饰受到了追捧。“从门店销售情况来看,款式新颖、做工精致的手镯、项链等更符合年轻人喜好。”国庆假期是婚庆季,黄金饰品作为结婚的“标配”,也受到准新人的青睐,会配置几万到十几万元不等的“婚嫁金”。

中国黄金协会数据显示,今年上半年全国黄金消费量554.88吨,同比增长16.37%,其中黄金首饰消费量368.26吨,同比增长14.82%。从黄金首饰消费的产品类别来看,消费者更倾向于购买小克重的产品。

除了黄金首饰,投资类黄金产品的消费热度也节节攀升。“人们的投资理财观念不断增强,促使消费者购买投资类黄金产品来丰富自身资产配置。”朱新华说。黄金价格为何节节攀升?在从业多年的朱新华看来,近期国内黄金价格的持续走高,一方面受到中国传统节日和婚庆季临近,市场黄金需求增长的带动,另一方面受到人民币汇率波动影响。“但是市民在购买或投资黄金时,应该根据自己的需求和资金状况理性抉择。”

全媒体记者 吴峰宇

## “义乌指数”周点评 15大类价格指数11涨

全媒体记者 吴峰宇

据监测,“义乌·中国小商品指数”小商品周价格指数上周为101.18点,环比上涨0.17点,场内直接交易价格指数环比上涨0.15点,出口交易价格指数、网上交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别下跌1.89点、1.06点和0.03点。

上周市场行情稳定,周价格指数稳中微升。从低碳出行的新风尚到打开社交圈的新方式,在健身、通勤、社交等多重因素的影响下,“骑行”凭借运动健身、时尚、科技等新元素,已成为继露营、飞盘之后的又一种年轻人“社交货币”。“骑行热”不断升温,并带动自行车及周边产品的销售量节节攀升,场内头盔、护目镜、骑行服销量涨势明显,登山自行车行情突出,主要销往本地及周边地区,而复古、轻便的休闲自行车受学生党青睐,电动滑板车、中高档自行车主要销往东南亚、欧美

## 榴莲热销,离“国产榴莲自由”还有多远?

全媒体记者 杨歌

9月25日,记者来到义乌果品市场,清新香甜的果味扑面而来,上市果品种类繁多,让人挑花了眼。但要论集万千宠爱于一身,依然非榴莲莫属。俞晓诺是义乌果品市场一名90后经营户,在她的榴莲摊位前,围满了前来选购的市民,称重、剥榴莲都得排队。一旁摆放着的应季水果礼盒却无人问津。“现在还不是最忙的时候,等到中秋节的前一两天,那时才是忙得连喘口气的时间都没有了。”

统计数据显示,2022年,榴莲进口额在中国进口水果中居第一位,达

40.3亿美元,进口量达到82.5万吨,相比2014年增长近两倍。2015年至2022年间,中国鲜食榴莲进口量复合增长率达17%。2020年起,榴莲已成为我国进口量最大的水果之一。

在小红书搜索“榴莲”,可以找到超过260万篇笔记。抖音带有“榴莲”话题的视频播放量达394.2亿次。在淘宝热搜榜,液氮榴莲、巴掌榴莲、泰国金枕、猫山王等成为当红商品。在京东、拼多多等平台,榴莲消费也保持火爆态势。可见我国消费者对榴莲的钟爱程度。

近年来,不少“洋水果”在国内安家。如“阳光玫瑰”葡萄国产化后,从高价走向平价,因而榴莲的“国产版”

也越发让人期待。海南国产榴莲成熟的消息传开后,“海南榴莲熟了”“实现榴莲自由就靠海南了”等说法打动了每一个爱吃榴莲的消费者。

谈起国产榴莲,俞晓诺很是激动。“我早就知道国内开始种榴莲了,但是听说成活率一直不高,今年总算传来了好消息。”俞晓诺告诉记者,现在这些收获的国产榴莲一方面是种植户送给潜在客户,开发市场;另一方面需要游客到果园品尝。因此市面上目前还无法购买到海南榴莲。她有幸品尝到朋友从海南带回来的榴莲。“本来以为海南榴莲没啥特殊之处,品尝后却刷新了我的认知,吃到嘴里糯糯软软的,很香甜,味

道完全不输给泰国和越南的榴莲。”这是因为海南榴莲的果实全部是“树熟”(在树上成熟后自然脱落),而由于运输路途遥远,东南亚榴莲一般是“路熟”(在六七成熟时就需要摘下来保存),因而海南榴莲品质上是一定有保障的。

海南榴莲面市到国人实现“榴莲自由”,距离有多远?俞晓诺说,海南榴莲树现在仍是幼树,无法留太多的果子,且是分阶段种植,因此产量会逐年递增,一次性大量上市的可能性不大。无法实现量产,也就意味着不能在短时间内打下榴莲价格。“想要实现真正的榴莲自由,起码还要3至5年的时间。”俞晓诺说。

