

市场经纬

今年的订单比以往来得更早一些

“世界超市”提前开启圣诞采购季

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

每年12月25日是圣诞节。在这之前,欧美客商通常会在这四五月份,陆续来义乌看样品、下订单,但今年的情况似乎有了新变化——受红海危机带来的海运费率增长和运力紧张影响,欧美客商采购的商品无法按期到港,需要提前锁定出货时间,即1月通过微信视频看样,2月来义乌市场确认产品交付定金。

翻看日历,距离圣诞节还有270多天,义乌国际商贸城早已沉浸在圣诞节的气氛里,写有中文、英语、德语、西班牙语、俄语的圣诞树、圣诞袜、圣诞服饰、挂件等圣诞产品随处可见。数据显示,义乌圣诞用品行业主要集中在国际商贸城一区,有经营户800余家。

那么,今年圣诞用品订单情况如何?又有哪些新变化?



这款圣诞旋转木马用料扎实,形态可掬,外贸出口批发价在千元左右。

圣诞采购季提前开启,订单与外商都比以往来得更早



外商在挑选圣诞灯饰。

鱼离不开水,就如圣诞节离不开义乌。

美国《华盛顿邮报》曾经这样评论:“全球的圣诞节都离不开义乌。”德国《法兰克福评论报》发表题为“圣诞节由中国制造”的文章表示,全球近2/3的圣诞节装饰品都来自义乌。还有不少外国人调侃说,“没了义乌,圣诞老人可能失业。”

这是什么概念呢?假如没有了义乌,全球很多家庭将没有圣诞树,没有圣诞彩灯,没有圣诞礼物,甚至连圣诞老人都会失去自己的圣诞帽、胡子和衣服。数据不会说谎:作为全球最大的圣诞用品集散地,2023年义乌圣诞用品出口46.7亿,同比增长17.6%。

“开年,外商先是询盘,然后

看样品,接着就下单。”做了20多年圣诞用品生意,义乌市俊鸿圣诞服饰礼品厂负责人蒋江平觉得,今年的订单似乎来得更早一些,除了上述因素,随着国际贸易的变化,圣诞用品旺季已没有清晰的界限。

在国际商贸城,外商增多也有迹可循。数据显示,义乌国际商贸城开市以来,日均客流量超20万人次,日均外商约3000人次。

“每天起码两三拨,最多十几拨,店里坐都坐不下,开单都要排队。”蒋江平说,外商回来了,意味着订单增多,目前工厂的订单已经排到了6月份,有些款式来不及做,就发往江西及周边县市代加工,以此保障订单如期交付。

“圣诞节在哥伦比亚是一个

隆重的节日,我们会购买许多节日用品,装点自己的家,这些产品大多来自义乌。”记者碰到了在国际商贸城一区采购的哥伦比亚客商Caroli。她通过翻译告诉记者,来义乌采购,主要还是方便。在这里,可以一站式采购和圣诞相关的所有产品,甚至都不用亲自去,义乌的外贸公司就能帮她搞定一切。

“大家告诉我,订单排到了6月7月份,我非常震惊。”行情如此火爆,Caroli庆幸来得比较早。不出意外的话,Caroli采购的15个柜子的圣诞产品,将会在7月陆续漂洋过海抵达哥伦比亚,最后出现在麦德林、巴兰基亚、布卡拉曼加、卡塔赫纳等城市的商店里。

产品不能一成不变,不创新就意味着被淘汰

“今年,店里上了200多个新品,有圣诞帽、圣诞靴、圣诞袜、圣诞服,设计了新图形,组合了新配色、使用了新材料,佩戴、穿着更舒适,造型更美观。”在蒋江平的摊位里,你可以随意搭配一套“圣诞老人”的服饰,成为孩子们最喜爱的神秘人物。

不创新就意味着被淘汰,这句话同样适用于圣诞用品行业。蒋江平深知,产品不能一成不变,例如,从去年开始,欧盟禁止商店出售各类闪粉制品,以减少污染。这一禁令涵盖所有直径小于5毫米的不溶性或抗降解性塑料颗粒。首批受影响产品有闪粉和微珠。

“禁令令出台后,我们就在产品材质上做了调整,针对欧盟国家相关法令,推出符合要求的圣诞产品,欧洲客户对义乌市场快速做出的反应,感到惊讶和认可。”蒋江平拿着展架上的圣诞鹿角帽说,这个鹿角上闪闪发

亮的东西就是闪粉,欧盟国家不准使用了,但是其他国家还未禁止,因此销量也不错。

不仅仅是圣诞服饰,甚至一个小小的圣诞装饰球都在迅速回应着市场变化。在一家主营圣诞挂饰的商店,一款布料材质的圣诞装饰球引起了记者的注意,老板娘王晓丽称,这款产品是为欧洲市场设计的新品,同一色系的挂饰被精心摆放在一起,方便客户挑选。“我们会根据流行趋势研发设计新品,很多客户每年只来一次,必须让他们眼前一亮,这样返单率才会高。”常年跟不同国家的外商打交道,王晓丽深知他们的喜好,如绿色雪松配上落雪的造型,点缀金银铃铛,这是欧美客户的最爱;红色、绿色、蓝色的灯光搭配撞色的花朵造型,在热情奔放的南美客户中大受欢迎。

除了外观造型,义乌圣诞产品的材质和工艺水平也在不断



蒋江平在店铺整理圣诞帽。

提高,比如最简单的圣诞树挂件产品,已经推出了更加环保的木艺、布艺、铁艺,甚至高端亚克力材质的产品,喷漆工艺采用欧盟或者日本标准。同时,为树立义

乌圣诞用品高质量产品形象,义乌市圣诞用品行业协会已经制定了7个行业标准,包括圣诞装饰用品、圣诞帽、圣诞树、圣诞钟、圣诞花、圣诞花环和圣诞球。

义乌商户真的拼,操办全球消费者的圣诞礼物



哥伦比亚客商Caroli(图中)与同伴(右一)在翻译的陪同下采购圣诞用品。

这么多年,老一套的圣诞装饰看腻了吧?想整点新花样?义乌国际商贸城马上安排。爬梯子的圣诞老人就是一个很新鲜的玩

意儿。在深圳市宏泰智能创意电子科技有限公司位于国际商贸城一区的摊位,红色的梯子挨着圣诞树立在地面,圣诞老人随着

音乐节奏一步步往上爬,动感十足,引得不少客商驻足观看。

“咱们操办全球消费者的圣诞礼物,必须得拿出最好、最有创意的产品。”从深圳来义创业三年,老板娘董芙蓉算是圣诞区块做中高端产品的佼佼者,不仅产品创意十足,价格也是水涨船高。在她的店铺里,旋转木马随音乐转动,配上闪亮的灯光,宛如一个小型的“圣诞世界”;背着礼物的圣诞老人骑着自行车,在内置电机的驱动下,缓慢向前移动,让人忍俊不禁;一张由LED灯(软)管组成的蜘蛛网,被固定在店铺顶端,拳头大的电动蜘蛛,不停地在网上游走,兼具观赏和创意。

创新、创意让义乌引领全球圣诞产品的潮流。董芙蓉直言,不少外商认为,义乌的圣诞用品就是价格便宜,这是比较片面的,通过不断地迭代创新,义乌

的圣诞用品逐步迈入中高端,“我店里的一款圣诞旋转木马,外贸出口批发价都要千元,在美国的超市则是卖到了499美金,国内超市卖到2000元以上。”

记者了解到,经过十多年的培育发展,义乌逐渐拥有了一条完整的圣诞用品产业链,涵盖了圣诞玩具、圣诞树、圣诞服饰、圣诞灯饰等上万个品种。同时,义乌出产的圣诞产品性价比高,档次丰富,既有几百上千元的高端产品,也有低至几毛钱一个的圣诞彩球装饰品,能够满足不同国家和地区、各种消费人群的需求。

其实,义乌国际商贸城大多商户不过圣诞节。毕竟,工厂的机器是不能停的。他们为数十亿人生产圣诞用品,机器的轰鸣声,取代了麋鹿车上的叮当声,那是义乌商人的圣诞福音。

二手车交易“火”了

上月成交8835辆,同比增长125%

全媒体记者 陈聪

今年二手车市场迎来重大利好。

近日,国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》提出,到2027年,二手车交易量将较2023年增长45%。作为浙中地区规模最大的二手车展示交易市场之一,义乌二手车交易市场今年开市以来,二手车(含摩托车)交易增长迅速。数据显示,2月份,该市场共成交二手车(含摩托车)8835辆,同比增长125%,成交额为84174万元,同比增长96%。

“今年生意挺好,刚有客户买了6台车,准备发到山东、内蒙古去。”做了15年的二手车生意,轩强车行经营户陈强觉得,最近找他买车的人变多了。翻看成交记录,今年2月份,经他手卖出去的二手车超过160台,店里在售的260台二手车,也根本不愁销路。

其实,二手车也有淡旺季,春节前是旺季,许多人赚到钱换新车,就会把手里的车出售,很多预算有限的消费者此时会入手二手车。开年是旺季,工厂开工运输货物,买二手小货车最划算,刚参加工作或初拿驾照,买小轿车代步练手的消费者在增多。“高峰期,

日均四五百台车等待过户,队伍一眼望不到头。”义乌二手车交易市场工作人员告诉记者,反观二手汽车销售较为平稳,同时新能源汽车开始崭露头角,占有量有明显提升。

值得一提的是,随着直播带货的兴起,二手车交易市场的经营户们也开始“直播卖车”来吸引客户,雷锋车行经营户杨丽莎就是首批吃螃蟹的人。“平均一天直播三场,每次直播两小时,全方面为客户介绍车辆。”杨丽莎告诉记者,每场直播平均有3000人在线观看,已促成了30笔成交。

据介绍,义乌二手车交易市场的客源主要以省内为主,占比超95%。

“今年,为满足市场经营户的业务拓展需求,我们计划开放夜间直播经营,向经营户发放夜间通行证,便于他们开展多时段的直播。”二手车交易市场业务部经理楼凌涛告诉记者,后续还将谋划汽车交易中心东扩项目,总投资约0.9亿元,规划用地面积12.14亩,打造集二手车交易、电商直播培育等功能于一体的市场配套服务大楼,助力义乌二手车交易中心从区域性消费市场升级为辐射全国的知名市场、标杆市场。

义乌电商博览会 荣获中国品牌展览会金奖

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,2024中国国际会展业创新发展大会在上海召开,2023义乌电商博览会凭借高知名度、深影响力,斩获“2023年度中国品牌展览会金奖”殊荣。该活动由中国会展智库、《第一会展》杂志、全国会展城市、各省市会展行业协会等联合举办。

记者了解到,电商博览会自2014年首次举办以来,累计吸引参展企业超9500家,服务采购商超112万人次,已成为电商领域引领趋势发展、传递权威声音的重要平台,在推动贸易数字化转型、新业态新模式发展等方面发挥了重要作用。

据悉,2024义乌电商博览会将于5月13—15日在义乌国际博览中心举

办。本届展会展览面积超5万平方米,同期举办40多场主题论坛活动,预设标准展位2200多个,预计专业参观观众达15万人次,现场设品牌供应链展区、知名电商平台展区、跨境电商展区、电子商务示范企业/跨境电商综合试验区展区、电子商务服务企业展区、直播电商展区、农村电商展区、数字贸易展区8大特色主题展区,是一个集精选优品、高效运营、品牌出海的一站式商贸服务平台。

截至3月26日,2024义乌电商博览会已安排参展企业数813家,共计1682个展位,参展企业来自国内24个省市,更有来自美国、俄罗斯、德国、韩国、新加坡、波兰、土耳其以及拉美、非洲等一些国家和地区的企业踊跃参展。

义支付亮相 中国跨境电商交易会

全媒体记者 吴峰宇 文/图

本报讯 日前,第四届中国跨境电商交易会(以下简称:中国跨交会)在福州举办。作为业内领先的跨境支付解决方案提供商,商城集团旗下义支付携旗下创新产品首次亮相,成为展会一大亮点。



“义乌指数”周点评

15大类价格指数10涨

全媒体记者 吴峰宇

据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为102.2点,环比上涨0.48点,网上交易价格指数、场内直接交易价格指数、出口交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别上涨2.24点、1.71点、0.56点和0.16点。

周价格指数小幅上涨,场内人流增加,各行业动态活跃。本周值春分节气,“春日经济”带动消费活力上涨,市民踏青活动盛行,推动场内各行业销售行情。春夏产品销售启动,各类春季床上用品、网纱面料、棉麻辅料等经营户上高频,采购商补单行为增多。服装服饰类、鞋类、配饰类依旧位于销售主力,帽类作为春季穿搭首选,如棒球帽、渔夫帽、遮阳帽、

沙滩帽等批两旺,受女性消费者欢迎,本地电商带货订单快速崛起,后市持续看好。化妆刷、细胞夹套装、睫毛夹、粉扑等美妆工具和化妆品圈粉海外市场,国外采购商积极下单,主要销往中东、欧美、巴西以及阿联酋等国家,并且销售区域呈现不断扩大趋势。

15大类价格指数10涨5跌,辅料包装类、五金及电料类、箱包类、工艺品类、体育娱乐用品类、文化办公用品类、电子电器类、针·纺织用品类、鞋类和服装服饰类10个大类出现上涨,最大涨幅为4.56点;钟表眼镜类、日用品类、玩具类、护理及美容用品类和首饰类5个大类出现下跌,最大跌幅为2.14点。在97个二级类别中,上涨比例为32%,下跌比例为29%,持平比例为39%。