■市场经纬

小到一颗沙枣 大到机械设备

义乌“购物车”何以装下“万国好货”?

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/摄

提及义乌,很多人的印象是,中国对外贸易的“风向标”,小商品出口是其强项。然而,当一些人的目光仍停留在义乌“出口”神话上时,它已积极响应国家“主动扩大进口”的号召,开始了另一项“革新”——买全球,打造进口贸易促进创新示范区。

那么,义乌小小的“购物车”何以装下“万国好货”?

义乌自纳入自贸试验区,获批综合保税区、跨境电商综试区后,“买全球”的速度在加快。从承载平台看,义乌综保区吸引了14个头部跨境电商平台入驻,区内进口产品超过2.5万个;在义乌中国进口商品城内,陈列着100多个国家和地区的10万种进口商品,“买全球”在这里被赋予了新意义。从海关的数据看,2023年,义乌进口商品总额654.8亿元,同比增长38.7%,创历史新高。2024年1-2月,义乌进口商品总额138.3亿元,同比增长119.9%,其中进口消费品72.9亿元,增长73.0%,占全市进口总值的52.7%。

如今,在义乌人的餐桌上,一瓶高端红酒,可能来自遥远的法国、德国、西班牙;一颗香甜的椰枣,可能沐浴过中东沙漠的阳光;一瓶知名品牌的洗洁精,可能价格比国外还要便宜。从1978年改革开放到2001年中国加入世贸组织,再到今天,义乌以越来越开放的姿态融入世界经济发展。更多的进口产品,也因此飞入了寻常百姓家。

销售人员在展示琳琅满目的进口商品。

法国红酒品质上乘,受到众多葡萄酒爱好者的喜爱。

瓶身镶满宝石美轮美奂的香水瓶。

不出国,在义地能买全球

每天,满载着上海、杭州、宁波、绍兴等地游客的大巴车,把义乌中国进口商品城停车场停了个满满当当。看着游客们从大巴车鱼贯而出,导游手中的“团”旗飞舞,做进口生意的商户们脸上都挂满了甜甜的笑容。

“以前,我只知道义乌小商品多。没想到,还有这么大的进口市场,出乎很多人的意料。产品价格与国外一致,有些品类甚至比国外还要便宜,更重要的是质量有保证。”特意从杭州跟随旅游团来购物的王艳娟告诉记者,两个小时,已经买了美妆、红酒、零食等进口产品,平板小拖车足足运了四趟。不过,这还没完,她还要再逛逛,看上的洋货,统统带回家。

日本、韩国、泰国的进口面膜任意三盒只需100元;身体乳、洗发水任意两瓶50元,100元五瓶;澳洲绵羊油19元、得鲜芦荟14元……在义乌创荣贸易店铺的展示台上,是老板娘张玉玲满满的诚意。“每周一至周五旅行团比较多,双休日周边的游客比较多,店里日韩的美妆产品、欧美的清洁用品比较畅销,人均消费在300元至500元。”记者在采访张玉玲时,欢迎光临提示声不断,从侧面反映出消费需求逐渐在回暖。

一组数据足以说明,进口商品卖得有多火,今年1-3月,义乌中国进口商品城接待旅游大巴219辆,接待游客9576人次,带动场内进口商品销售额以百万元计。

义乌市场里的“洋货”到底有多少?据商城集团国际商贸城第五分公司提供数据显示,义乌进口商品城内汇聚了来自100多个国家和地区的近10万种商品,种类涵盖食品、酒类、婴童用品、化妆品、日用百货、家居用品、厨房用品等,源头货比例达70%以上。

几经迁移,规模不断扩大

2001年,随着中国正式加入世界贸易组织,义乌既吸引了全球各地的商人,又汇集了全球各地的商品。波兰琥珀、巴西水晶、非洲乌木、古巴雪茄、西班牙红酒……在义乌几乎能一网打尽全球各地特色商品。

2005年,商城集团与韩国驻义商会在国际商贸城二区设立韩国商品馆,经营面积为2438平方米。2008年,位于国际商贸城三区五楼的进口商品馆正式营业,总经营面积2万余平方米。2011年,位于义乌国际商贸城五区市场一楼的义乌中国进口商品城开门迎客,经营面积达10万平方米。

“搬到五区后,经营规模扩大了三倍,产品种类也由55个国家的2.4万种产品增加至100多个国家的10万种产品。”商城集团国际商贸城第五分公司相关负责人告诉记者,搭乘中国经济高速发展的春风,义乌进口商品馆逐渐发展成为国内规模领先的“一站式”进口商品采购基地,是义乌实现从“买全国、卖全国”到“买全球、卖全球”转型升级的新标杆,并获得中国商业联合会的认可,2017年被授牌为“义乌中国进口商品城”,并于2018年8月30日正式更名,让义乌进口贸易发展步入全新阶段。

经营规模扩大,就意味着商品增多,对于普通消费者而言,最大的好处是在家门口海淘全球货,海外爆款商品在义乌中国进口商品城基本能实现“同时同步同价”上线销售,有些品类甚至比国外还要便宜。以义乌中国进口商品城入驻企业海客来为例,目前店里已汇集数十个国家的7000多款商品。店铺负责人朱泽称,这些进口产品价格非常亲民,如进口的公鸡头洗洁精、肥皂,之前购买需要30元,随着大批量进口,现在只需10.5元,其余产品价格皆有下降,消费者成为最大受益者。据悉,今年一季度,海客来仅跨境业务销售额就有1000万美金,同比增长30%。

第三届进博会前夕,义乌获批国家进口贸易促进创新示范区,并对之后3—5年进口贸易发展深入谋划形成《义乌市国家进口贸易促进创新示范区建设实施方案》(以下简称《方案》)。《方案》明确,要推动四大创新,实施十大行动,力争用三至五年时间,在自贸区陆港片区形成千亿进口规模产业,把义乌打造成为海外中小企业开拓中国市场的第一门户,全球中小企业拓展进口、出口、转口业务的首选平台。

路虽远,行则将至;事虽难,做则必成。今后一个时期,义乌将聚焦小商品、开拓大市场,打造融入国内国际双循环的关键节点,为开放合作提供更多机遇、提供更大舞台。买全球,卖全球,买卖全球永恒不变。

4月义乌拟举办6场展会

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 昨日,从义乌市场发展委获悉,本月我市拟举办6场展会活动,分别为4月7日至9日的2024牛人会直播生态展览会、2024中国义乌眼镜业展览会;4月19日至21日的第7届义乌华夏家博会;4月20日至22日的2024中国国际义乌五金电器博览会、2024中国义乌机械及机电产品博览会;4月26日至28日的2024义乌汽车文化节春季展销会。

据介绍,2024牛人会直播生态展览会展出面积3万平方米,设展位1000个,展出新品爆品2万个,预计吸引专业观众5万人次,同期将举办直播生态展与千人峰会论坛。2024中国义乌眼镜业展览会展出面积1万平方米,设展位400个,展出新品爆品万款,预计吸引专业观众3万人次。第7届义乌华夏家博会展出面积15000平方米,设展位750个,参展企业85家,预计吸引专业观众1.8万人次。2024中国国际义乌五金电器博览会展出面积6万平方米,参展企业1600多家,预计吸引专业观众超8万人次。2024中国义乌机械及机电产品博览会展出面积10000平方米,参展企业500余家,预计吸引专业观众1.5万人次。2024义乌汽车文化节春季展销会展出面积3万平方米,将邀请涵盖高端、合资、自主、新能源在内的50余个热销品牌,300余款车型参展。

这个春天,伴随着百行千业的强劲复苏,义乌会展业也迎来了欣欣向荣的万千气象,一季度举办商业性展会8个。义乌市场发展委相关负责人表示,随着各展会的陆续举办,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,也意味着贸易、旅游、运输、金融等行业将被进一步激活。

清明小长假 迎来“踏青游”热潮

□ 全媒体记者 陈聪

本报讯 春暖花开之时,正是外出踏青赏花的最佳时节。清明小长假即将来临,不少市民有了外出游玩的打算。4月1日,记者走访我市多家旅行社了解到,近期旅游咨询量、预订量都有明显增长。

“三天的假期时间,大部分市民都会选择省内的中短途旅游,两天一夜玩转一个城市。”市恒风国际旅游有限公司产品经理王浩介绍说,欣赏自然风光的“踏青游”是现在最热门的旅游路线。

人间最美是四月,去户外欣赏自然美景,感受鸟语花香成为许多市民的旅游首选。王浩向记者列举着市民出游的热门目的地:安吉、舟山、千岛湖、丽水……此外,随着市民对于赏花的热情逐渐高涨,在许多旅游路线上也会专门安排赏花行程,比如杭州太子湾郁金香,无锡鼋头渚樱花、婺源油菜花等等。当然,休闲美食游也受到不少市民青睐,这种旅游路线以省外为主,比如厦门、泉州、扬州、无锡等等。

“清明假期时间较短,市民出游还是选择以省内及江浙沪地区为主。温暖舒适的天气也让家庭亲子游热度更高,既省事省心还能欣赏到最经典的自然风光,这两天的预订量预计还将有一波增长。”王浩说道。

希音春季巡回招商会在义举行

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/图

本报讯 日前,跨境电商“巨头”——希音春季巡回招商会在义举行,共有超1600位新老卖家参会。

作为全球领先的在线时尚零售商,希音目前已服务全球超150个国家和地区的消费者,凭借“自营品牌+平台”双引擎发展的独特模式,其已成为跨境电商领域里的“佼佼者”。希音家居百货、办公文具、家居收纳品类相关负责人表示,义乌是“世界超市”,亦是跨境电商桥头堡,拥有海量的货源优势,四通八达的出海通道,是希音最为重视的地区之一。招商会期间,希音八大行业类目经理从热门品类出发,为义乌工厂型卖家、贸易型卖家和品牌商提供了最新的希音平台重点类目选品参考。

据统计,2023年义乌跨境电商实现交易额1211.6亿元,同比增长11.8%,外贸网商密度仅次于深圳,居全国第2位。

招商会现场招引了多家商户入驻。

防晒用品交易旺 备货出新忙不停

□ 全媒体记者 陈聪

最近,气温的陡然升高让人猝不及防,走在街上可以看到有不少行人已经穿上防晒衣,戴着防晒帽,一身防晒装备齐全。夏天未到,防晒先行。近日,记者来到国际商贸城四区,看到防晒用品店铺内人头攒动,客商询价,经营户忙着介绍商品,一派繁忙景象。对于嗅觉敏锐的义乌市场经营户来说,早在年前就已经为新一年的防晒用品订单做好准备。

年前备货出新,年后订单倍增

见到笑天服饰经营户王唯花时,她刚接待完几拨客户,得空坐下来喝口水,“这几天就已经进入销售旺季了,客户疯狂要货,忙得我是晕头转向的,连休息的时间都没有。”王唯花的店铺主营防晒衣,涵盖类别从短款到加长斗篷款、从修身款到宽松加大款、男款、女款、儿童款,每款还至少分出六七种颜色。做了二十余年防晒衣生意,在她的店铺里,防晒衣可谓款式齐全,种类丰富,且不断创新。据她介绍,从春节前夕至今,工厂里就一直在研发新款,要准备好充足、丰富的货源供客户挑选,等到四月份了,研发的投入力度就会相对减少,要把更多精力放在备货、出货上。“现在工厂每天都是超负荷运转,平均一天的出货量至少有两三千件。现在要订货的话,至少要排在10天以后。”王唯花说道。

同时,记者在某购物平台搜索发现,销量数十万计的防晒衣比比皆是,可见其火爆程度。同时,除了必备的阻隔紫外线功能,“立显曲线”“时髦好搭”“全孔透气依旧防晒”“抗紫外线更抗热”等标语也在表明,随着大众的防晒意识逐渐增强,对防晒衣的需求也愈加多元化、个性化。

经营户朱娟香的公司主要向网店提供防晒用品,包括冰袖、防晒面罩、防晒空顶帽等等,出了许多网络爆款产品。“从去年11月份左右就开始备货了,到现在现货基本供应充足,一天出货五六千件根本不愁。”朱娟香拿起新款防晒面罩向记者介绍道,现在客户对防晒面罩的需求越来越高,要做到额头、面部、前后颈等全方位防晒。再如防晒冰袖,更是延伸出了包手掌、带防滑胶等更多款式,在细节上替顾客做了全方位考虑。

据Chinagoods平台数据显示,目前销售防晒用品的店铺数是2686家,去年同期为1996家,一年之间新增了近700家。3月防晒用品的搜索量比2月增加4.6倍,订单数据增长了1.6倍左右。记者走访多家店铺,许多经营户表示,早在去年11月份左右,就已经进入了备货阶段。

市场竞争加剧 大单先行小单观望

“防晒衣市场的竞争是越来越激烈了,大家都卷起来了,卷价格、卷面料、卷细节。”以面料为例,经营户马菊英向记者介绍,以往的冰丝面料防晒衣是最受欢迎的,价格也比较便宜,客户一订都两三千件起。就今年客户订单来看,锦纶、冰蕾丝等面料的防晒衣销量逐渐上涨,虽说价格略高一些,但肤感更冰凉、透气、不勾丝,实穿性更高,逐渐受到客户青睐。在马菊英的微信列表里,有来自全国各地的客户,谈话间,不断有客户向她询价、下单。

那么,服装店的防晒衣销量如何?记者来到篁园服装市场,逛了一圈发现,销售防晒衣的店铺屈指可数。与经营户交谈后了解到,不是防晒衣不火,只是现在的顾客大多还处于观望阶段。经营户楼晓丹告诉记者,跟往年相比,今年防晒衣上市的时间还早了一个月左右,目前客户的下单量较少,大多是拿几件样衣看看,等到4月份就会批量上市了。

经营户郭银儿的工厂主要生产各类工装和防晒衣,目前有三分之一的生产线都在生产各类防晒衣。她告诉记者,虽然现在门店上新较少,但工厂的订单量却已经排到了6月,近百位工人忙着备货,估计能够供应到七八月份。

“义乌指数”周点评

15大类价格指数5涨10跌

□ 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101.65点,环比下跌0.55点,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2.19点和1.65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4.63点和1.63点。

清明小长假即将到来,专用工艺品类、民俗工艺品等旅游产品行情向好,各类益智玩具、风筝类产品景区及国内客商采购积极;旅行包、旅行箱、运动鞋、户外包等产品场内成交乐观。内销方面,锆石镶嵌类耳钉、淡水珍珠类耳钉、耳环等销势抢眼,批零两旺;男士钛钢类耳钉、黑玛瑙类耳钉、个性造型银耳钉等男士耳部饰品类销售小幅放量。外销方面,行情稳健,亚克力耳环、树脂类耳钉、银饰耳环等大众平价饰品主要销往欧美地区。

15大类价格指数5涨10跌,箱包类、体育娱乐用品类、首饰类、钟表眼镜类和服装服饰类5个大类出现上涨,最大涨幅为2.83点;辅料和包装类、工艺品类、五金及电料类、玩具类、针·纺织品类、电子电器类、护理及美容用品类、文化办公用品类、日用品类和鞋类10个大类出现下跌,最大跌幅为4.6点。在97个二级类别中,上涨比例为31%,下跌比例为30%,持平比例为39%。