贸易从“面对面”到“屏对屏”

义乌小商品的新机遇

外商Mar Wan与商户潘彩芝在国际商贸城商铺洽谈

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

有着“世界超市”之称的义乌,一直被视为全球小商品贸易的“风向标”和“晴雨表”,与全球230多个国家和地区有贸易往来。

自4月26日4时起,义乌启动新冠肺炎疫情防控Ⅱ级应急响应以来,这座“世界超市”一手抓疫情防控,一手抓市场发展,谋划抢占双循环产业链、供应链优势,把“疫情之危”变为“转型之机”,全力巩固和提升义乌市场在全球小商品贸易中的份额和影响力。

据义乌海关统计,今年一季度,义乌外贸进出口总值达1062.9亿元,同比增长63.9%,占全省进出口总值的9.9%,比重较去年同期上升了2.4个百分点。一季度,义乌开展网红直播带货10.5万场,完成零售额87.14亿元,同比增长26.0%。

常驻外商:直播看样、微信下单挺方便

戴口罩、扫码、测温,5月2日上午,常驻义乌也门外商Mar Wan(中文名:马万)完成义乌市场疫情防控要求后,快速来到国际商贸城二区3楼4街17184摊位,他一边拿出手机扫摊位门口的场所码,一边用不太标准的普通话咨询商户潘彩芝:“我要的样品准备好了吗?”

“早就准备好了,你看都在这里。”潘彩芝赶紧把剃须刀、按摩器拿了出来,并招呼Mar Wan入座,这个剃须刀可以全身水洗,刀片经过特殊处理,专为中东客户打造。Mar Wan听得认真仔细,并不时根据客户的需求询问,笔记本上也记得密密麻麻。这些都是产品的参数值,还有优缺点及价格幅度,Mar Wan说着就拿出手机,通过微信把剃须刀的样照、价格、参数全部发给因疫情不便来义的国外客户确认,并告知义乌市场运行正常,货物运输稳定,请放心下单。

因为新冠疫情原因,Mar Wan的客户不方便来义采购,这直接改变了他们之间传统的贸易模式,他的工作从线下陪同客户采购,变为线上视频方式看样洽谈下单。“我通过手机微信视频或者直播的方式,到客户需要的商品摊位直播或拍视频,成为他们在义乌市场的‘眼睛’。”Mar Wan开心地说,非常有趣的一件事,这在以前根本不可想象,每天拿着手机到市场直播,这样的“云交易”已经持续了很长一段时间。

即便看货下单流程不便,Mar Wan依然看到外国客户对义乌小商品的强劲需求,“义乌小商品依然具有很强的竞争力,短时间内他们不可能找到替代者,海运费居高不下依然出货不断就是力证。”

Mar Wan是众多常驻外商的一个缩影,他在义乌待了15年,经营一家外贸公司,每个月在义乌市场采购3至5个集装箱的厨具、日用百货、香水配件、小家电运往也门。新冠肺炎疫情暴发以来,他对义乌的防控工作赞不绝口,居住的小区、市场里人人佩戴口罩,进场测温亮码,这些“烦琐”的程序,让客商非常有安全感。

义乌市场一直平稳有序运行,通过7.5万市场商户及常驻义乌外商,向不便来义采购的境外客商展示了“疫情无忧、市场无患、商机无限”的市场信心,“买卖全球”转不停。

派尔电器商行工作人员正通过电脑与客户联系。

市场商户:新业态带来更多“新玩法”

“客人是条龙,不来要受穷。”从这句义乌方言中,不难看出义乌人对客流的重视。

受疫情影响,义乌国际商贸城里摩肩接踵的景象不再,但精明能干的义乌商人积极应对、敏锐捕捉市场需求变化,寻找新机。这不,在义乌国际商贸城的派尔电器商行,店长张红林和4名业务员依然一刻不闲。

“客商无法到店选购,我们的工作就转到了线上。不仅要在线跟进订单进度,还要向全球客户提供店内剃须刀、电熨斗、榨汁机实拍样图(视频)、产品价格,做产品细节的沟通。”张红林在电脑和手机之间来回切换,回复来自全球客户的邮件和微信。

其实,对义乌国际商贸城的商户而言,市场环境的变化带来了经营策略和工作形式的改变,但不变的是商户的积极应对和锐意创新。“我们对自己家的产品、对义乌市场都很有信心。”对于今年的生意,张红林显得信心十足。

同在义乌国际商贸城的“叶盛高分子科技”店内,各式各样的鞋垫整齐悬挂,不同款式的鞋垫码放得井井有条。店主盛亚芳诉记者:“以前我们80%都是外贸,去年内贸占比从5%提升至40%,通过直播卖货,主打的鞋垫产品全网热销300万双,内外贸实现了‘双循环’。”

闲聊中盛亚芳透露,通过设计改良,产品更符合国内消费者,内销客源也渐渐多了起来。“尤其是电商、直播订单,根本来不及做。”她说,今年大年初三,来自河北石家庄、山东临沂的二级市场批发商就陆续联系下单,不少电商平台客户年初八就在催货,“工厂订单已排到了月底,只能加班加点赶生产。”

疫情冲击之下,义乌国际商贸城催生出了“直播+电商”的零售新业态,盛亚芳也积极参与其中,如今已是多家电商企业和“网红主播”的核心供货商。“我们今年的目标就是内销份额提升至70%,打造3到5个爆款产品,重点培养一批电商客户。”她说道,“只有淡季的思想,没有淡季的市场,只要开动脑筋,就会有订单、有客户。”

像盛亚芳这样的市场主体在义乌国际商贸城比比皆是,义乌国际商贸城还为此设立了公共直播间供商户免费使用,不少经营户还尝试在“Chinagoods”平台上直播带货。

“Chinagoods平台已上线英语、阿拉伯语、西班牙语等多国国家站,培育活跃上万家商户,入驻超6万家实体商铺,整合了上下游200万家中小微企业,商品种类500多万种,今年一季度实现交易额同比增长90%,累计交易额超210亿元。”商城集团市场运营公司副总经理陈知幸介绍,利用Chinagoods平台,义乌市场的经营户可享受仓储、发货、物流、报关、金融等官方服务,从而更便利地将货物发送到海内外客户手中。

“欢迎全球客商通过线上渠道‘逛市场’、洽谈采购,我们全力以赴守好采购‘安全门’,让质优价美的“义乌制造”丰富当地百姓生活。”陈知幸说,作为市场运营管理方,商城集团落实落细市场等重点区域常态化防控,减少因疫情给商户、采购商带来的不便,部署246台人脸立柱机、101组智能通道闸机,让经营户快速入场。

今年以来,新冠疫情反复、客商不便来义、海运价格上涨,给对外贸易带来挑战。转换生意方式、改变产品思路、主动寻求机会,义乌市场商户审时度势,顺势而为,果断稳外贸拓内销,由线下转线上,抢抓“直播经济”风口,交出了一份满意的外贸答卷。

5月4日,市疫情防控指挥部发出通告,决定5月5日零时起,解除全市新冠肺炎疫情防控Ⅱ级应急响应,转为常态化疫情防控。目前,经营户对市场预期更是信心十足。

义乌市场商户正在为客户计算产品价格。

国际国内物流高效运转

义乌小商品出口平稳有序

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

“下一辆车准备进场,停在指定位置,司机请下车等候。”4月30日上午8点,义乌海关监管场所的工作人员已提前到岗,在H986大型集装箱检查设备操作间,通过扩音器指挥集装箱有序排队进场机检。5至10分钟后,集卡车就会接到海关放行信息,如有问题则会靠泊海关查验平台等待掏箱查验。

4月以来,因疫情影响,公路运输通道受限,但素有“世界超市”之称的义乌,克服各种不利因素,小商品出口通关工作任务量依然饱满,义乌海关在做好疫情防控的同时,加快集装箱查验,全力保障小商品出口。

“师傅,抓紧装货,今天我们要在宁波舟山港装船。”在浙江海悦国际货运代理公司位于义乌港的仓库,总经理楼晓东交代工人加把劲。他直言,前段时间受到疫情影响,物流运输时效无法保障,但义乌政府部门、义乌港积极与上级部门、宁波舟山港沟通协调,短时间内解决了物流“肠梗堵”,目前义乌港至宁波舟山港之间的物流运输运行平稳。

在浙江省内,宁波舟山港是大部分外贸工厂出口的必经通道。然而,由于路线较近,曾经,公路是大部分省内工厂运货到宁波舟山港的主要渠道。今年以来,义乌主动服务和融入国内国际双循环,搭乘“第六港区”建设东风,常态化开行义乌—宁波舟山港海铁联运班列,保障“义乌制造”快速运至宁波装船发往世界各地。

“宁波舟山港是义乌制造重要‘出海口’。我们每天有10到20个大柜(约20—40标箱)走海铁班列,每月发运有1100个大柜,因为时效性强、稳定性高,越来越多的企业选择走铁路。”宁波港东南物流集团有限公司义乌办事处相关负责人刘旭东告诉记者,这些出口商品享受到了义甬舟开放大通、“第六港区”建设带来的一体化便利,有的货物进入义乌港视同进入宁波舟山港,实现了“一次申报、一次查验、一次放行”,提高出口通关效率,降低了运输成本。

四月商城,春风送暖。义乌五大物流园区—青口、福田、江北下朱、国内公路港、红狮物流园呈现出忙碌景象,货车司机人人测温亮码、佩戴口罩有序进入,停泊至千余档口进行货物装卸,随后数以万计的“义乌制造、浙江制造”通过义乌这一物流高地分拨至全国31省市,流入当地的工厂、商场、超市,助力全国各地复工复产。

“大家作业的时候,全程佩戴好口罩……”在青口物流中心8栋133号档口,一安物流负责人汤财好在指挥工人装车时,不忘嘱咐几句。一安物流主做义乌至安徽的线路,疫情前每天可发6至7车货物,疫情后可发2至3车。去年,在陆港集团的帮助下,一安物流与几家同做义乌至安徽线路的企业抱团经营,对到达城市卸货点进行整合,形成统一配送提高配送车辆收益,再进行干线运输运力整合,确保货源充足、运力充足。

“我们现在可以做到每天3至4车,省外目的地卸货点取消合并后,成本也降下来不少。‘抱团取暖’取得了实质性成效。”汤财好欣喜地表示,义乌是“世界超市”,国内外消费者非常喜欢义乌的小商品,加之疫情防控做得好,对今年的生意,他充满信心。

集卡车有序从义乌港海关监管场所驶出。

“五一”假期掀起“露营热”

帐篷等户外用品销势火爆

全媒体记者 吴峰宇

“露营用的帐篷、烧烤炉、桌椅板凳都是在网上买的,发货地选浙江义乌,挑到你眼花,就是图个方便和快捷,当天发货次日收货。”市民楼女士告诉记者,受疫情影响,近两年海外游、跨省游难以实现,但露营可以让她换个环境,放松放松。

“五一”假期,三两好友在刚支起的天幕下,摆好精心准备的食物,吃饱喝足躺在帐篷里哼着歌……这一刻城市的喧嚣、工作的疲惫早已不在,留下的是活在当下的静谧时光。

“刚给国内的客户发了4000多个帐篷,给国外客户发了价值40多万元的货。”朱悦来在义乌国际商贸城二区经营帐篷、桌子、吊床等户外用品,客户遍布全球。4月28日下午,他在店铺内清点订单,安排接下来的发货顺序。

随着气温不断升高,各类户外用品迎来销售旺季,来自日韩、欧洲、东南亚等地的客户订单纷至沓来,朱悦来忙得脚不沾地。为满足市场所需,朱悦来的工厂满负荷运转,工人加班加点赶订单。即便如此,仍然供不应求。

“目前我们还推出了私人定制款帐篷。之前,有几个采购商就定制了防水性更强、面积更大的帐篷,虽然价格略高,但是只要能满足要求、款式够新就不用担心没市场。”朱悦来说,时常有来“催单”的客户。为了尽快安排订单,他每天得空就会开着商务车送货。

记者走访市场时了解到,各类帐篷除了国内市场订单多外,海外市场需求也很旺盛。

“前段时间,我们加班加点给深圳等地的外贸采购商发了好几批货,基本上‘五一’前就卖光了。”市场商户陈丹林说,她从2008年起从事户外用品行业,以前海外订单占80%,这两年国内和海外的订单量基本持平。

露营为何持续“升温”?记者了解到,除了受疫情影响不能远途旅行外,近年来各大露营类影视节目的热播、多个运动赛事在国内举办等,也是民众选择户外露营,拥抱自然的原因。

“户外用品是个朝阳行业,我们也会跟随采购商的需求,不断进行产品更新。”义乌旅游户外用品商会副会长徐照行笑着说,“户外用品市场的发展很快。我们了解到有些采购商还搭配出‘露营八大件’,降低露营的门槛,吸引更多新的消费者,不断拓展露营群体。”

目前,义乌市场商户已创新出“一抛即开”式帐篷、车载露营棚、天幕帐篷二合一等多种户外新产品,供市场选择。