

# “秒”找货 “快”对接 “云上”找货让采购更简单

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

义乌有一道广为流传的计算题——“如果在义乌国际商贸城每个商位前逗留3分钟,1天逛8小时,需要一年半时间才能逛完”。义乌市场之大,小商品之多,如何快速找到所需产品,不仅考验采购商的体力,还有脑力和眼力。

这不,义乌市场官方网站Chinagoods平台推出的“彝彝找货”板块,为供需双方在生产制造、展示交易、仓储物流等环节,提供全方位的服务,做到“秒”找货,“快”对接。据统计,2022年3月上线以来,China-goods平台“彝彝找货”平均每天接收1200条采购线索,为2000多个采购商找到货源,撮合产生超千万元的交易额。

## 找货一键发布 商户快速对接

通过手机端APP或者PC端搜索Chinagoods平台,点击进入主页面,右上角有一个红色的吉祥物“彝彝”,这就是义乌市场推出的“彝彝找货”板块。国内外采购商注册后,均可发布找货需求。截至目前,国内外采购商共发布找货需求2842条,日用百货、办公文教、数码家电、厨卫用品、进口商品采购需求旺盛,多集中于国际商贸城一区、四区以及五区市场。

据悉,随着“彝彝找货”板块不断升级,今年8月底,“彝彝找货”4.1版本正式上线,升级了买家端APP、卖家端APP、卖家端WAP、PC端、运营端、智慧管理五大板块二十项功能,重点推出甄选商家精准二次推送模块,以及“视频展示”模块,增强用户体验感,进一步提高找货效率,降低采购成本。且看一组数据,8月,“彝彝找货”板块共收集采购线索超4.3万条,共有2600家采购商参与咨询,5500家经营户响应报价19800次,响应率达46%。8月,市场经营户响应Chinagoods开展的各项活动,并积极报价。据统计,8月报价响应中,“老”报价经营户占比已达61%,达到历史月峰值水平。环比7月,提高13个百分点。

8月底开始,全国大范围气温回落,“鞋靴袜饰”类需求开始增加,市场经营户对这类线索开始重点关注,对此类推送线索的查看率为各类目的TOP2(TOP1为办公文教)。“鞋靴袜饰”类8月响应率达63%,特别是对“袜类”商品,响应积极性高涨。同时,日用百货、玩具童车、工艺品三个类目采购线索为8月主流需求线索,占总采购线索的70%。

8月底以来,随着外贸进出口恢复正常,商户们抓紧整理订单、联系发货,按下复工复产加速键,目前市场人流量、经营户开门率、物流货运量和快速发货量等均已恢复至疫情前水平。

据统计,“彝彝找货”8月的外贸大货(500件以上)需求占比达

31%,比7月提高14个百分点,需求回升。在找货热点品类TOP10中,皮革箱包品类8月的外贸大货需求占比达到了71%,一举成为8月外贸热点。

## 采购商线上找货成常态 经营户适应能力强

近两年,疫情常态化防控情况下,内外贸不可避免受到影响。客商进不来,商户出不去,无接触式的线上市场,成了采购商、供应商沟通洽谈的主战场。7.5万商位的经营者慢慢适应“新赛道”——线向下线上转变。

8月下旬,南非采购商Ambe-sikhaya Ngobo在“彝彝找货”上发布采购需求。这一找货需求,通过人工审核后,被精准地推送给240个相应类别的商户。

“我们第一时间获悉需求,就立刻联系了采购商,并联合国际商贸城二区市场,带着他们走访了经营户。”“彝彝找货”工作人员说,依照Ambe-sikhaya的采购需求,工作人员以最快的速度筛选出符合条件的经营户。他们进行了洽谈对接,对彼此需求、关切都有了了解,可谓是相谈甚欢,合作自然是水到渠成。最终,Ambe-sikhaya Ngobo顺利与其中一位经营户达成了合作,商定采购总数6000台饮水机的外贸订单,意向金额达120万元。

这两天,受台风天气影响,不少外贸公司的采购员,依然冒雨来到市场采购,忙不迭地为客户找产品。相反,义乌久昌进出口有限公司业务经理毕付侠在公司,使用手机登录Chinagoods账号,点击进入“彝彝找货”板块,发布了一条仿真花(图片)订单询盘。紧接着,就陆续收到国际商贸城10多家商户的询盘和报价,经综合评估、看样,最终4家商户成为供应商,共同拿下36万元的订单。

“以前,给客户找一款产品,我们采购员要去市场扫街,挨家挨户找过去,问价格要样品,费时费力还不一定找得到。”毕付侠感触颇深地说,现在,作为首批应用Chinagoods的外贸企业,公司业务只需在“彝彝找货”发布询盘信息,就会被精准地推送给200多个相应类别的商户,这让繁琐的找货比价变得轻松和精准。

不久前,毕付侠接到孟加拉客户的邮件订单,委托采购一批节日用品,总数为200件。从发布询盘到市场商户询盘,再到双方洽谈、看样下单,前后用时不到2天时间,这放在平时不敢想象。“这批货最终分配给4个商户,我们通过市场采购贸易方式申报,目前已在Chinagoods采购宝应用场景组货完毕,等待商户确认。”毕付侠告诉记者,经过半年多的迭代升级,Chinagoods“工具箱”里的工具日渐丰富,先后优化升级了采购商认证体系,融合了“彝彝找货、找货笔记、组货信息修改、货款宝贷款融资、采购宝”等功能,让外贸公司员工、市场商户操作起来更加便捷快速。



市场经营商户在直播推介产品。



外贸企业通过直播功能看品。



派尔电器工作人员在对接“彝彝找货”的采购信息。



篁园服装市场经营户积极参与Chinagoods举办系列活动。



## 篁园服装市场经营户 “抢滩”“秋经济”

全媒体记者 骆红婷

中秋过后,义乌气温依然忽高忽低,而位于篁园服装市场的商家们,早已将新款秋装上架,抢占商机。同时,夏季服装抛售进入最后阶段,打折促销比比皆是。9月13日,记者在篁园市场走访时发现,不少商家正“抢滩”“秋经济”,卫衣、针织衫、薄外套、打底裤等秋季新款被摆在了橱窗最显眼处。

“虽然不确定天气什么时候转凉,现在的确是换季过渡期,不论是男装、女装还是童装,都是冲刺销量的好时机。”市场经营户骆立春从事服装行业三十余年,对于什么季节换新产品他已了如指掌。此外,今年男装款式的色系上偏向亮色为主,蓝色、粉色和橘色等亮色大行其道。喜欢逛街的市民会发现,这几年秋装上市一年比一年早,服装其实不光秋装,其他季节也是如此。对此,义乌篁园服装市场三楼经营服装的李卫红深有体会。她说:“服装

属于时尚的一部分,要想走在前面,换季工作要提前做好。以夏装为例,销售的黄金时节是每年的5、6月份,也就是天还不热的时候,真的到很热了,人家该买的夏装也差不多买齐了。”同时,这一时期,新一季的秋装陆续上市,能吸引消费者的眼球,也能激发购买的欲望。这几天,李卫红通过直播平台销售的哈伦裤非常走俏。

记者看到,今年的秋款在剪裁上有许多创新,流行复古风,比如喇叭裤等。另外,还可以看到许多衬衫和套装,颜色上也更素雅一些。“现在很多人在服装搭配上都比较随性,有主见,以前我们都会一整套搭配销售,现在上衣和裙子都可以分开搭配。今年总的还是流行黑色、焦糖色、灰色这些颜色。”篁园服装市场经营户王素平说。

经营户表示,做服装行业,就必须更新非常快。秋款产品最多销售半个月,接下来就要开始上新羽绒服的马甲、羽绒服、皮草这些冬季产品。

## “外国人在义乌”第二期节目开播 讲述义乌包机邀外商来义采购的故事

全媒体记者 杨歌

本报讯 “在义乌,我们可以触摸到产品的质量,可以与供应商面对面交谈,可以协商价格。我觉得来义乌是值得的。”日前,在“外国人在义乌”栏目的直播间内,印度外商洛基正在分享此前乘坐包机来义采购的感受。

全球疫情发生以来,来义线下采购渠道受到较大影响,很多国家的外商纷纷通过各种方式表达来义采购的需求。在疫情影响下,义乌政府率先创新举措,在市场和外商之间搭建起一个往来的通道,组织包机把外商接到市场。截至目前,已经有巴基斯坦、印度、韩国三个国家共433名客商通过包机来到义乌采购。

本期节目特别邀请了浙江托尼供应链管理有限公司负责人杜刚,乘坐首趟印度包机回义,即将乘坐第二趟印度包机回义的外商Kanji以及商城集团市场运营分公司副总经理吴旻,以访谈的形式为大家讲述包机的故事。

为了招引更多境外采购商来义采购,增强义乌与境外采购商的黏性,帮助市场内经营户提振经营信心,进一步扩大市场影响力,吴旻特别介绍了商城集团推出的外籍采购商招引奖励政策——只要满足以下四个条件:即2022年1月1日前持有商友卡(含电子商友卡);年龄在18周岁以上;2022年在活动开始前(也就是2022.1.1-2022.8.1期间)未进入过市场;活动期间,有三天以上(含三天)进入市场记录。即可通过义信购小程序首页的“外商奖励入口”进行线上申报。申请成功的外商可获得四张总价值为2888元的商城集团旗下酒店房券和商城集团纪念品一份。

义乌是全球小商品贸易的风向标,包机既打开了外商来义的新通道,又给市场带来了新客户、新订单,能够有效提振义乌市场的信心。据了解,当前新一批国际包机正在紧锣密鼓地推进中。预计在9月下旬,第二趟印度包机将抵达义乌。“义乌也向全世界的外商发出邀请,我们随时准备迎接外商的到来。”节目最后向所有外商发出呼吁。

## “义乌·中国小商品指数”周价格指数点评 15大类价格指数6涨1平

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100.88点,环比下跌0.05点,出口交易价格指数环比上涨0.52点,场内直接交易价格指数环比与上周持平,场内订单交易价格和网上交易价格指数环比分别下跌0.38点和1.48点。

暑假刚过,上周场内客流稍有放缓,学生开学后,玩具类、文化办公用品类、体育娱乐用品类销售呈周期性回落,以周边文具补货为主。受台风天气影响,雨披、雨伞、雨罩等雨具类产品迎来一波补货行情。迎换季,商户正加班加点备货上新,各类秋冬产品销售预热,服饰类、鞋类、日用品类等产品销售上

扬。中秋消费旺季将至,“市内游”政策推行,自驾游产品备受欢迎,帐篷类、地垫类、户外炊具等露营产品现场零售交易增多。“金九银十”到来,专用工艺品类、美术工艺品类等客商备货积极,部分行业如厨卫五金类、五金工具类等外贸需求稳步恢复,近期成交小幅放量。

15大类价格指数6涨1平8跌,玩具类、辅料和包装类、电子电器类、首饰类、针、纺织品类和服装服饰类6个大类出现上涨,最大涨幅为1.09点。工艺品类与上周持平,日用品类、体育娱乐用品类、文化办公用品类、护理及美容用品类、鞋类、五金及电料类和箱包类8个大类出现下跌,最大跌幅为1.05点。在97个二级类别中,上涨比例为35%,下跌比例为33%,持平比例为32%。

## 义乌首届礼品展览会延期举办

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 9月13日,从2022义乌首届礼品展组委会获悉,鉴于全国疫情防控形势及诸多不确定因素,为切实保障参展商、采购商的健康安全和展会成效,原定于9月17日至19日在义乌国际博览中心举办的2022义乌首届礼品、时尚用品

及家庭用品展览会(以下简称:2022义乌首届礼品展)延期举行。具体举办时间,组委会另行通知。

据悉,2022义乌首届礼品展以“面向世界、服务全国”为宗旨,打造义乌特色礼品行业盛会,进一步推动义乌礼品行业国际化、专业化、市场化,扩大影响力,为企业创造更多商机。

# 义乌保税物流中心一线进口稳步增长 进口额60.88亿元 同比增长27%

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 9月13日,义乌保税物流中心入区的集卡车来回穿梭,一片繁忙景象。据统计,今年1-8月义乌保税物流中心实现一线进口额60.88亿人民币 同比增长27%,业务量稳步增长。

装箱、拣选、打包……当日,在义乌凯昌进出口有限公司(以下简称:“凯昌”)的保税仓,数十名工作人员正在忙碌着。“凯昌”主经营进口保健品、化妆品等“洋货”,近年依托义乌优质的营商环境,在陆港集团的大力培育和支持下,企业的订单量及合作商户不断增加,仓储面积也越来越大,设备投入及人员投入呈现爆发式增长。今年1至8月,“凯昌”的销售额是去年同期的三倍。

“今年企业实现逆势增长,其背后原因在于跨境电商行业强大的发展韧性,以及陆港集团贴心的服务,让我们能及时调整策略,积极开拓新的产品线,优化供应链产品,弥补疫情带来的影响。”“凯昌”负责人吴志平告诉记者,1至8月整合发货接近470万单,目前每天单量在2-3万单。随着“双十一”的到来,企业正在积极备货,预计期间单日订单量



义乌海关工作人员对进口商品进行查验

约10万单。

义乌保税物流中心是义乌外贸重要枢纽之一,大量海外商品从这里进入国内市场。当下,疫情防控进入常态化,为减少对入驻企业的影响,陆港集团一手抓防控,一手抓生产,

做到人货共防。目前,园区已与入驻企业建立双向联络渠道,联合义乌海关持续深化“三服务”,积极推动企业有序复工,全力稳企业稳发展。

“近段时间很多企业着急出货,我们实施了查验预约、提前理货、随到随查的举措帮助企业与时间赛跑。”义乌海关保税监管一科四级主办袁弘毅表示,今年以来海关继续推出7×24小时预约通关服务,同时推出跨境电商退货中心仓改革等一系列汇企措施,让企业能够享受政策红利。