

义乌指数:引领经济发展趋势“风向标”

全媒体记者 骆红婷

随着卡塔尔世界杯开幕,世界杯足球赛订单的竞赛已渐近尾声,多数从义乌出口的订单商品基本已经出货,而目前仍有客商不断地联系义乌商家下单补货,多数产品出现供不应求的状态。可以预计的是,世界杯足球赛期间,也会随着各国球队球场晋级状况而出现补单的情况。

“义乌·中国小商品指数”(简称义乌指数)信息系统监测显示,世界杯的影响贯穿整个9月。近年来,通过商品交易形成的义乌指数更是被网友称为“东方神秘力量”,常常成为判断热点事件走向的重要参考指标。

义乌指数引领全球风向

2006年10月22日,商务部正式向全球发布义乌指数。它由价格指数、景气指数和若干单独监测指标指数三个部分构成。义乌指数共选取了40个调查指

标,包括场内、网上、订单、出口成交价格 and 交易额及商品周转次数、资金周转次数、商品毛利率等;采样商品按四级分类,其中大类15个、中类97个、小类542个、细类2203个,每一个细类选择3个到5个代表商品;数据从义乌小商品市场中的3000余家商户中采集,运算与发布工作由义乌商城集团承担。

价格指数以2006年7月份的商品平均价格为基期,基点为100。每周发布一次周价格指数,每月发布一次月价格指数,如果价格指数大于100,说明商品价格上涨,反之则说明商品价格下跌。景气指数每月发布一次,基点为1000点,如果景气指数上升,则说明该行业市场发展态势良好,反之则说明该行业市场发展存在隐患。

义乌指数为政府决策提供了科学依据;为小商品生产商、经销商和采购商提供及时、权威、准确的商情信息;为广大消费者提供最具参考价值的流行元素,引领小商品消费时尚,指引小商品发展方向等。

市场信用指数成为信用经济的“风向标”

从早年走街串巷“鸡毛换糖”,到如今成为知名的小商品集散中心,诚信一直是流淌在义乌人血液里的基因,也是这里市场持续繁荣的生命线。

2008年,全国首个反映商品交易市场信用波动情况的指数——义乌市场信用指数(简称YMCI)对外发布。这是一套反映和量化义乌市场信用变化发展趋势和特征的指数体系。

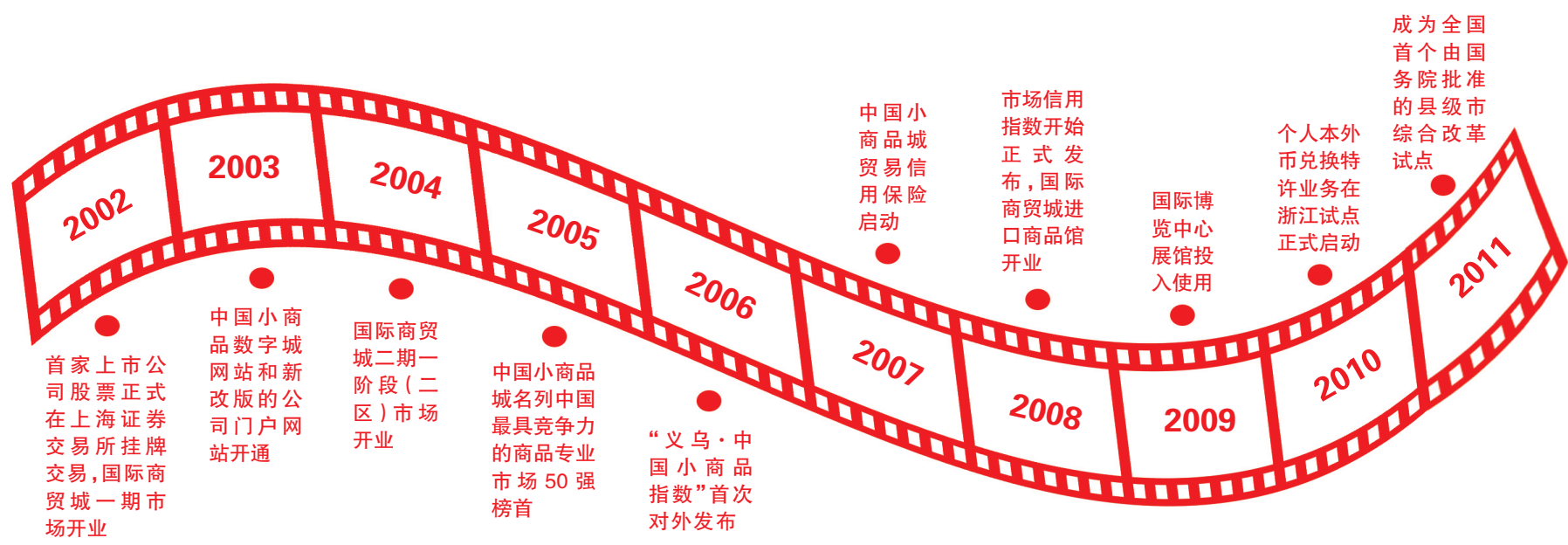
为了综合反映义乌市场经济发展的新成就和新特点,YMCI模型经过几轮深度优化后于2018年确定了新版指数。新版指数由6个1级指标和24个2级指标构成,采用了五色灯和NBW两个预警系统。新的指标体系由原来的“商品质量”“交易活跃”“客商满意”和“风险可控”四个分类指数变为“商品质量”“企业履责”“市场活跃”“市场开放”“市场满意”以及“风险可控”六个

分类指数。目前,新版指数运行平稳,能够更好地反映和监测义乌市场信用发展状况和特征。

如今,信用指数已成为义乌市场经济“软实力”的一大特征。该指数不仅能让义乌市场经营主体及时了解整个义乌市场经济发展中信用状况的变化,为其提供整个商业交易循环的基准和预测的工具,还可以为政府决策提供支持,准确把握信用市场建设发展的脉搏,提高社会大众的信用意识,营造和谐的消费环境。

今年二季度,义乌市场信用指数季度月均值达到177.85点,较上季度上涨13.30%,呈现义乌市场信用逐步上升的态势。该指数上涨,原因主要在于市场开放指数的大幅上涨,从一季度的398.71点上涨至二季度的515.72点,涨幅为29.35%。

如今,诚信包容已经成为义乌精神的重要内容,一个市场、一家企业,只有内强信用管理,外树诚信形象,才能不断积累信用资产,拓展生存、发展空间。



人物

穆罕奈德:20年,见证全新的义乌

全媒体记者 陈洋波

“在阿拉伯商人云集的义乌市,一位名叫穆罕奈德的约旦商人开了一家地道的阿拉伯餐馆。他把原汁原味的阿拉伯饮食文化带到了义乌,也在义乌的繁荣兴旺中收获了事业成功,最终同中国姑娘喜结连理,把根扎在了中国。”

故事里的义乌外商,便是穆罕奈德。2002年,穆罕奈德听朋友说,浙江义乌这个城市有不少来自中东和阿拉伯国家的客商,有中东地区特色的餐馆却不多。穆罕奈德灵机一动:“机会来了!”于是,他和妻子一起到义乌创业。

2002年,正是义乌市场“蝶变”的关键时期。2002年,义乌国际商贸城(一期)正式营业,这是顺应国际化趋势兴起的现代化市场;义乌市委正式

提出“贸工联动”发展战略……

乘着市场发展“东风”,穆罕奈德开了义乌第一家外国人餐厅,渐渐地,穆罕奈德的餐厅在外商圈闯出了名气,生意十分红火。“一开张,生意很好,都是外国人。”穆罕奈德说,餐厅基本上每天早上7时开门,晚上12时关门,每天要接待顾客300至500人。

做生意,不可能一帆风顺。“2008年,正赶上全球金融危机,我们的餐厅经营也陷入了困境。”穆罕奈德说,他们夫妻俩不得不拿出多年积蓄填补亏损,事业一度停滞。为此,他们开了超市、理发店,作了很多尝试,还开了一家外贸公司。

但餐厅始终是主业,他们重新装修了餐厅,设计了菜单,改良了菜品。夫妻俩想方设法招揽新客人,留住老客人。同心协力之下,餐厅度过了那段

困难的日子,恢复了往日的红火。

随着生意的不断做大,穆罕奈德先后扩张、改址多次。从“MAEEDA”“AQSL”“花”餐厅,再到如今的“贝迪”餐厅,一路走来,穆罕奈德的餐厅却从来没有离开过稠州北路。“稠州北路在我眼里,就是义乌最繁华的地方。”穆罕奈德直言。

作为义乌老牌阿拉伯餐厅,“花”餐厅在外商圈中名气不小。很多外商会固定来此吃饭,这里本就是外商聚会的一个好据点。“客商越来越多,餐厅很多设施跟不上了,400多平方米的地方太小了。”穆罕奈德对自身的要求更高了。

如今营业的“贝迪”餐厅,面积有1000多平方米,可同时容纳400人就餐。充满异国风情的阿拉伯美食,不仅受到了外国人的喜爱,也“锁”住了中国

人的胃。就餐高峰期,中国人的用餐桌数占到了70%。

穆罕奈德喜欢交朋友,经常会帮助刚来义乌的外国客商租房、招聘等,定期给他们介绍最新的中国国情、政策和法律法规。由于拥有丰富的“涉外案调解经验”,穆罕奈德受聘于义乌市涉外纠纷人民调解委员会,成为一名“洋娘舅”。

依靠这些年的朋友圈,他能很快把矛盾双方约到餐厅。“我先分别和两边谈,说些好话,先使双方心平气和,然后讲理讲情,事情解决起来就更容易些。解决后,大家一起吃个饭,大部分的事情在餐厅里就能解决。”这是他当“老娘舅”的诀窍。

“现在的义乌,是全新的义乌。”回顾20年来在义乌的经历,穆罕奈德感慨道,义乌发生了翻天覆地的变化。而这一切,都是义乌市场带来的。市场,就是义乌的基石。

童元智:孜孜不倦的追梦人

全媒体记者 林晓燕

头戴棒球帽,身着深色西装,脖子上打着领带,肩上斜挎着一个挎包……坐在眼前的这位中年男子单看外表,略显沉闷。当打开话匣子后,才让人把他与当年叱咤义乌玩具业的那位“秘书长”画上等号。

他叫童元智,出生于1973年。从大学机电一体化专业毕业后,童元智按部就班地去上了几年班,2000年左右辞职开始创业。“可能和学的专业有关,我很快就接触电脑,一直对互联网很感兴趣。”经过一番筹划,他决定进军益智玩具业。

当时义乌市场上大多是塑料拼接玩具,相对比较低端,利润也比较透明。爱学习、善思考的童元智另辟蹊径,一边在材料和包装上花心思,一边准备大胆革

新,将受众瞄向成人休闲益智。比如,把时下流行的电子元素融入传统玩具中。事实证明,他的这步棋走对了。

“当时成功申请了好几个专利,备受同行关注,我这边刚推出一个新品,市场上马上会出现一批跟风仿冒的产品。2003年左右,一个柜的利润大概是20万元,每个月我们公司都能出一两个柜,这还只是外销。”……回忆起当初的“高光时刻”,童元智脸上露出难得的兴奋之情。

这期间,他将篁园市场的摊位搬迁至东江路专业街的店面。在那里,他赚取了第一桶金,很快在丽水有了自己的工厂,还在义乌买了写字楼。随着义乌市场的转型升级,他的店面也从专业街搬至国际商贸城一期E区。

2008年,童元智的出镜率较往年高了许多。“当时,义乌已成为全国乃至全

球玩具产业的产品展示中心和信息中心,也正是因为这个市场地位,所以国内外市场环境的变化,给玩具企业带来了影响,也引起了媒体的广泛关注。”那时,他名片上除了印有“智商玩具公司总经理”外,还有另外两个身份:义乌市玩具行业协会秘书长、中国高级玩具设计师。

“渠道为王,决胜终端。”这是童元智当时经常强调的一个观点。在他看来,随着义乌玩具市场份额不断加大,玩具的质量与安全问题日渐引起关注,而国外对玩具的技术性贸易壁垒也不断增多,如何提升玩具产品质量和核心技术是义乌乃至国内玩具企业应该思考和解决的问题。

“在出口的玩偶中,由于其眉毛上一点油漆铅含量超标,导致了大批量出口玩具召回,给中国玩具产业

带来了惨痛的教训……”童元智回忆说,当年义乌玩具业曾在国际贸易中遭受种种波折,也给他带来更多思考。“我们市场经营户更多的是在扮演‘搬运工’的角色,市场需要什么大家就做什么,很被动。”“玩具产业要摆脱大而不断的现状,需要从品牌升级、渠道建设、产品研发上都占据高地,这样才能不被竞争激烈的市场所淘汰。”

如今,他已涉足电商行业多年。虽到了知天命的年纪,一颗澎湃的心依旧不听天由命。从“店商”到电商的这二十多年,敢想敢干的童元智成功过,也失败过。用他自己的话说,“太会思考是好事,也是坏事。无论如何,要想前进就必须与时俱进……”



全媒体记者 李爽爽

王杨丽,是磐安县九和乡的一位普通妇女,因为需要在家照顾老人和孩子,无法外出务工赚钱。如今的她不仅能在家门口就业,每年还能给家里增加不少收入。对于王杨丽的变化,义乌可谓功不可没。正是因为中国小商品城大量的来料加工业务,王杨丽的人生才有了如此大的转变。

为帮助欠发达地区妇女和困难群体灵活就业,20年前,我市妇联积极在妇女高质量就业创业体系上探索突破,深推来料加工产业,帮助农村低收入妇女在家门口创业就业。

据统计,截至目前,义乌来料加工业务已累计辐射全国20多个省份,年发放来料加工费从几十亿元到百亿元不等。来料加工,成为欠发达地区农民就业致富的新途径。

搭建平台 架起来料加工“连心桥”

义乌,是一座建在市场上的城市。市场内不少经营户的订单都是通过来料加工来完成,业务涉及玩具、工艺品、饰品、围巾等16个大类。

2002年,义乌组织发起“市场带千村、百村联万户”“百万妇女闯市场,来料加工显身手”活动,为妇女发展来料加工牵线搭桥,构建创业平台。随即,全国妇女“市场带千村”项目办公室、全国妇女培训基地、全国巾帼电子商务培训孵化示范基地、全国巾帼电子商务培训基地、浙江省妇女来料加工推广中心、浙江妇女创客园等多个来料加工服务平台相继落户义乌,江苏、山东等5省及省内21个县区在义乌相继设立33家来料加工联络处。

为了搭建供需双方精准匹配的信息共享平台,2006年以来,每年义博会上都会设立全国妇联来料加工精品展专区,并先后举办全国妇女中国妇女手工制品博览会、全国妇女创业就业成果展示展洽、浙江省来料加工业务对接洽谈等20余项大型活动,总成交额达18.8亿元。也正是义博会这个平台,推动来料加工产业完成了从低端加工到高端精品,从照单加工到自主创新的转变。

数字赋能 来料加工插上“云翅膀”

“我公司急需100个妇女帮助完成包布夹子包装,产品业务如下……”日前,义乌市兔叽饰品有限公司在“巾帼共富工坊”平台上发布需求信息后,平台为其智能匹配了丽水市庆元县的经纪人王卫香。不到4个小时,供需解

决,订单完成。这是我市不断提升来料加工产业帮扶质效的一个缩影。从最初信息滞障、需求有限“大海捞针”式服务,到点对点开展需求下沉、服务到家、指导培训的精准服务;到如今的紧抓数字化改革契机,在Chinagoods平台开通对外协作专区,共享来料加工信息,促成线上线下合作……20多年来,义乌在来料加工产业精准帮扶上持续发力,成功架起商家、经纪人与政府之间的“连心桥”,实现全国劳务信息与加工业务信息的无缝衔接。

近年来,市妇联先后打造22家巾帼直播基地、共享217个直播间,组成“直播+来料加工”组合,助力产业转型带动女性发展。

“我们将继续推动来料加工迭代升级,为省内山区26县以及全国欠发达地区妇女发展‘铺路搭桥’,打造有浙江辨识度的巾帼助共富标志性成果。”市妇联相关负责人表示。

