

■ 市场经纬

“义乌包”助力全球游客奔赴“诗和远方”

前2月箱包出口26.9亿元 同比增长26.2%

□ 全媒体记者 吴峰宇
实 习 生 俞又蔚 文/摄

越来越多的迹象表明,早先受困于疫情的全球旅游业正一改颓势,强劲复苏。联合国世界旅游组织近期发布信心指数预计,全球国际游客抵达人数可能恢复到疫情发生前的80%至95%。旅游市场的快速复苏,让各类箱包的需求大幅增加,义乌作为国内箱包出口销售的基地之一,全球采购订单纷至沓来。

近来,随着境外采购商入境便利化,加上义乌开展全球采购商邀约行动,发布涉外服务十项举措,国际商贸城日均进场外商达到了2000多人次,二区箱包区块也迎来了一拨又一拨境外采购商。

据义乌海关提供的数据显示,今年1-2月义乌箱包出口26.9亿元,同比增长26.2%。

全球旅游业复苏
利好义乌箱包行业

“身体和灵魂,总有一个要在路上”。事实上,无论是国内还是境外,各国民众在工作之余,大多喜欢外出旅行探险游览,各类箱包作为随身“工具”装载着“衣食住行”必需物品,是旅行中不可或缺的重要配套。

在全球最大的小商品集散地,义乌箱包行业主要集中在国际商贸城二区市场(义乌国际商贸城分为五个区),约有箱包经营主体2300多家。

“你好,老板娘,我又来订货了。”3月20日,常驻义乌的苏丹外商Aldi又一次来到经营户吴斐斐的店里,这是他今年第三次过来采购女士箱包。看样、定色、询价……双方经过半小时的洽谈,一票外贸订单就此产生。

采购金额二十来万,算是一个中等订单,拿着开单本的吴斐斐满脸笑容地说,今年Aldi已经在店里采购了50万元的货物,采购量明显比去年多,主要体现在数量上,如往年一款箱包只订购10件,今年就增加到15件。

这样的变化得益于全球旅游业的复苏,带来了最直接的“红利效应”。记者了解到,在Aldi的生意中,有三分之二是箱包业务,但



外商在 market 内采购背包

过去三年受疫情影响,他无法来义乌采购,采购量锐减。今年1月8日起,我国正式对新冠病毒感染实施“乙类乙管”,对出入境政策进行调整。得知这个消息后,阿迪第一时间办签证、买机票,赶在国际商贸城开市前抵义。

“在义乌,一切都很棒,我的生意重回正轨。客户的订单也来啦,今年会采购更多的箱包,预计有20多个柜子发到国外。”Aldi说,对于外国消费者来说,外出旅行背包是首选,而行李箱过于笨重,只有长途旅行或商务办公的时候会用,所以背包的需求量会大于旅行箱。截至目前,Aldi在义乌的采购量已经超过了2020年全年。

最近,外商明显增多,订单也回流市场,这是部分箱包经营户的直观感受。

“看我们的订单数据,去年这个时候是260万元,今年达到了300万元,有20%—30%的增幅。”经营户鲍剑玲出口的产品以休闲包为主,客户主要来自非洲、南美等地。她告诉记者,由于疫情防控期间整个产业链的供应和自家工厂产线上的工人有所萎缩,虽然现在箱包外贸市场强势回暖,但目前处于“产能和供应链都匹配不上”的阶段,企业正在积极调整。

据统计,今年以来,义乌常住外国人已重回1万名的高位,比2022年上半年增长约20%。临时入境来义外商也已经突破了1.24万人次。

在采访过程中,部分经营户反馈,疫情防控期间部分境外客商曾经到越南、印度等地采购箱包,但是现在这些客商最近陆续回到了义乌市场。

“箱包产品在国内有完整的产业链,工艺简单的箱包可能会被东南亚工厂拿走,但一些工艺比较复杂、附加值高的箱包产品,国外客户依然选择我们,这是我们的优势,一时半会他们(东南亚)还追赶不上来。”经营户吴厚斌说,逆水行舟,不进则退,大家都在发展中进步,后面就比谁的供应链更加稳定,谁的产品质量好、价格优、创意足。

海运价格回归正常
箱包企业受益扩产

2023年,支撑海运运价飙升的运力短缺状况已经结束,海运价格逐渐回到正常水平。这无论是对境外采购商还是义乌箱包经营户都是利好。

“拉杆箱属于体积大的‘抛物’,每个集装箱只能装下800到1000个成品,很多客户的利润都被运费‘吃掉’,只能提高销售价格,最后由当地消费者买单。”经营户苏燕霖告诉记者,去年10月份,从宁波至南美航

线,每个集装箱的费用是8000—9000美金,因为没有利润,客户不愿意拿货,只能一直观望。今年这种情况得到了改观,从宁波至南美,每个集装箱的费用降至2000—3000美金,而东南亚航线的价格从最高的2000多美元下降到了600多美元甚至更低,基本回到了疫情前的状态。

现在,客户为了装更多的拉杆箱到集装箱,就把拉杆箱分拆为12件套,体积比成品小了一大半,每个标准集装箱可装组装5000个拉杆箱的套件。苏燕霖告诉记者,半成品的拉杆箱被运往南美各国,由当地的工人进行组装加工,然后再拿到市面上销售。这样一来,采购商的利润有了保证,消费者也能买到价格实惠的拉杆箱。

订单的增长,也拉动了箱包工厂生产。在义乌越华箱包的生产车间里,两百多名工人正在五条生产线上,忙个不停。每天,这里可以生产超4000个拉杆箱,但对企业来说,这个进度依然太慢,因为企业的订单,已经排到了7月份。

“订单量在增加,我们墨西哥的客户,之前都是下2个柜子,今年已经有5-8个柜。”企业负责人张永利说,面对订单的增长,今年企业花费上千万元,购买了三条全新的生产线。目前,这三条生产线已经进入到了调试阶段,预计五月份就可以正式生产。



工厂赶工外贸箱包订单。



外商在 market 内看样品。



经营户向外商介绍拉杆箱。

义乌推出数字人民币试点10条举措

力争今年底数币交易额超100亿元

□ 全媒体记者 吴峰宇
实 习 生 俞又蔚

本报讯 3月28日,记者从义乌市数字人民币试点工作领导小组联合办公室了解到,《深入推进义乌小商品市场数字人民币试点工作方案》已于3月22日印发,提出全面提升市场数字人民币受理环境、推动市场数字人民币交易规模大幅提升、丰富数字人民币数字贸易应用场景等10条具体措施。

方案提出,依托成熟的商贸场景,构建多行业参与的数字人民币流通生态体系,在义乌市场线上线下丰富的业务场景内部打造数字人民币无障碍使用环境,助力打造便捷高效、公平竞争、稳定透明的营商环境,丰富和扩大试点工作成效,打造具有全国乃至全球影响力的数字

人民币应用标志性成果。

具体来看,义乌力争到2023年底,小商品市场线下在营商户支付场景覆盖率达90%,线上Chinagoods平台覆盖率达95%以上;小商品市场数字人民币交易金额超过100亿元,交易笔数超过100万笔;在全国率先落地3个标志性应用场景,发布主题硬件钱包。到2024年底,小商品市场线上线下场景基本覆盖,与市场贸易业态深度融合;小商品市场线上线下交易规模实现大幅增长;建成数字人民币预付资金监管、供应链和贸易监管三大平台,形成可复制、可推广的商贸领域应用模式。

记者了解到,在该文件中,商城集团是责任机构之一。义乌市场被誉为“世界超市”,与全球230多个国家和地区保持贸易往来、外向度高达65%以上,支付应用场景非常丰富。

“我们从最初心率先实现全集团业务收款场景搭建,市场缴费类业务、集团旗下酒店、商超等自营业务全面实现数字人民币受理,再到与银行联合开展的专项水电费缴费、商铺费缴费数字币优惠活动,都有效拉动了经营户使用数币交易的频次,数币的安全性、可靠性、便捷性也得到了充分印证。”商城集团相关负责人表示。

今年3月8日,浙江省首台离行式数字人民币兑换机在义乌国际商贸城启用。这台兑换机,能够支持含人民币在内的19种主流币种的兑换,以及身份证、护照、港澳通行证等8类证件,可直接将外币现钞兑换为数字人民币硬钱包,让外贸支付更简单。

此外,商城集团为更好培养数字人民币使用习惯,还立项投入了活动资金,启动发放数字人民币百万红包。目前已开展完成7期活动,结合China-

goods平台、爱喜猫公众号、市场运营公司社群等宣传渠道,辐射人群涵盖采购商、商户、市民等多个人群。

对于数字人民币,义乌人并不陌生。一年来,义乌落地了全国首个全渠道数字人民币免密支付公交场景;在浙江省率先实现数字人民币公积金业务全覆盖。今年3月31日至4月2日,第17届中国义乌文化和旅游产品交易博览会将在义乌国际博览中心举办。记者了解到,为了推动数字人民币的试点工作,展会期间将举办“布文文旅消费节”,首次在展会现场试点数字人民币消费场景。

下一步,义乌将持续强化组织领导,完善政策机制,加强考核评价及风险管控,广泛激发数币参研机构及小商品市场商户的积极性和创造力,让数字人民币更好惠及义乌市场,推动市场持续繁荣。

阿里国际站“十大数字化外贸产业带”公布

义乌小商品产业带上榜

□ 全媒体记者 吴峰宇
实 习 生 俞又蔚

本报讯 3月28日,从义乌市场发展委获悉,阿里巴巴国际站发布“十大数字化外贸产业带”,其中义乌小商品产业带榜上有名。

义乌的小商品具备传统产业链优势,近年来使用数字化外贸工具的比例一路攀升。“2017年时,义乌就有超过一半的外贸老板开始用数字化工具,我觉得现在肯定超过六成。”义乌欧驰进出口有限公司总经理刘名洋表示。他在2019年二次创业的时候,就选择了“纯线上”,完全通过阿里国际站来做外贸。

刘名洋现在还借助阿里国际站的CRM工具OKKI“抓大放小”,从原来的10万客户精简到现在100个客户,销售额依然保持在一两个亿,员工却从原本的凌晨一两点下班,到现在6点准时下班。

在义乌创业十余年的浙江爱度服饰有限公司总经理赖国荣,最近也发现了一个外贸下单成交的数字化加速器,那就是阿里国际站上的

跨境直播,“国外客户只要愿意跟我们视频,就没有一个不成交的”。

当然,这也依赖于赖国荣在爱度的两层办公区城里,完全打通了一条从瑜伽服面料研发、询盘接单、打样生产到仓储物流的全流程链条,只要通过直播带着海外客户“逛一逛”,信任和订单就同时达成了。从当初的“鸡毛飞上天”到现在的“数字化落地”,义乌商人做外贸生意的方式正在悄然发生变化。

阿里国际站总裁张阔认为,未来5-10年仍然是数字化外贸的红利期,数字化将成为外贸商家找到增量的重要方式。

近年来,义乌市场发展委坚持跨境电商的战略性的、先导性地位,加快跨境电商综试区建设,通过强化线上服务平台功能集成、凝聚各部门联动招商合力、广泛搭建“兴商言市”分享会等交流协作平台,大力培育“跨境+直播”新业态等举措,持续推动跨境电商高质量发展。今年1-2月,跨境电商电子商务交易额138.23亿元,同比增长12.12%。

外贸综合服务企业年度申报开始

□ 全媒体记者 杨歌

本报讯 3月28日,记者从市商务局获悉,2023年度外贸综合服务企业认定工作已正式展开。申报截止时间为2023年4月24日。

据了解,2023年度浙江省培育发展的外贸综合服务企业类别分为外贸综合服务示范企业、外贸综合服务成长型企业、外贸综合服务试点企业三种类型。申报企业应满足在浙江省内登记注册、机构健全(示范企业社会保险参保人员不少于11人,成长型企业和试点企业社会保险参保人员不少于6人)、办公经营场所符合业务发展需要、具备一定的外贸综合服务能力等基本条件。

此外,参与申报的企业必须能

够落实浙江省地方标准DB33/T2387—2021《外贸综合服务企业服务规范》相关要求,具备较为完善的内部风控体系。具体包括风险控制团队、风险控制流程、风险控制规则和管理制度等。企业还须遵守信用管理部门规定,未被列入“失信黑名单”,且1年内在海关、税务、外汇管理等方面未发生因违法违规而被下调信用等级等情况。

值得注意的是,2022年度认定的外贸综合服务示范企业、成长型企业、试点企业,都要按照要求重新申报认定。其中,申报2023年度示范企业2022年度代理出口额应在6000万元以上;申报成长型企业2022年度代理出口额应在3000万元以上;申报试点企业2022年度代理出口额应在1000万元以上。

多地新车补贴大战
波及二手车市场

□ 全媒体记者 杨歌 文/摄

3月初,湖北省联合东风集团共同开启的购车季活动如同一块石头砸进平静无波的水面,让传统的销售淡季火热起来,“20万的雪铁龙C6老气横秋,12万的雪铁龙C6成熟稳重”,“去湖北买车”等来自网友的调侃在社交平台上广为流传。

湖北之后,北京、上海、天津、云南、浙江、河南、四川等十余个省市陆续出台补贴政策,同时,众多汽车企业也纷纷卷入此次“降价潮”。

据不完全统计,本轮“降价潮”有超过40家车企,100款车型参与,降价幅度少则几千,多则十几万。

面对此次湖北地区东风系汽车拉开的价格战,全国各地的二手车市场也迎来了新的挑战。近日,记者实地探访了我市二手车交易中心,发现市场内人气并不旺,偌大的展厅中只有零星几位顾客在与工作人员询价。

二手车商邵国华告诉记者,新车的“降价潮”,对二手车交易有着直接的影响,最近国内汽车市场,有个别车型的降价幅度,可以用“疯狂”来形容,尤其是湖北省的车企,优惠力度确实足够惊人。在它之后,也陆续有其他车企开始对部分车型的终端优惠进行调整。“这就给消费者营造了一种假象,新车价格会越来越低。如果能用接近甚至低于二手车的价格买到一辆新车,消费者自然不愿意到市场上来买二手车。”邵国华说道。

另一位二手车商刘重祥对市场客流锐减也深有感触。他说:“最近两周看车的人都很少,大家都在观望,想等等看自己要买的车有没有可能会加大优惠力度。”于是,二月份刚有起色的二手车市场,又一下子变得冷清了。当然,成交还是有,但比往常要少,“2月份卖了将近30台车,眼下3月份已经接近尾声了,可能连2月一半的销售量都达不到。”刘重祥无奈地说。

在交谈中记者了解到,其实本次汽车“降价潮”仅针对部分地区和部分车型,奔驰、宝马、奥迪等热门品牌的价格都没有出现大幅度的降价。“这些品牌也是二手车市场上的大热门,因为新车价格波动不大,二手车的价格自然也降不下来。但是很多消费者不了解汽车降价背后的真相,受到了网上一些言论的误导,才让二手车市场陷入了窘境。”刘重祥说。

面对低迷的市场环境,邵国华也有自己的妙招,就是做直播。从2021年起,邵国华夫妇二人开始在抖音上运营账号,目前已经积累了20多万粉丝,“我通过直播和短视频跟潜在的客户进行交流,一方面是推销现有的车型,给自己引流,另一方面也是希望能扭转消费者对二手车的刻板印象,引导消费者理性看待二手车市场”。随着补贴政策的结束,以及消费者对本次汽车降价潮有了更清晰的认知,邵国华等经营户也相信二手车市场会逐渐恢复往日的景象。



市场内等待出售的二手车