

潮流商品



一只“蛙”
如何走上人生巅峰
——来自义乌市场的一线报道

全媒体记者 杨歌 文/摄

“生活不易,含泪卖崽,私生海龟8元一只,小儿子泳蛙12元一只,大儿子蹲蛙15元一只。”

不知何时起,大街小巷里出现了不少穿着绿色青蛙服的人偶,圆溜溜的眼睛,胖乎乎的脑袋,拖着一串“青蛙崽”气球售卖,他们还会“导演”出不少和其他人互动的场面,滑稽搞笑的样子成了社交媒体上的“流量密码”。因为形象可爱、有趣,大家并不反感这样的营销方式,一场“蛙蛙”狂欢也就此在互联网展开。

不仅如此,这群只在中国出沒的青蛙群体,已经通过网络,在国外火出了圈。具体有多火呢,可能连国宝熊猫,都要暂时屈居二位。一个路人随手拍的青蛙视频,上传到TikTok,就获得了全球1500万网友的点赞。如果以相关标签搜索,你会发现,青蛙们的视频播放数都是以百万次为单位。

于是,义乌市场商户敏锐地意识到:机会来了!

从“过气”到“翻红”

“老板,这个青蛙怎么卖?多少个起批?”“有两种款式,一种是站着的,一种是趴着的。站着的制作工艺复杂一些,价格也更高,批发价5.5元一只,趴着的批发价2.8元左右。”近日,在国际商贸城一区,经营户王青强正一遍又一遍地回答过往客商的问题,名片发了一张又一张。不到10分钟的时间,已经有6、7位客人驻足询价,甚至还有来自朝鲜的外商。王青强说,“这还不是最忙的时候,眼下我还能坐着回答你的问题,前段时间连喝口水的时间都没有,只顾着招待客人了。”

回忆起一季度青蛙崽爆火的盛况,王青强依然历历在目。“当时,我们工厂里几乎所有的产线都用来生产青蛙崽,工人每天加班加点,每天的产量在8000-10000个。”即便如此,青蛙崽依旧不够卖,更别提留下库存了。经营户吴苏梅甚至用“百年不遇”来形容青蛙崽的热销,“全国各地的采购商好像一夜之间全部涌入了市场。我

每天听到最多的一句话就是,‘你家的青蛙崽有现货吗?’”

其实青蛙崽并不是一款新产品,早在七八年前义乌市场上就出现了。这几年间,青蛙崽的表现一直不温不火,为何现在却能打败一众精致的玩具,成为“新晋顶流”?王青强说,这主要还是社交媒体的功劳。去年底,抖音上首先出现了穿着青蛙玩偶服卖青蛙崽的视频,随后,微博、小红书等社交媒体平台也闻风而动,让青蛙崽的热度在今年初迎来了爆发式的增长。“跟今年爆火的另一款产品——蝴蝶翅膀相比,青蛙崽的热度有过之而无不及。”

青蛙崽爆火之后,因其制作工艺并不复杂,不少充气玩具商家都盯上了这块蛋糕。要想在激烈的市场竞争中脱颖而出,最重要的就是价格和质量两个因素。吴苏梅说,“发货前,我们都会严格筛选。先充气看整体形态,再放气进行打包,这样能最大限度保

证我们的产品质量,不会出现漏气、破损的情况。”价格方面,热度最高的时候,趴着的青蛙崽价格曾达到3.8元一只,这也受到当

时原材料上涨的影响。“现在,几毛几分的价格差距都可能影响一笔订单的成交,大家在报价的时候都会更慎重,也有更多商量的余地。”王青强说。



“一种是站着的,一种是趴着的。”经营户展示市面上销售的两款青蛙崽。

青蛙崽的热度还能维持多久?

从指尖陀螺到小黄鸭发夹,再到蝴蝶翅膀,义乌市场从不缺爆款产品。但“遇冷”似乎是所有爆款产品逃不开的宿命。采访中记者了解到,青蛙崽早在去年年底就有成为爆款的苗头。一直到前不久的“五一”假期,青蛙崽都无愧于其“新晋顶流”的称号。眼下半年的时间已经过去,青蛙崽的热度到底还能维持多久?对于这个

问题,经营户给出了不同的答案。

吴苏梅是比较乐观的经营户之一。她说,再过一个月就是暑假,下半年还有中秋、国庆等假期,“青蛙崽对孩子们来说特别有吸引力,所以有假期就有市场。想来青蛙崽的热度应该还能维持一段时间。”但是,最近频繁出现的一些负面新闻也让吴苏梅感到担忧,原因在于这是一种流动兜售玩具的行

为,很可能触犯有关城市管理规定。“如果不允许卖崽青蛙上街,青蛙崽的销量肯定会受到影响,那我们必然要调整生产安排。”

王青强说无法预测接下来的发展。但可以肯定的是,现在市场已经处于饱和状态,售卖青蛙崽的商家几乎都能拿出现货,“我们已经调整了产线,青蛙崽产量约为前期的一半,其他玩具也已恢

复正常生产。”

经营户楼雪芳主营充气游泳圈和充气游泳池,她表示,现在青蛙崽已经热度过去了,自己也并不看好青蛙崽接下来的市场表现,当初售卖青蛙是为了追随市场潮流,“前期我们已经积累了不少库存,库存卖完后再根据顾客订单安排生产,并不会将它作为主打产品来销售。”“夏天到了,我也要回归主业。”楼雪芳说。

记者手记

7.5万个商铺,210万种商品,作为世界超市,义乌市场从不缺爆款产品,也是当之无愧的“爆款制造机”。无论是卡塔尔世界杯赛场上的助威神器,还是奥运冠军同款发夹,义乌市场商户总能敏锐地捕捉商机,从消费端抢抓热点、迅速设计并迭代产品,快速整合资源并调整产线,从而占领整个市

场。而青蛙崽的热销也为义乌市场提供了新的机遇——地摊经济。

眼下,多地已陆续放宽摆摊限制,鼓励未就业人员开设露天摊位,贩卖当地特产、小吃、衣服或玩具,可以预见,随着不少地方“地摊经济”“巷土重来”,义乌小商品也必将在“地摊经济”中大放异彩。



货通全球 资金畅通无忧
义乌举办商务政策宣讲推介会

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 义乌货如何快速通达全球?企业如何保障资金安全?6月2日,由市商务局、商城集团主办的商务政策宣讲暨“义乌货通全球,资金畅通无忧”推介会在国际商贸城四区举行,120家“优质组货人”和A级出口企业参会。

2023年浙江“新春第一会”上,省委明确提出强力推进开放提升,加快打造高能级开放之省,实施“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”,核心就是进一步扩大对外开放,推动贸易高质量发展。市商务局局长杨忠宏在发言时说,义乌将继续推行市场采购组货人、推进外贸公司分类分级、搭建各类平台、加强资源要素赋能等方面发力,支持企业做大做强国际贸易,做大“地瓜经济”。

“义乌外贸发展离不开广大外贸企业的支持,我希望各位与政府同向发力,深度参与以下三方面工作。”杨忠宏表示,首先要打造组货集拼中心,我们会同商城集团计划依托国际数字物流市场建设更多的国际化集拼中心,诚邀广大企业入驻,共同推进东南亚集拼中心等载体。其次是构建海外服务网络,诚邀广大企业参与海外服务网络建设中来,既可以利用自有资源与商城集团平台合作,也可以借助商城集团资源开拓相应市场,再者是推动跨境结算合规化,近年账户冻结问题频发,商城集团开发了义支付项目,供广大企业选择,保障资金交易安全。

就大家关心的扶持政策问题,市商务局出口贸易科科长黄俊侨作了宣讲,着重介绍了出口信用险、境外展、广交会、省级海外仓等政策,与会

企业家在台下认真笔记。

推介会上,Yiwu Pay总经理左刚着重对Yiwu Pay相关业务进行了推介,并抛出重磅产品——“ACP”冻卡无忧计划。他说,Yiwu Pay拥有行业领先的风控体系,能够在交易全链路各个环节进行实时监控,保障市场经营户的资金安全收款,并用专业的支付力量助力义乌广大外贸出海人在全球产业结构调整、贸易竞争加剧的大变局中大显身手。

截至目前,Yiwu Pay累计服务商户37万户,累计资金结算1.3万亿元人民币,服务的国家达96个,已与全球400多家银行达成合作,国际收付主流币种达到16种,打通了跨境人民币支付通道,为市场贸易提供合规、安全、高效的一体化支付解决方案。

“我们是一家科技驱动的平台公司,公司注册资本金5.55亿元,由三家

股东联合成立,其中包括全球最大的小商品批发市场小商品城;全球船队综合运力第一的中远海运;以及全球最大的物流地产商之一普洛斯集团。”智捷元港副总经理、客户运营中心总经理何金法在推介时说,基于对义乌市场的需求,打造了自研自建的数字化跨境供应链管理平台“集合派”,为国际贸易商提供“从贸易订单到最终交付”的端到端、全程可视可控、一站式的综合供应链服务平台、服务于供应链上的各类贸易参与者,赋能客户提升出海竞争力。

现场两个多小时的活动让大家意犹未尽。走出活动现场,国际商贸四区来往的人流、车流,无不预示着市场的蓬勃活力。我们有理由相信,义乌将为90多万市场主体,上下游200多万家中小微企业、以及常驻义乌1.3万名外商畅通出海之路,最终实现“中国货、义乌拼、发全球”的宏伟蓝图。

韩中经济文化教育协会
在义举行签约采洽



全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 有朋自远方来,不亦乐乎。6月4日上午,韩中经济文化教育协会在义举行签约采洽。市外事办、商城集团,以及义乌市中国小商品城商会饰品行业商会、日用百货行业商会、围巾行业商会、线带行业商会进行了签约,并结合采购需求分批进市场参观、采洽。

商城集团市场运营分公司相关负责人表示,在推介时表示,为帮助志合者跨越万里山海,商城集团推出酒店优惠、组团奖励等系列政策;提供仓储、物流、金融、餐饮等全方位扶持,助力全球采购商来义,为义乌经济发展注入新鲜活力,为义乌建成世界小商品之都增添十足动力,“我们诚挚欢迎韩国客商来义投资兴业,商城集团将提供全方位的协助,也欢迎大家旅游观光,到市场走一走、转一转。”

据统计,义乌是国内韩国人集聚最多的城市之一,韩国商人最早于1994年进驻义乌小商品市场。其中,江东街道前成小区称得上是韩国客商的大本营,韩国正宗的烤肉店、超市、理发店、酒店沿街开设,置身于这仿佛身在韩国。同时,义乌同韩国贸易往来密切,增长空间较大。2022年义乌对韩国进出口109亿元,同比增长65.3%。其中出口80.8亿元,进口28.2亿元,分别实现44.4%、183%的高速增长。

义乌—印度经贸推介会举行

全媒体记者 杨歌

本报讯 作为2023中国义乌文具礼品展览会的配套活动之一,6月3日,义乌—印度经贸推介会(文具行业招商专场)在国际博览中心举行。

近年来,义乌与印度经贸、人文交流合作日益密切,通过举办线上线下各类活动保持常态化交流与往来,并取得了显著成效。统计数据显示,2022年,义乌对印度进出口244.01亿元,同比增长38.81%,是义乌出口的第二大目的国。

当天的推介会上,浙江昌潮文具有限公司、义乌小树

苗文化用品有限公司等8家公司负责人围绕企业优势、特色产品等做了推介,并与参会的印度采购商进行了深入交流。

印度采购商Dinesh在义已有20多年,他经营了一家外贸公司,采购商品包括玩具、箱包、饰品等,是义乌各大展会的常客。他说,自己总能在展会上找到自己心仪的产品。“这次来到文具礼品展览会,我发现比往届多了不少供应商,产品也更丰富了。我主要想采购笔、文具盒、橡皮等文具,发给印度的客人,计划采购金额在70至80万元人民币。”

义乌跨境电商2大案例入选
商务部外贸新业态优秀实践案例

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,在杭州召开的全国跨境电商综试区现场会上,公布了《外贸新业态优秀实践案例》评选结果。义乌线上综合服务平台推出“一体化通关+双抬头服务”模式提升中小微企业跨境电商企业出口便利化水平、完善电商园区服务体系激活发展新引擎2案例入选。

此次评选,商务部从全国165个跨境电商综试区报送的大批案例中遴选出30个具有代表性、普适性的“外贸新业态优秀实践案例”。

义乌跨境电商线上综合服务平台,积极探索完善跨境电商服务的全程在线化和数字化,为跨境电商企业、物流企业、电商平台提供便捷、降本、增效、赋能的精准帮扶和服务产品。首创跨境出口“一体化”模式,实现贸易数据全链路可追溯,解决跨境电商企业资金合规、阳光收结汇问题。强化口岸间、跨境电商综

试区之间、关区间合作,推动数据互联互通,打造“一单报全国”数字化样板。更好地满足电商企业跨境出口便利化、合规化需求,持续提升行业竞争力。

义乌电商园以数字化改革为总牵引,通过打造电商“园区—楼宇—村社”三级发展载体,完善联动发展强引领;开展园区综合效益评价,多向评价强管理;成立电商园区联盟,组团对接大平台强集聚;大力强化人才、资金、仓储要素保障强服务,全力打造具有本地特色的电商园区服务体系,充分发挥园区平台集聚作用,推动跨境电商行业高质量发展。中国小商品城·网商服务区获评2022年综合评价成绩突出的国家电子商务示范基地,系浙江省唯一。

下一步,义乌将推动“优秀案例”的复制推广,促进跨境电商规范化发展,不断优化服务体系,争取为跨境电商行业发展贡献更多的“义乌经验”。