



厨具被刘萍娟赋予时尚元素,手上的南瓜锅造型别致。

人间烟火亦出彩 刘萍娟的“锅碗瓢盆”畅想曲

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/摄

每天上午8时,义乌国际商贸城还没开门,义乌市创艺厨具创始人刘萍娟早早来到店铺,开门做生意。这是她经商多年养成的习惯。“每天早半小时开门,晚半小时关门。”刘萍娟的想法很纯粹,如果每天能多接一个客人,一年也许就能比别人多365笔订单。

初见刘萍娟,这个肩披黑直长发,语速飞快的老板娘,正娴熟地招呼着来往的客商。今年50岁的刘萍娟,从15岁开始跟着父亲学做生意。1996年,23岁的刘萍娟敢想敢干,从父母那借了2000元,瞄准厨具行业,出来单干。短短3年时间,她就凭借为10元店提供厨具组合套装这一销售新模式,打开了全新的市场,并赚得第一桶金——200万元。



塔吉锅(tagine)原产于北非摩洛哥,也叫微压力锅,被刘萍娟引进国内改良赋予更多颜色。



设计是产品的生命力,刘萍娟几十年如一日,孜孜不倦地参与厨具产品的设计研发。



刘萍娟接受浙江日报和义乌商报记者的采访。

享改革红利

种种体制机制瓶颈。

2003年7月10日,在省委第十届四次全体(扩大)会议上,习近平同志在总结浙江经济社会多年发展经验的基础上,全面系统阐释了浙江发展的“八个优势”,提出了指向未来的“八项举措”,这就是“八八战略”。刘萍娟从当年的报纸上看到了相关报道,对“跳出浙江,发展浙江”这8个字印象深刻。“那时候我太能理解,心里只觉得省里大力支持发展的,一定是对的,是好的。”刘萍娟说。

这一切,在义乌接下来兴起的一系列改革潮流中得到了印证。义

乌抓住这一机遇,积极实施从“买全国货、卖全国货”到“买全球货、卖全球货”的国际性商贸发展战略。2002年至2005年义乌国际商贸城一期、二期市场相继投入使用,义乌正式步入第五代市场时代。

“当时市场里聊得最多的两个字就是‘开放’,外商都进来了,我们也要走出去。”扎根国内市场的同时,刘萍娟把更多的精力投入了海外市场的开拓上,她带着自己生产的厨具样品去欧洲、美洲、东南亚等地,一路推销,“最多的时候,一个月就得出国四五趟。”刘萍娟说。

走出去,不仅能掌握国外客户的审美、喜好和习惯,还可以把国外的热

销产品带回来研究,在借鉴的基础上加入自己的设计元素。

当刘萍娟忙于奔波海外之际,在“八八战略”的指引下,义乌成了浙江“强县扩权”的先锋,不断释放市场活力。为义乌小商品量身打造的“市场采购贸易方式”来了,配套外贸出口和物流运输的义乌海关办事处成立了,“义新欧”中欧班列开通、纳入浙江自贸试验区范围,全国首创出口退税备案单证数字化管理……“小孩子成长太快,而衣服太小,得‘给成长快的孩子换上一件大衣服’。”刘萍娟对这句当年在义乌耳熟能详的话同样记忆犹新。

小店铺变成大企业

“欧”中欧班列的开通,不仅大大提高了义乌小商品的知名度和出口效率,也让很多外贸出口公司在运输渠道选择上更加多样化。

在距离义乌1635公里菲律宾马尼拉,有一个微型的“义乌市场”——在占地约1万平方米的海外仓里,义乌企业备货上万款产品,其中包括刘萍娟的厨具。“我很多东南亚客户,不用来义乌,在‘家门口’就能看样、选品、下单。”刘萍娟说。

如今,这样的海外仓,义乌已经在50个国家设立了210个。它们就像“地瓜经济”伸展在世界各地的藤蔓,汲取着更多的阳光、雨露和养分。

为了在这“烟火气十足”的行业

里玩出彩,刘萍娟每年还把40%多的利润投入产品研发之中,坚持聘请知名设计师参与厨具的全程研发、设计及工艺创新,在确保产品品质及实用性的基础上,融入现代的时尚美学设计元素,提高产品的美观和现代生活品位。

数据显示,2012—2022年,义乌进出口总额从590.8亿元跃升至4788亿元,其中出口额从569.1亿元跃升至4316.4亿元,增长6.58倍。创业至今,刘萍娟的店铺从原来的几平方米拓展到如今的500多平方米,门店有二三十家;产品品类也从十几种发展到现在的上万种。

生意越做越大,站在浙江打造国

内大循环战略支点、国内国际双循环战略枢纽的时代背景下,刘萍娟开始关注更宏观的问题——国内品牌如何在国际市场争夺话语权。

凭借代理德国双立人、韩国乐扣乐扣等众多一线品牌的经验,刘萍娟与星宝企业、发现者工具等一批义乌品牌企业共同发起了国际品牌联盟,目前品牌数量已近60个。“这个由义乌市场各行业精英自主联合发起的异业联盟,目的就在打破同行间的壁垒,实现品牌间的资源共享、多赢合作,以点带面促进义乌市场各行业发展,助推义乌商贸业转型升级,增强义乌本土品牌在国际市场上的竞争力。”在刘萍娟看来,品牌强则企业强,企业强则国强。

这场“喜事”在义举办

这个夏天注定火热,义乌会展业正在快速升温。7月11日,为期三天的2023中国义乌喜庆用品博览会(简称:义乌喜博会)在义乌国际博览中心举行,上千名国内采购商涌入展馆,他们一边认真地看着展馆路线图,一边快步从记者身旁走过,摆手婉拒采访。他们手中的路线图,更像是一个藏宝图,寻宝的路上容不得一丝耽搁。据悉,本届义乌喜博会展览面积3万平方米,设置标准展位近1000个,汇聚了喜庆、节庆用品全品类产品。

全媒体记者 吴峰宇 摄



开栏的话:

今年是“八八战略”实施20周年。

20年来,在“八八战略”的指引下,义乌用市场无形之手和政府有形之手“点石成金”,孵化出超97万市场主体,7.5万个商位,26个大类、210多万种商品,建成全球最大的小商品市场,打造义乌“地瓜经济”主根基。今日起,本报推出《商亦有道》栏目,以市场经营户的亲历故事,立体展现市场的精彩蝶变,深刻感悟“八八战略”的真理力量和实践伟力,激励市场经营主体以勇立潮头的胆识和气魄、永立潮头的境界和追求,努力以“两个先行”打造“重要窗口”,续写好“八八战略”这篇大文章。敬请关注。

商亦有道

2023年度外经贸发展专项资金开始申报

□ 全媒体记者 杨歌

和国技术进出口管理条例》(国务院令第331号)规定的条款。进口目录中“鼓励发展的重点行业”项下的设备,未列入《国家投资目录项目不予免税的进口商品目录(2012年调整)》(财政部、国家发展改革委、海关总署、国家税务总局公告2012年第83号)。符合以上条件的进口产品及技术总额不低于50万美元。

对符合以上条件的进口产品及技术给予贴息方式支持。贴息本金以符合规定条件的产品或技术的进口金额乘以人民币汇率计算。申报项目汇率按中国人民银行公布的2023年6月30日人民币汇率中间价为计算依据。贴息率按照不超过中国人民银行公布的2023年6月30日前最近一期人民币一年期贷款市场报价利率(LPR)计算,贴息金额按照贴息本金乘以贴息率计算,每户企业不超过6000万元人民币。

申报截止时间为7月14日。

上半年义乌海关共核放小额小批量货物3.4万批

同比增长64.9%

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 7月11日,从义乌海关获悉,今年1—6月,义乌海关共核放市场采购小额小批量货物3.4万批,同比增长64.9%。

众所周知,义乌被誉为全球最大的小商品集散中心,每天有超过1000个标箱的货物从这里运往全球。其中不少集装箱内装运着多达几十种小商品,货物具有来源广、品种杂、数量少、货值低的特点。按照常规出口模式企业需要分别对其中的法定检验商品进行商品检验后才能报关出口,需要耗费不少时间、资金成本,是小微企业出口面临的一大难题。

“企业有所需,我们有所为”。为解决这一难题,义乌海关多次开展实地调研,创新监管改革思路,市场采购小额小批量监管模式改革应运而生:

市场采购单一商品符合货值不超过1000美元或是重量不超过50公斤等条件,可适用小额小批量政策,实施检验检疫自动审单、快速签发电子底账。通关时间和成本进一步的压缩,极大激发市场活力。

记者了解到,小额小批量监管模式契合市场采购出口法检商品面临的商品品种多、单一品种数量少、通关时效要

求高的实际需求,也与义乌灵活的市场生态非常适配,自推出以来受到小微企业欢迎。

义乌市铁龙报关代理有限公司业务员黄晶丽介绍,公司接的订单大多是竹木草制品,单批数量少、品种多、货值低,这样的小订单国外客户市场需求很大,但是竹木草制品出口需要获得电子底账才能报关。通过小额小批量方式出口,公司可以直接在义乌市场采购贸易联网信息平台申报,快速获取电子底账。“从发送检验检疫申请到获得电子底账最快只要30秒,大大节省了时间和费用。”黄晶丽说,“现在办理市场采购小额小批量业务更加方便了,今年我们公司生意一直很好,出口业务量明显增多,服务的客户数也有所增加。”

据介绍,义乌海关落实海关总署要求,去年起简化优化小额小批量适用条件,将企业范围调整为除发货人海关企业信用等级为失信企业以外的均可适用,进一步扩大小额小批量出口企业的适用范围,帮助企业用好用足海关监管政策,释放改革红利。同时,推动地方政府完善市场采购贸易联网监管平台,企业可一站式完成企业注册、经营场所和管理制度的备案、申报、接收回执,进一步提高通关效率。

“义乌指数”周点评

15大类价格指数 6涨8跌1持平

□ 全媒体记者 吴峰宇

据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为100.85点,环比下跌0.13点,网上交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别下跌2.86点和0.19点,出口交易价格指数环比上涨0.05点,场内直接交易价格指数环比下跌0.29点。

随着七月的来临,天气变得炎热多雨,市场需求进入传统淡季,本周价格指数持续下滑,但市场的供需格局逐渐转变,由“供需双旺”向“供强需弱”转化。暑期学生紧张的学业压力,各类产品的销量稳步攀升,特别适合多年龄段及全家消费的儿童用品销售量明显增多,包括可以根据孩子成长调整的学习桌椅、学习机、台灯、帐篷和房车等产品有显著提升。

在气温不断攀升的同时,夏日防晒成为近期的消费热点。除了防晒霜、防晒衣和冰袖等产品热销外,越来越多的车主也投入资金为爱车做“汽车防晒”,汽车美容市场规模不断扩

大,窗膜、隐形车衣、改色膜等产品需求急速增长。针纺织用品作为义乌商贸城的传统支柱产业之一,目前仿醋酸、石墨烯、真丝系列的环保面料非常热销,据商家反映,今年的订单排期很满,销售处于稳中有涨的阶段。随着消费结构的不断变化,人们的消费潜力不断释放,各种化妆品、文化办公用品和体育休闲用品等升级消费品持续热销。夏季鞋类产品供需旺盛,保持稳健增长,各类新款凉鞋、拖鞋和平底鞋,以及新兴的洞洞鞋依然畅销,带动鞋类产品销量上涨。

15大类价格指数6涨8跌1持平,玩具类、护理及美容用品类、鞋类、日用品类、针纺织品类、工艺品类6个大类出现上涨,最大涨幅为1.52点;箱包类、文化办公用品类、体育娱乐用品类、首饰类、辅料和包装类、五金及电料类、电子电器类、钟表眼镜类8个大类出现下跌,最大跌幅为1.88点;服装服饰类指数与上周持平。在97个二级类别中,上涨比例为30%,下跌比例为29%,持平比例为41%。