第29届义博会各项工作有序推进

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 10月10日,距离第29届中国义乌国际小商品(标准)博览会(以下简称:义博会)开幕还剩十多天时间,目前展会各项工作有序推进。本届展会共吸引来自全国20个省市2400余家企业参展,设立标准展位超3700个,并采取线上线下同期举办形式,将重点邀请优质参展企业同步开展线上推广洽谈活动。

第29届义博会将于10月21日—24日在义乌国际博览中心举行。展会由中华人民共和国商务部、中国国际贸易促进委员会、国家标准化管理委员会、浙江省人民政府、中国轻工业联合会、中国商业联合会等联合主办,浙江省商务厅、浙江省市场监督管理局、中国国际贸易促进委员会浙江省委员会、义乌市人民政府等共同承办。

本届展会展览面积达10万平方米,其中开设9个展馆,包括1个主题馆,8个商品贸易馆及中央连廊展区。展品涵盖日用消费品、体育及户外休闲用品、玩具等。值得一提的是,今年义博会新设小商品创新精品馆,以及标准主题馆、供应链、直播电商服务等特色展区,另有多场创新配套活动,推动企业交流合作,预计到会采购商超12万人次。

作为义博会的"老朋友",义乌市场官方平台Chinagoods将集中展示AI人工智能在小商品产业供需两端的落地应用场景。"我们展示AI技术变革的时代背景下,义乌基于40年市场贸易的真实数据沉淀,助力市场数字经济发展,同时备受期待的数字人老板娘也会亮相。"商城集团大数据公司相关负责人表示,义博会举办期间,商城集团还将在国际博览中心二楼举办义乌小商品城贸易产业AI应用生态大会。

据介绍,义博会创办于1995年,是经国务院批准的日用消费品类国际性展会,每年10月21日—24日在义乌举行,已连续举办28届。义博会是亚洲领先的日用消费品展会,是商务部举办的三大出口商品展之一,先后被评为中国十大最具实力贸易进出口展览会、中国管理水平最佳展会、中国参展效果最佳展览会、最受关注的十大展会、最佳政府主导型展会和中国十大最具影响力品牌展会等,并获得了国际展览联盟(UFI)的认证。

"世界超市"出口忙

10月10日,在紧邻国际商贸城的义乌港海关监管场所,满载各类小商品的集卡车有序驶离,启程前往宁波舟山港装船出海。

数据显示,9月下旬以来,义乌小商品迎来出口高峰,义乌港日均进出集装箱达到1400个,环比8月增加37%。"双节"假期后,日均进出集装箱量已恢复至节前水平。据介绍,为保障节后出货高峰,义乌海关不断强化监管优化服务,推行无纸申报,清零随附单证,开放7×24小时预约通关,货物"即到即查",实现快速验放,确保高效通关。

全媒体记者 吴峰宇 摄

我市2022年度金牌银牌组货人名单公布

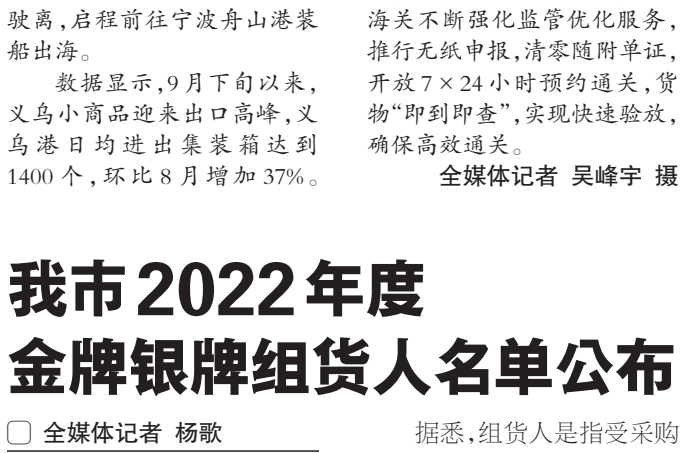
全媒体记者 杨歌

本报讯 10月10日,记者从商务局获悉,为加强市场采购贸易组货人企业培优扶强,推动组货人企业多做贡献,市商务局根据相关规则,以组货业绩和信用等数据,共评定30家企业为2022年度市场采购贸易金牌组货人和银牌组货人。

其中,浙江盈和国际物流有限公司等12家企业被评为金牌组货人。浙江伊曼供应链管理有限公司等18家企业被评为银牌组货人。获评企业可以享受10万元至50万元奖励等政策扶持。

据悉,组货人是指受采购商或者其代理人委托,对市场采购贸易方式出口货物组货装箱的经营主体。根据市场采购贸易组货人制度框架,按照分级分类、差异化培育原则,我市设置了一般组货人、认证组货人、金牌银牌组货人三个层级的组货人"金字塔"。其中金牌、银牌组货人是最高层级,可享受最多政策扶持。

商务局有关负责人表示,借此机会,希望广大组货人企业能够持续规范经营,提升自身实力,助力我市打造全球小商品集拼中心,为义乌外贸高质量发展作出贡献。



首届婚品博览会成交额超七千万

10月10日,为期三天的2023中国义乌首届年饰、婚品交易博览会闭幕。本届展会展览面积10000平方米,共设国际标准展位395个,参展商145家。据统计,展会3天共吸引专业采购商3万人次,成交额超7000万元。

全媒体记者 吴峰宇 摄

市场经纬

一物多用 创意引流

"萝卜刀"何以成爆款

全媒体记者 龚双妍 杨歌 傅柏琳 文/摄

"咔!咔!咔!弹出'萝卜刀',纵享无尽丝滑。"近日,各大网络社交平台出现了一位玩具届新顶流——"萝卜刀"。

"萝卜刀"这个名字,不少家长可能是第一次听说。但只要问一下孩子,他们基本都能说得头头是道。最近,很多小学生、中学生都会购买这款网红玩具玩耍,甚至有的成人也爱不释手,还称其为解压玩具。"萝卜刀"是一款由塑料3D打印制成的仿刀玩具,因其外形酷似胡萝卜,并且是借助自身重力实现刀体滑动,所以也叫"重力萝卜刀"。

抖音相关搜索界面中"萝卜刀玩具合集"有4.9亿次播放量,热度最高的几条相关视频达到120万点赞,11万条评论。正当许多人还在纳闷"'萝卜刀'究竟有什么好玩的"之时,义乌作为"爆款制造机",乘着流量的加速度,迅速扩张"萝卜刀"市场的版图。在淘宝、拼多多等电商平台搜索"萝卜刀"商品,共有两万余家店铺从金华发货,销量最高的几家店铺几乎都是从义乌发货。

各式各样的"萝卜刀"玩具

家家有现货 成为销量王

走进国际商贸城一区,记者看到不少店铺都贴出了"萝卜刀现货出售"的标签。经营户林少虹回忆说,大概三四个月前,"萝卜刀"开始在市场上流行起来。"热度最高的时候,每天能卖出七八万个。即便到了现在,每天的销量也有三四万。"

不仅在批发市场上随处可见,线下也有不少文具用品店将"萝卜刀"摆在店里的"C位",夜光款、合金款、印花款和各种尺寸的"萝卜刀"应有尽有。"最近几个星期,'萝卜刀'是我们店里的爆款,有很多学生一进店就询问有没有'萝卜刀',简直是供不应求。"记者走进了一家位于小学门口的文创用品店,店主告诉记者,销量好的时候一天可以卖三四十个,从开卖到现在已经补货了四五次,每次市场上都会更新款式,其中又属合金款和印花款卖得最好。"坐拥国际商贸城,义乌总是能迅速嗅得商机快速设计出各种爆款,我们做线下零售店也是跟随着义乌市场的风向而动。"店主表示,看样品、订货、拿货,在义乌都有着得天独厚的便利。

商家展示新款"萝卜刀"。

记者手记

爆款终会冷,创新永不停

今年以来,无论是"充气青蛙"还是演唱会上的"点点星光",抑或是美妆行业大火的"下睫毛印章",无不体现了小商品创新的"义乌速度"。广大网友纷纷喊话"义乌配享太庙",而义乌为什么"配"?爆款往往产生于变幻莫测的市场需求,考验的是全产业链的协同配合能力,而义乌拥有一条完整的生产、销售、包装产业链,从设计研发,到开模打样,再到上架销售,实现产品全链条一站式打造。随着产品的热度逐渐攀升,产业链也随之加快生产速度,根据需求调整细节,跟上热点的脚步,使得消费市场的多元版图无限扩张,让更多创意、创新的产品实现创造。

然而,任何一个爆款产品似乎都逃不过"遇冷"的命运。曾经风靡世界的指尖陀螺,如今也只化作经营户的一声叹息:"卖不动了。"热度会消减,需求会转移,但如何令产品发挥其最大的消费属性,这就需要创新的不断引领。创新是引领发展的第一生产力,"萝卜刀"从最开始的普通塑料款式,到夜光款、萝卜剪刀款,再到如今能应用在学生课堂中的"萝卜刀"橡皮,是义乌商户不断赋予了产品更强的生命力。

炫技解压新玩法 "是否安全"引热议

看似简朴的"萝卜刀"究竟有何特别之处,能够打败一众精致的玩具成为新晋顶流?记者在不同年龄段的受众中找到了答案。首先,"萝卜刀"的造型花样繁多,款式新颖,拿在手里把玩小巧可爱,圆墩墩的形状和大胆的撞色配色让人不禁想到"萝卜"的模样。其次,"萝卜刀"一甩便"出鞘",再一甩便隐藏的玩法考验手速和技巧,不论在大人还是小孩当中都是"炫技"的热门选择,滑轨的流畅程度以及把玩过程中清脆的"咔哒"声也能够起到解压的作用。最重要的是,"萝卜刀"的热度在网络社交平台上迅速发酵,班里同学、身边朋友人手一个也使得"跟风"情结作祟,逐渐使"萝卜刀"成为社交娱乐的热门玩具。记者在采访过程当中,遇到不少边走路边把玩"萝卜刀"的小朋友,他们相互交流,切磋炫技,小小的"萝卜刀"也能给他们带来大大的快乐。

就在"萝卜刀"风靡校园的同时,一场关于"'萝卜刀'是否带有安全隐患?"的争论也在网上展开。有网友认为,"萝卜刀"虽为塑料材质,但其尖端较硬,玩耍时可能造成身体损伤。还有网友认为,对于年龄较小、还没有形成安全意识的孩子来说,可能会激发孩子的暴力倾向,增加了他们拿到真刀时做出同样举动的风险。因此有学校下发通知,不允许学生将"萝卜刀"带进校园。

对此,义乌市场经营户王雁表示,就玩具本身而言,其上市前均经过检测,符合相关标准。王雁商铺中的"萝卜刀"除了在颜色和图案上多做变化,还巧妙地将"萝卜刀"中的刀片换成了橡皮,赋予其文具属性的同时,也一定程度上降低了危险系数。专家提出,如果孩子喜欢"萝卜刀"此类玩具,应在家长的监护下玩耍。对于使用过程中可能出现的一些问题,特别是危险动作,家长和老师还须做好引导,教育孩子们在玩耍时,注意方式和力度,不在容易导致意外发生的场景玩,避免伤害到眼睛等身体脆弱部位。

热度随风起,起落莫有知。"萝卜刀"的这波热度究竟还能持续多久,即便是"身经百战"的市场经营户也很难给出确切的时间。但可以预见的是,等到下一位"顶流"登场,义乌市场商户又会敏锐地捕捉商机,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。

如何应对"萝卜刀"热?我市某心理咨询工作室负责人表示,"萝卜刀"的流行与孩子们的猎奇心理密切相关,成为他们互相沟通的纽带。从风靡的指尖陀螺、盘珠,到如今的"萝卜刀",诸如此类,家长、老师不能不闻不问,但也没必要过分较真,建议将这种现象作为一种成长历程中的阶段性提醒。

市场监管部门建议家长选购玩具时,尽量购买有"3C"标志的玩具,运用质量与认证知识安全使用甄别真伪,并关注玩具的品质安全、适用范围、使用方法等。同时监管部门也会关注群众反映强烈、社会舆论关注和风险较大的儿童和学生用品,做到及时介入、加强监管。

天冷了,"暖经济"升温

篁园服装市场秋冬款服装占"C位"

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 本周,气温骤降让市民感到阵阵凉意,商城"暖经济"日渐升温。10月9日,记者走访篁园服装市场发现,男女(儿童)款秋冬装已经全面上市,夏装纷纷开启"甩货清仓"模式,商家们采取满减等方式吸引顾客。

"老板,羽绒马甲10套。""打底衫还有现货吗?"当天上午10点,在篁园服装市场三楼一家精品店,老板徐小建忙得不可开交。中秋国庆长假后,每天接待客户有200人次,全部来拿秋冬款女装,一天销售近1000件,以至于热销款基本没货,现货要等很多天。

今年的女款秋冬装流行的色调以深色为主,彩妆毛衣、韩版风衣、蕾丝长裙、雪纺打底衫、短袖衬衫、牛仔短裙颇为畅销。在经营户汪建民的服装摊位,卖得最好的是牛仔短裙和薄外套。"牛仔系列是经典款式,一直非常受消费者欢迎,今年也卖得相当好。"汪建民说,一多半到店客人是来采购牛仔系列秋冬服装的,一天拿货在200套左右。

在经营户傅碧芳的摊位,货架上摆满了秋冬款男装,随着气温骤降,店里的生意也开始火起来。"我们8月上秋款,10月底上冬款,以工装户外、韩版学生、时尚潮流三个品类为主。节假日期间,无论是批发还是零售都不错,客人以金华地区为主,辐射省内其他县市。"傅碧芳说,服装业靠天吃饭的属性正在受到气候变化的挑战,其中在暖冬的趋势下,秋冬款服装的销售周期缩短,趁着冷空气"帮忙",加大销售量,薄利多销成为必然选择。

据悉,气候变暖已成为全球趋势。经济学界有"一度效应"之说,气温每变化1℃,商品的销量就会随之发生较大改变。服装行业及时掌握气候变化,建立预警机制,调整产品结构,合理安排销售策略,已成为一道必须思考的课题。

这几年,直播在服装行业的渗透率很高,篁园服装市场商户也积极参与,在社交平台发布不同季节的服饰搭配,积攒了大量的粉丝,从而转化为订单。

当天下午,在一家女装店铺,店员珍珍和乐乐打开快手和抖音社交平台,开始了一天的直播销售。两人熟练地和粉丝互动热场后,随即开始展示最新款的秋冬款潮服。"什么价格?""包邮吗?""怎么拍?"一会儿工夫,两人的直播间已有2000个网友在线围观,还有粉丝不断刷屏询问,她们一边亲身试穿衣服,一边回答问题,跟线下销售一样自然。

据悉,直播是市场内新兴的销售渠道,已有几十家女装店主在快手、抖音、蘑菇街、淘宝等平台试水直播销售,粉丝量也从几千到几十万不等。其中,粉丝量最大的已有粉丝30多万,已然成了不少人眼中的"网红"。

"我在朋友圈经常分享店内新款服装,一整套色系搭配,通过粉丝点赞量、收藏量等方式不断调整直播风格,让产品与客户的需求越来越贴合,客户在通勤、日常碎片时间形成浏览、互动,消费行为随时随地可能发生。"经营户王凤云说,商户不仅是服装的销售者,也是消费者的"穿搭顾问",直播是一个很好的展示平台,希望大家多多尝试。