

汇聚小商品 铸就大市场 再创新辉煌

展示义乌市场创新趋势 新场景新业态亮相义博会

全媒体记者 龚盈盈 文/摄

“数字人”虚拟主播不间断进行直播,供应链服务展区内人头攒动,电子大屏实时显示“义支付”的交易数据……10月23日,记者在第29届义博会上看到,一批新场景、新业态亮相义博会,现场赚足眼球,吸引了众多客商问询、洽谈。

记者了解到,在本届义博会上,通过展示义乌市场建设、数字贸易、跨境支付等商贸体系,“义新欧”、义甬舟、全球贸易网络等开放体系,市场采购+跨境电商、供应链、直播等新业态模式,让到会客商了解义乌在创新业态、优化机制、赋能服务方面的努力和成就,感受义乌成熟、齐全、便利的内外贸综合环境,促进更多客商选择义乌,促成更多贸易以更低成本、更快时效下单履约。

“数字人”赋能直播

在义博会C馆AI数字展区,不仅有传统的人工主播进行产品推介,“数字人主播”也精彩亮相,引得客商纷纷驻足观看。在“供应链——直播电商”的Z114展台上,只见一个个竖屏的电脑直播间里,一位位男主播、女主播正用一口流利的普通话热情介绍着产品,他们表情丰富、口音地道,脸上没有一丝疲倦。这实际上,是浙江硅量科技有限公司带来的一款AI数字人产品。

近年来,随着“元宇宙”概念的大火,动漫、文旅、政务等多领域都



“数字人主播”不间断进行直播。

在积极开发虚拟人形象。一些科技公司敏锐地嗅到商机,通过打造元宇宙新消费场景、发展数字人虚拟人,催生了一批新业态新模式。

“我们公司打造的数字人分身,是通过AI技术复刻真人,整体外形都与真人相似,可代替真人出境,可用于长视频、短视频制作,还有直播领域。每个用户可以结合个人数据进行训练,数字人就会模拟你的动作、表情、口型、声音等。”浙江硅量科技有限公司数字营销负责人告诉记者说,在直播领域,如果能突破目前平台的规则壁垒,AI数字人可长时间不间断的直播,能够完成平台的直播时长任务,还可以获取各个时间段零散的自然流量,大幅提高了直播效率,降低了企业人工成本。

从“买卖全球”到“支付全球”

在“AI改变商业”主题展D展区,“Yiwu Pay”(义支付)展台上的数据大屏十分吸睛,上面滚动播放着义支付成立至今,国内支付业务与跨境支付业务所沉淀的业务成果。

据悉,Yiwu Pay自今年2月品牌发布以来,始终坚持以市场主业为核心,探索打造具有义乌特色的全场景、全链路、数字化的综合贸易平台。目前,业务覆盖100多个国家和地区,国际收付主流币种达到20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。

“在大屏幕上的跨境支付板块,采购商能清晰地看到一笔笔通过Yiwu Pay交易数据。”现场工作人员介绍

说,这些交易来自东南亚、中东、拉美,主流的支付币种按累计交易金额数量排名,从美元到离岸人民币、到欧元等动态呈现。一张图、多模块,Yiwu Pay为所有采购商直观地展现全球跨境支付网络,共同看见义乌外贸从“货通全球”走向“支付全球”。

供应链集群促市场升级

得益于义乌各方面的优势,近年来,义乌供应链行业发展势头强劲,成为义乌市场高质量发展的“助推器”和“稳定器”。为此,本此次义博会的“供应链——直播电商”展区,将供应链行业成块状呈现,充分体现集聚效应。

浙江托尼供应链管理有限公司是一家专注于中印贸易的现代化供应链公司,从2013年成立至今,托尼公司专注于中印贸易,现已成为集物流、快递、仓储、公益于一体的专业化、现代化运营公司,并已累计服务600余家印度公司。“每天都有百来名客商前来咨询、洽谈,包括外商、中国客商等,我们参加展会也是为了展示公司的服务、品牌,让中印贸易更简单,为义乌市场建设世界小商品之都出一份力。”托尼公司客户经理全自有说。

在该展区,记者看到,除了主营物流专线、集拼分拨的物流型供应链服务企业,还有经营选品设计、集采分供的贸易型供应链服务企业,通过数字化平台、贸易全链条履约的平台型供应链服务企业等,他们都将为稳定义乌市场的产业链、供应链奠定了坚实基础,有力促进市场转型升级。

义乌小商品城贸易产业AI应用生态大会举行

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 10月22日下午,作为第29届义博会重要配套活动之一,义乌小商品城贸易产业AI应用生态大会在国际博览中心举行。AI领域代表及科技界“大佬”参会,并作主旨演讲,探讨AIGC(AI-Generated Content,AI技术生成内容)给商贸产业带来哪些可能。

义乌作为中国最大的小商品集散地,一直以来都是贸易行业的重要枢纽。AIGC人工智能将在义乌小商品产业供需两端的落地应用,引发了大家对义乌数字贸易的更多想象。市数据管理中心主任王红华表示,义博会期间,全球首个商品贸易领域大语音模型,以及Chinagoods 2.0智创服务平台、商城集团AIGC系列应用产品发布,让大家充满期待。在数字贸易领域,语言的理解、文本的创建、图片的识别、海报和视频内容的AI智能生产、数字人直播等技术,给商家和用户都来了巨大的惊喜。其实,AI

的创造力能给义乌商贸领域带来更深层次的实际应用意义,会加速推进义乌产业的智慧化升级,让义乌在未来的商业竞争中具有更多的机会和优势。

随后,Yiwu Pay副总经理张雯晶、浙江智捷元港国际供应链科技有限公司COO兼CIO王元、中国邮政集团浙江省分公司朱丹丹分别作了题为“智慧AI可信支付”“智捷元港AI应用”“中国邮政AI应用”等主题演讲,引发与会人员思考和关注。

值得一提的是,大会还举行了战略合作签约仪式。清华面壁团队、人民大数据、中国邮政及12家国内头部的AI应用服务商进行合作,纷纷聚焦AI人工智能新技术在小商品产业供需两端的落地应用。大家表示,义乌市场是国内最大的AI创新落地应用场景,他们十分看好义乌市场的潜力和创造力,未来将携手为义乌数字贸易提供更多的人工智能解决方案,打造新的“AI+产业应用”。

广交会第一期落幕 义乌企业满载而归

全媒体记者 杨歌

10月19日,为期5天的第134届广交会第一期闭幕。义乌共有51家企业参加第一期广交会,收获了不少订单。根据组委会统计,截至10月19日,来自全球210个国家和地区的境外采购商线下到会超10万人,到会人数比第133届同期大幅增长。其中,来自共建“一带一路”国家采购商近7万人,比第133届同期增长65.2%。

义乌鹏诚进出口有限公司是一家主营五金工具的企业,外贸份额达95%,负责人范珍珍说。展会期间共接待了200余位外商,大多来自共建“一带一路”国家。

范珍珍还分享了一个现场趣闻。前来洽谈的外商中,有不少老客户此前一直在线上与公司的业务员保持联系,却从未在线下见过面。聊着聊着,双方突然发现,彼此就是在线上对接的人。一位外商甚至用中文表达了自己的惊喜,“我们都是好朋友!”

广交会的超高人气也给范珍珍带来了不小的回报。“展会上有客商当场下单,意向成交额超100万元。还有外商和我们约定要来公司考察,后续拿

下订单的概率非常大。”为此,范珍珍也做好了充足的准备。“目前我们工厂已经是一个比较忙碌的状态,两班倒,24小时不停工。加上来自这期广交会的订单后,工厂将会实行三班倒,全力以赴赶订单。”

深刻感受到此次广交会活力和外商热情的还有浙江艾国星电子科技有限公司负责人陈君钢。经过多年的发展,其自主品牌“AKKO STAR”在国外很受欢迎。陈君钢告诉记者,每天进到展位的客商都特别多,“展会期间接触到了300余位新客人,主要来自中东、中亚国家。他们对我们的产品很感兴趣,有些遗憾的是这次只拿到了3个展位,还有好多产品没有展示出来。”

陈君钢说,广交会不仅是一个展示产品的平台,更能展现出公司的实力。“借助广交会这个平台,我们进一步打响了自家的品牌,有外商向我们表达了想成为当地独家代理商的意愿。”

这几天的展会效果大大提升了陈君钢提振“抢订单、拓市场”的信心。“下个月,我们还要去哈萨克斯坦参加展会,一年两届的广交会也会持续参加。”

义乌指数周点评

15大类价格指数9涨6跌

据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为102.09点,环比上涨0.67点,网上交易价格指数、场内直接交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别上涨4.67点、0.78点和0.06点,出口交易价格指数环比下跌0.53点。

上周受展会利好因素影响,场内客流增长,周价格指数涨幅明显。秋季产品备货行情启动,护肤美容用品、护理及美容器具等皮肤护理产品行情升温,销势走高;秋冬饰品如丝绒类项链、复古类民族风吊坠、长款毛衣链等产品销量有所提升,合金类戒指、流苏耳饰、钻石发卡等受国外客商青睐,主要销往中东、非洲等地。万圣节周边产品及圣诞用品外贸行情回落,欧美地区主要以小规模补单为主,东南亚为销售增量主力。近期雨水天气较多,雨伞、雨鞋、雨衣等雨具类产品行

情上涨,防潮袋、家用除湿机、小型烘干机 etc 场内看样询价增多,气温降低,室外活动人群减少,运动器械及健身器材采购小幅缩量,球类及球类用品价格指数明显下滑。第29届义博会于21日举办,受展会效应带动,多个行业行情向好。其中五金工具类产品如:电动工具、园林工具套装、香薰精油等产品受东南亚及中东客商青睐,场内询价下单频繁。

15大类价格指数9涨6跌,钟表眼镜类、箱包类、日用品类、鞋类、首饰类、五金及电料类、文化办公用品类、针·纺织品类和护理及美容用品类9个大类出现上涨,最大涨幅为2.78点;电子电器类、玩具类、辅料和包装类、工艺品类、体育娱乐用品类和服装服饰类6个大类出现下跌,最大跌幅为0.95点。在97个二级类别中,上涨比例为36%,下跌比例为25%,持平比例为39%。

直播间带货让“中国制造”乘“云”出海

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

在第29届义博会举办期间,为了更好地拓展参展企业营销途径,助力企业在直播领域抢占先机,组委会为参展商提供了直播间和直播团队服务,助力参展商借直播渠道,向全球推介中国制造、中国产品。

“第一次在展会面对直播镜头,很紧张,但是对我来说也很新鲜,希望在接下来几天能给世界各地的客户推介更多的产品。”连云港乐富新材料有限公司负责人一边说,一边对产品进行展示。

据介绍,义博会直播团队在为期四天的展会中,带领观众走过每个展馆,通过采访与互动相结合的形式,在线上展示本次义博会的盛况及商品种类、特性。除了专业团队的逛展走播,许多参展商也各自在线上进行产品直播,通过一场场直播吸引来自全球的订单。



义博会,“标准+”引领贸易提质增效

全媒体记者 骆红婷 文/摄

“这是我们正在进行的直播活动,打卡义博会,品质看‘浙里’,刚才走进直播间的都是获得‘品字标’的企业……”10月22日,位于国际博览中心D1馆,浙江经视新闻部主任舒中胜化身主播,与参展商开展直播访谈活动,当天线上直播间观看人数突破百万人。

位于D1馆的标准主题馆,设有浙江精品公共展、品字标浙江制造企业展、时尚美妆展等三大展区,其中浙江精品公共展是首次入驻,通过生活体验馆、线上线下联动展销等方式,集中展示获得品字标浙江制造、浙江标准、同线同标同质认定的优质商品,直观地展现标准对企业产品品质的引领提升效果。

“三同”产品助推国内市场真正消费升级

在标准主题馆的“方寸间”展位上,一款外形精致小巧的户外炭烤炉成为该展位上的“香饽饽”,引得不少参展商现场询问价。

“这款产品是‘同线同标同质’(简称‘三同’)产品,前几年在欧美国家非常流行,近年来,伴随国内消

费群体扩容及消费需求升级,小众户外运动市场正迎来高速发展的好时机。”“方寸间”相关负责人杨可人介绍,为了满足国内市场需求,公司就在同一个生产车间赶制同一型号的内外贸产品。

据了解,“三同”产品是指按照相同标准、相同质量要求在同一生产企业生产既能满足境外特定目标市场要求又可内销的优质产品。

“除了炭烤炉之外,我们还带

了50余款‘三同’产品。这是我们公司第一次参加义博会,希望借助‘义博会’的影响力,让更多的采购商、消费者了解‘三同’产品概念,同时把我们的产品更好地推向国内市场。”杨可人说。

“品字标”引领企业提质增效

“客户走了一拨又来一拨”。浙江颜雪化妆品有限公司展区内,负责接



采购商现场询问价。