

市场经纬

2023年，
义乌电商主体超60万，
占全省总量的1/3；
实现交易额4423亿元，
跨境占比27.3%。

义乌电商与世界共舞——透过数据看义乌电商韧性和活力

全媒体记者 吴峰宇 文/摄



“开年歇一歇?不可能的!”

尽管又一股冷空气来临,但义乌60多万电商主体依旧记得热火朝天。在金融商务区四季严选的直播间内,随着摄像机、电子大屏、补光灯瞬时启动,主播“九一”开始了抖音直播,金光闪闪的珠宝饰品轮番展示,但依然挡不住消费者的购买热情,单场直播GMV超过百万元。不知道从什么时候算起,这样忙碌的场景,在义乌已是稀松平常,2023年直播带货更是创下历史新高,68.3万场,完成零售额490.8亿元,同比增长26.75%。如果以365天计算,2023年义乌平均一天直播1871场,这一数据可谓相当炸裂。

新年伊始,回看全年,义乌电商带来哪些惊喜?

先看成绩单,2023全市新设电商主体18.8万户,日均诞生超500个

电商“老板”,放眼全国县市区域也是领跑姿态。反观,内贸、跨境、网零整体数据,表现依旧亮眼,实现电子商务交易额4423.67亿元,同比增长13.22%,其中实现跨境电子商务交易额1211.6亿元,同比增长11.8%,占电商交易额的27.3%。

再看荣誉榜,2023义乌跨境电商综试区连续两年获评全国十大优秀综试区,国际陆港电商城、和意跨境电商产业园、Chinagoods跨境贸易综合服务平台等3个项目入选2023年度跨境电商综试区重点项目,全省首个跨境贸易合规化服务平台上线,首届全省直播电商大赛总决赛在义举办,义乌小商品产业带上榜阿里巴巴国际站“十大数字化外贸产业带”,电商主体占全省1/3。

直播潜力无限 驱动消费新增量

口”,由此“起飞”。

“回看2023,整个直播行业迎来大爆发,但也‘卷出’了新高度,伴随着赛道涌入大量商家,蛋糕是越来越小喽。”杨建余带着记者参观公司,也打开了话匣子,他在世贸中心租用了5个楼层办公,打造了多个专业级的直播间,孵化培育的自有主播20多个,另有签约合作的主播1000多个,并在抖音、快手、淘宝、百度、小红书都没有账号,卖的产品主要是高附加值的珠宝首饰,货源地位义乌国际商贸城和诸暨等地为主。

在四季严选的样品间,展柜里装满了珍珠系列饰品,还有一些流行饰品,记者颇为好奇价格,便随手拿起几款珠宝首饰看,标价从几百到上万元不等。“我们义乌的直播间,一天是播20多场,每场时长3~4小时,主

要卖流行饰品、珍珠玉石,消费人群是女性消费者居多,GMV最高单场可达700万元。”杨建余带着记者来到直播间,主播花花正在直播卖货,主角是施华洛世奇水晶珍珠,不时有粉丝刷屏询问,而助播的后台订单也在不断攀升。随后,订单生成二维码,直接发送至仓库,进行验货、分拣、打包。

“你看,直播是动态展示,产品真实展示,强化了消费者与主播的互动和黏性,在强大的社交电商攻势下,传统的电商平台已经失去‘C位’。”杨建余告诉记者,作为数字贸易新业态,直播电商实现了爆发式增长,直播电商通过内容与电商、社交与电商的深度融合,一定程度上改变了消费者的购物模式,为企业和品牌带来了新机遇。义乌市场发展委相关负责人表示,在义乌直播行业纵深横向的发展

历程中,除了技术升级,直播内容、场景也得以进一步拓宽,不再局限于货架场景,“直播+”的边界被无限拓展,也让直播在推动实体经济发展、培育新经济业态上有了更多的发力点。

据统计,目前义乌全市拥有各类直播服务机构70余家,主播1.2万余名,开展业务、建立合作关系各类网红3000多名,从事直播培训、内容制作等产业链从业人员超8万人,建成投用直播电商基地20个、面积超30万平方米。



电商平台订单实时传输至扫描机,工作人员快速配货。

业做大做强,不断提升我市电商行业竞争力和话语权,为行业发展争取到更多的要素资源。

值得一提的是,义乌市场发展委打造的“红e家”党建品牌,依托农村电商党建联建工作机制,发挥部门、国企、院校、协会、龙头企业资源优势,抱团发展,因地制宜完善电商共富新服务,助力打造农村消费新场景,培育发展电商直播式“共富工坊”,助力乡村“云端共富”。据统计,全市已建成电商直播式“共富工坊”35家,累计带动2000名农户创业就业,人均月增收超3000元。

跨境电商冲向海外 全托管模式占据C位

的元年,中国出海四小龙 Temu、TikTok、SHEIN和速卖通相继开启全托管模式。这一模式将权责一分为二,商家专注于深挖供应链潜力,做出更好的产品,然后供给平台,而平台专注于解决流量、运营、分销、物流、售后等环节,各自负责擅长的一块,共同分食海外市场的蛋糕。

俗话说:“先行者吃肉,中间喝汤,后知后觉者接盘。”Temu、TikTok、SHEIN推出全托管后,蒋国培马上跟进布局,除了开设传统的跨境店铺50多个,还把1万多个SKU做全托管模式,并打造了多个

爆款走量的产品。“今年初推出的手动榨汁机,在Temu上卖了6万个,储物罐卖了100多万个,挂钩卖了300多万个。”蒋国培为了做跨境电商,去年租用了6000平方米的仓库,作为办公区和仓库,准备大展身手。

“全托管模式门槛特别低,开店只需一张身份证,零保证金,谁不想去试一试呢?”蒋国培入驻上述跨境平台前,已经深耕国内电商,在1688、京东、淘宝等电商平台,开设了40多个店铺,而无休止的内卷,使得单量、利润已经见底。反观跨境电商,虽然也很卷,但对比国内电商,还是一个蓝海,这就是为什么还有这么多人纷

纷涌入跨境赛道的直接原因。

跨境电商是当前发展速度快、潜力大、带动作用强的外贸新业态。2023年,义乌市市场发展委积极拓展跨境电商新业态,举办跨境电商全托管模式发展论坛,吸引超1500家卖家参加;大力开展跨境电商保税进口(1210)业务,集聚各类进口品牌产品3.2万种,探索“保税+直播”业务,综合保税区内跨境电商企业保税直播覆盖率超80%;上线Chinagoods跨境贸易综合服务平台,迭代跨境电商线上综合服务平台功能,创新“跨境电商多抬头拼箱”申报模式,完成义乌首批沙特跨境电商(9610)出口业务。

最近你收到结婚请柬了吗? 年节结婚潮引爆“甜蜜经济”

全媒体记者 杨歌 龚双妍

本报讯 “最近结婚的人真多……”近段时间,不少市民纷纷表示,朋友圈里的结婚照、婚礼请柬、婚礼影像目不暇接,随的“份子钱”一个接着一个,明显感觉年节结婚潮已经到来。1月15日,记者走访了我市副食品市场、婚纱造型工作室、酒店等场所发现,年节结婚潮点燃了婚庆市场,“甜蜜经济”正在持续发酵。

“2024年婚宴预定特别火爆,”商城集团旗下银都酒店餐饮部经理吴永潮向记者透露,义乌人结婚有“择日子”的习俗,谁都希望在“好日子”举办人生大事。农历春节前后,婚宴已预定了二十几场,仅1月就有16场次,酒店的4个宴会厅已“一厅难求”。

据统计,2023年银都酒店共举办婚宴达90余场,相比往年有非常明显的增幅。结婚免不了购买婚庆用

品,增添喜庆氛围。当天,记者走进义乌副食品市场喜庆用品专区,经营户朱华登正在门口为顾客介绍产品。她告诉记者,“最近一段时间生意特别好,订婚、结婚、乔迁的喜事都不少。传统的喜字、红包、纸杯等销量较大。我也会根据传统习俗,把所需用品给顾客搭配好,在我们店里可以一站式买齐所有用品。”

喜糖也是结婚必不可少的物品。经营户吴功连做了30多年糖果生意,店里各类糖果琳琅满目、应有尽有。他说,进入农历十二月后,来买糖的客人就多了起来,喜糖的种类、数量基本不变,婚宴伴手礼也迎来了热销。

除了婚宴和喜庆用品,新人们都希望在婚礼或订婚宴上留下最美丽的时刻,在义乌本地做了多年婚纱造型生意的琳琳也感受到了这波热潮。“农历春节前,生意一直不错,目前有14个客户预定了婚纱造型,店里好几位造型师都是忙得团团转。”

“全网催”鄂伦春族狍角帽平替版 义乌商户:有需要可安排

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 这个冬天,“尔滨”可能都没想到自己会爆火。东北冻梨和哈尔滨红肠陆续卖断货,鄂伦春族小伙儿赠送的狍角帽点燃全网……义乌经营户们刚从雪球夹等玩雪工具订单中抽身,网友又给义乌老板安排了“新作业”,平替狍角帽的订单又来了。

“这两天,确实有很多客户线上发图来询问,是否可以定做狍角帽。”1月16日,义乌承雯服饰有限公司负责人楼舒薇笑着回答,“狍角帽对鄂伦春族来说,有特殊的含义,我们并不能原样照做。”

承雯服饰主要在义乌国际

商贸城经营各类帽子生意,多年来,生产的帽子畅销国内外市场。“我们的内销客户中有不少是电商客户,他们对社会热点的敏锐度较高,通常市场流行什么他们就会马上下单。此次来询问狍角帽的也多是来自全国各地的电商客户。”楼舒薇说。

除了承受服饰,不少帽子经营户均收到了狍角帽的订单。“如果客户对平替款有需要,我们可以马上安排生产。”义乌市场上多名老板娘表示。

据义乌购平台提供的数据显示,帽子、手套、围巾等产品热度值排名较高。2023年11月1日至2024年1月12日,帽子订单数是去年同期的2.36倍,交易金额是去年同期的4.54倍。

“卷”款式 “卷”功能 秋冬神裤“鲨鱼裤”再度热销

全媒体记者 龚双妍 文/摄

寒冬季节,如何在保证温暖的同时兼顾时尚与舒适?在逐渐淘汰掉臃肿的大棉裤、紧绷的牛仔裤等后,由瑜伽裤衍生而来的“鲨鱼裤”逐渐受到时尚爱好者们的青睐。

今年,“鲨鱼裤”依旧霸占冬季下装热榜榜单;在小红书搜关键词,上万余“穿搭笔记”让人目不暇接;在淘宝、抖音商城搜索“鲨鱼裤”,销量高的几家月销量能达到“10万+”;Chinagoods平台数据显示,销售“鲨鱼裤”的线上店铺就有846家,且店铺销售量呈现快速增长的趋势。

昨日,记者在国际商贸城四区一楼看到,不少店铺将“鲨鱼裤”摆在店铺的显眼位置,时不时会有往来商客在货架前停下,看看面料咨询价格。“今年冬天‘鲨鱼裤’销量不错的。有的时候一天销量有上万条,客户一拿就是十几箱!”经营户何女士的店铺专业做“鲨鱼裤”已经五年多了,不仅拥有自己的工厂,也有自己的品牌,在“鲨鱼裤”品类中名声响亮。她告诉记者,冬季款的“鲨鱼裤”订单从去年7月一直排到了12月,有时候工厂一天就能生产5000条,而目前他们已经在准备春夏款的“鲨鱼裤”,基本在今年3月就能陆续出货。

“鲨鱼裤”和普通的瑜伽裤

有什么区别?在何女士的店铺中,至少有十几款不同面料、不同厚度、不同款式的“鲨鱼裤”,一条批发价在20~40元之间。“鲨鱼裤”面料以锦纶和氨纶为主,弹性好、包裹性强,里布或500克厚绒,或300克薄绒,且臀部有两条“提臀带”,腹部有黑石墨烯材质的恒温贴片,不仅有提臀、塑身的效果,还可以在低温天气御寒,且适合外穿。“在追求健康美的审美趋势下,‘鲨鱼裤’能保证体重80斤到220斤的消费者穿上依旧感觉舒适自在,对身材的包容性比较强。”

采访间隙,何女士的店铺内就有不少客户前来咨询。“我们来自北方,‘鲨鱼裤’在我们那一直是热销产品,有特别多女性顾客喜欢,一年四季都有人穿。”他们告诉记者,“鲨鱼裤”不算新鲜产品,但这些年一直卖得好,主要是因为每年款式会有些许创新,卖点也随之改变,而且营销也起到了很重要的作用,直播带货、明星代言,都助推今年“鲨鱼裤”再次热销。

记者走访了国际商贸城四区与篁园服装批发市场,不少经营户表示,虽然今年销量不错,但利润比往年却降低了些,市场出现了饱和,不同产品价格竞争趋势明显。“我们能做的,就是继续把产品做好,不断创新,紧跟消费者的需求进行改良。”何女士地说。

