

市场经纬

出海抢单 回国赶单

义乌企业拼出外贸发展“加速度”

全媒体记者 陈聪

义乌有句民谚:客人是条龙,不来要受穷。

尤其在当下,全球贸易出现诸多新变化,而直面挑战,积极走出去、拓市场、稳订单,已成为义乌外贸企业的共识与常态。龙年春节,万家团圆时,义乌35家企业67人就加入了全国组团“出海抢单”的大潮中。前往美国拉斯维加斯参加2024年国际时装周及面料展(MAGIC SHOW),并与40多个国家和地区的参展商同台比拼,达成意向成交额超4000万元。

其实,出境参展,对义乌外贸企业来说是联络客户、展示产品、获取订单以及推广品牌的重要渠道。据统计,今年以来,我市共有99家企业的172人参加21个境外展会,义乌外贸企业步履不停,收获颇丰。



义乌市广裘进出口有限公司参加2024年国际时装周及面料展(MAGIC SHOW),与客户沟通洽谈,介绍样衣。陈聪 供图

出海抢单 远超预期

“这次去美国参展,共接待了一百多位的客户,其中有5位客户合作意向性比较强,当场就给了样衣和资料,目前正在持续洽谈当中。”记者联系到义乌市广裘进出口有限公司总经理吕志飞时,正是他赴美参展回来后休假的最后一天。如今,工厂已经全面复工复产,满满的订单排到了6月份,主要出口到欧美市场。

义乌市广裘进出口有限公司是一家专业生产衬衣的工贸一体外向型企业,已经连续十多年参加美国拉斯维加斯国际时装周及面料展览会。吕志飞告诉记者,为了今年的展会,他们提前2个月就着手准备,精挑细选共带去了270件样衣,都是最新设计的新款衬衣,获得了不错的反响。

除了收获订单,出境参展也是挖掘潜在客户、及时掌握市场需求的大好机会。今年年初,吕志飞还分别参加了墨西哥国际服装及纺织面料展览会和法国国际面料展览会,这个月,将有5位客户来到工厂实地考察。“通过出境参展,我们能够更高效地了解到市场需要什么,知道同行在做什么。”吕志飞坦言,这次参加墨西哥国际服装

及纺织面料展览会给了他很大启发。“这是我们第一次前往墨西哥参展,带去的样品基本上都是成衣,但没想到让很多墨西哥客户更感兴趣的是我们的面料。等到今年7月我们再次前往墨西哥参展时,就会考虑带更多的面料去,而不是成衣了。”如他所言,只有真正到当地,才更了解客户的需求,更明白市场的反馈。

开拓市场 品牌出海

刚复工几天,义乌市新空气工艺品有限公司车间内的工人为了赶制订单已是忙得连轴转。就在1月份,总经理付炜炜参加了今年的第一个境外展会——北美迈阿密美容展 Cosmoprof North America Miami。展会上共接待了五六十批客户,经过一段时间的洽谈,已经顺利在确认样品当中。

的样品是专为欧洲市场准备的,以可降解材料和再生材料为主。据介绍,可降解材料经国际公认的检测机构认证,6个月后可降解98.5%。此外,在美甲款式的选择上也更加贴合欧洲人的审美,以简约、经典风格为主,比如近期较为流行的“老钱风”。

企业走出去1500家次以上。要聚焦新兴市场,深入推进市场品牌出海行动。同时,我市2024年开放型经济发展扶持政策也指出,支持企业开拓国际市场、参加境外展会,并给予一定的奖励补助。比如,对企业和市场商户(含个体工商户)参加列入义乌市2024年境外展会支持目录的成熟型展会,按展位费给予60%补助,对企业和市场商户(含个体工商户)参加列入义乌市2024年境外展会支持目录的培育型展会,按展位费给予50%补助等。

市商务局有关负责人表示,今年将贯彻全省千万企拓市场工作部署,力争组织超25个团、超1500家企业参加各类境外展会,全力推动外贸“开门红”“全年红”,努力交出更加精彩的新答卷。

这几天,付炜炜正在为即将到来的意大利博洛尼亚美容展做最后的准备工作。为了这次展会,她提前4个月就开始规划,3月中旬,她将启程前往意大利,参加这一全球规模最大、历史悠久的美容品牌第一展。此次参展,付炜炜带了足足有四百多套款式、材料各异的美甲系列产品。她说,在欧洲,环保理念尤为盛行,此次带去

“客户最看重的就是我们产品的环保健康特性以及设计风格。我们坚持自主设计,每个月都在持续推出新款,坚持把最好的产品呈现给客户。”谈及这次的意大利之行,付炜炜难掩期待:“除了结识客户、获取订单,我们还希望借此参展的机会招到品牌代理商。”近年来,出境参展的企业逐年增多,国外市场的竞争也是日趋激烈。光靠推介产品是不够

的,如何推动自有品牌出海,提高品牌影响力将是提高外贸企业核心竞争力的关键要素。1月德国法兰克福全品类消费品展、北美迈阿密美容展,2月日本东京国际礼品博览会……记者来到义乌市恒发展览服务有限公司,总经理贾莉萍细数着今年组织参加过的境外展会。作为一支具有20多年境外参展经验的专业服务团队,在贾莉萍看来,今年出境参展的企业普遍更为理性,拥有更加明确的目标,“走出去”只是第一步,开拓市场、抢订单、品牌出海将是更紧迫的任务。今年下半年,义乌外贸企业将陆续前往泰国、阿联酋(迪拜)、俄罗斯等国家参展。

今年,《政府工作报告》明确指出,要开展“千万企拓市场增订单”行动,招引采购商100万人次以上,组织

采访札记:

3月5日,在义乌国际商贸城各区块,操着英语、俄语、阿拉伯语和中国南北口音的询价声此起彼伏,整个市场显得分外火热。客流不仅仅是信息流、贸易流,更是流动的财富商机。

面对竞争日趋激烈的国际市场,义乌外贸人如何提高自身的核心竞争力,在众多竞争者中突出重围?记者在采访中找到了一些“参考答案”。开拓市场,一些嗅觉敏锐的义乌外贸人已经闻风而动,着眼于新兴市场国家,根据客户需求不断研发新产品,持续扩展朋友圈,推动企业走得更高更远。新的一年,义乌外贸人已经整装待发,将继续抢抓机遇,拼出外贸发展“加速度”。



义乌国际商贸城内忙碌的客商们。全媒体记者 吕斌 摄



来自波黑的外商正在采购电吹风等小家电。全媒体记者 吕斌 摄

“方寸屏幕,藏着百亿市场” 2024抖音春季达人选品会举行

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯“1、2、3,上链接!”这句简洁明了的话,似乎有着无限魔力,回荡在各个网络直播间内。主播自信的语调,正是当前直播带货在义乌风头无两的写照。3月3日,义乌又成抖音平台眼中的当红炸子鸡,68位抖音头部主播齐聚聚源城,参加由义乌市市场发展局、义乌市直播电商协会举办的2024抖音春季达人选品会,共吸引249家供应链商家、品牌商家到现场推介,种类覆盖日用百货、年画挂历、服装服饰等义乌优质产品。

“方寸屏幕,藏着百亿市场。”据统计,2023年,义乌直播带货68.3万场,创下历史新高,完成零售额490.8亿元,同比增长26.75%。以365天计,去年义乌平均一天直播1871场。因此,义乌市场已成为抖音直播达人货源供应地之一。

“放眼望去全是人,把我在中间,迫不及待地拿出样品咨询,光微信好友就添加了几百人,这样的氛围太棒了。”在抖音拥有513.9万粉丝的直播达人“苹果姐国际贸易”告诉记者,她主要在抖音直播带货高端百货和外贸电器,目前已销售超1814万件各类商品,带货口碑4.60(最高5.0),这次主要对接的也是高端百货,符合要求的供应商大概有个三四家。

这几年,对于义乌卖家、商家而言,国内传统电商平台流量红利见顶,需要寻求新的增量入口,而作为数字贸易新业态,直播电商成为新的蓝海。

“我们主做日用百货产品,有自己的工厂,其中一款名为‘带盒子的挂钩’在淘宝收纳类目排名68,日销量1万+,商品全网累计销量800万单,抖音25万单。”珈尊官方旗舰店负责人宋少杰告诉记者,虽然公司产品整体销量不错,但急需打开新的增长渠道,目光自然落在了“如日中天”的抖音直播电商达人身上,给出了价格、佣金、机制都可谈的政策,以此来促成合作。

义乌有60多万电商主体,先后成立了内贸电商协会、跨境电商协会和直播电商协会,形成多维度抱团发展,合作共赢的良好生态。义乌市直播电商协会会长陈文军告诉记者,以直播行业为例,以前是各干各的,资源大多掌握在头部企业手上,中小微企业很难获得更好的资源。2023年直播电商协会成立后,牵头对接平台、链接资源,推行以大带小,互帮互助的发展机制,先后举办多场选品会,邀请了大量网红对接义乌电商企业,达成供货合作,还设立了全国首个展播基地。

近年来,义乌市场强大的货源保障,一流的营商环境,四通八达的物流通道,展现出了强大的“虹吸效应”,全市集聚MCN机构、网红主播、直播培训、内容制作等直播电商产业链从业人员超8万人。接下来,义乌还将持续深化主体引育,强化要素支撑,优化产业生态,全力打造全国知名网红产品营销中心、网红达人“双创”中心、网红直播供应链主体集聚中心。

抖音直播达人在现场选品

2023抖音电商产业带年度报告发布 义乌饰品产业带位居第二

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,抖音电商发布了《2023抖音电商产业带发展这一年》的数据报告。报告显示,我省多个城市在抖音电商商家数量和商品销量方面占据了显著的位置,其中2023年抖音平台产业带商家数量增长、产业带商品在抖音电商销量,金华(义乌)均位列全国第一,在“最受欢迎产业带商品TOP10”榜单中,义乌饰品产业带位居第二名。

义乌市场被誉为全球饰品及配件流行趋势的“风向标”,不仅产品种类丰富,研发设计创新能力走在全国乃至全球前列,行业集聚显著,“窗口效应”明显。据不完全统计,目前义乌市有8000多家饰品生产企业,其中各类饰品生产加工企业3000多家,产品主要包括胸针、项链、头花、手链等,种类超过80万,销往100多个国家和地区,年产值超1000亿元,占到全国饰品业30%以上,是全球最大的流行饰品生产基地之一,与青岛和广州共同形成我国饰品行业三足鼎立的格局。

此外,义乌是一座自带流量的电商创新创业城市,电商主体密集、商品货源丰富、快递物流发达、营商环境优越。义乌“城市基因”与抖音电商为代表的直播电商、兴趣电商高度匹配。去年9月,全国首个抖音电商产业带服务中心在义落地,旨在为全市60万电商主体逐梦直播电商赛道,创造最多的商机,提供最优的服务、搭建最大的舞台。

据义乌市市场发展委介绍,产业集群是产业演化发展的一种重要的地缘现象,是区域乃至国家竞争优势的载体。目前,义乌已形成针织、服装、拉链、饰品、毛纺、印刷、制笔、工艺品、玩具等小商品产业集群。

最受欢迎产业带商品TOP10	
TOP1 广州女装	TOP2 义乌饰品
TOP3 深圳数码	TOP4 平湖羽绒
TOP5 诸暨袜子	TOP6 南通家纺
TOP7 云南鲜花	TOP8 五常大米
TOP9 长白山人参	TOP10 葫芦岛泳装

80家企业报名 7家入围 竞争5个选题

2024“商城杯”创意设计大赛选题评审会举行

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,2024第七届“义乌中国小商品城”杯国际小商品创意设计大赛(以下简称:第七届“商城杯”创意设计大赛)行业选题评审会举行。

据介绍,本届大赛由义乌市人民政府和未来发展设计·全国高校数字艺术设计大赛组委会联合主办,以“创意义乌,创联世界”为主题,围绕创新创业特色赛道,深度链接设计端与产业端,进一步凸显大赛“创意成果转化”,提升市场产品的文化内涵和吸引力,增加产品的附加值和市场竞争能力,致力于打造国

内设计类创业落地赛事样板。今年2月22日,第七届“商城杯”创意设计大赛正式启动行业选题招募,面向国际商贸城一区至五区、篁园服装市场、国际生产资料市场、宾王市场入驻企业征集行业选题,并发动各市场行业商会举荐优质企业参赛。通过前期摸底和初步评审,最终有7家企业从80多家报名企业中入围本次行业选题评审会,负责人在路演阐释品牌定位、产品设计需求等内容后,再由评审综合遴选出本届大赛的5家行业选题企业,随后将会全球发布并征集选题作品。

“为了让大赛更有成效,今年我们

提前启动,节前就开始走访市场内各行业协会和意向企业,对商品设计需求、行业风向等进行调研摸底,让参赛企业有更充分的准备时间。”据“商城杯”创意设计大赛执行组相关负责人介绍,本届大赛聚焦全球小商品市场趋势与企业产品迭代设计需求,按照“全球小商品竞赛主题发布—全球设计人创意征集—全球创意作品市场化竞赛”三个流程渐次展开。

据悉,作为“设计进市场”活动的重要载体,“商城杯”创意设计大赛至今已成功举办6届,取得丰硕成果。上届共有来自全国超过150所高校参赛,收到创意设计作品6191件。在大赛市场化销

售期内,单品最高销售额近90万元,总金额突破690万元。

近年来,创意设计越来越被义乌市场商户重视,尤其头部企业,都配备有强大的设计团队。市场频频“爆款”,也与创意设计密不可分,这是产品的核心竞争力,也是义乌市场转型升级的动力之源。“商城杯”创意设计大赛执行组相关负责人表示,希望借助“商城杯”创意设计大赛,为义乌市场链接并导入一批国内优秀设计院校与设计人才,为小商品“华丽转身”注入源源不竭的“智力之泉”,让更多富有创意的设计产品引领小商品潮流趋势,助力义乌市场向价值链高端跃升。