■市场经纬

加速发展数字贸易新质生产力

义乌启动415全球创富季系列活动

新成立的迎客天团欢迎更多义乌老板娘加入。

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/摄

4月16日下午,作为义乌小商品城415全球创富季系列活动之一的中国数字贸易新质生产力高峰论坛在义举行。义乌小商品城1688线上数字馆415大促启动仪式、415全球创富季“最牛老板娘迎客天团”成立仪式同期举行。

经过40多年的发展,义乌早已成为全球创业者的“创富货源地”“创业货源地”,不断地吸引着全国乃至全世界的客商来此创业淘金。415,谐音“是义乌”。商城集团党委委员、副总经理龚骋昊表示,自2021年首届415全球直采节成功举办以来,该活动已成为义乌市场每年一次的狂欢节。

今年的415创富季除了16日当天的论坛活动以外,商城集团已于4月12日-4月15日,在义乌国际商贸城一区至五区、篁园服装市场各自甄选了涵盖饰品、箱包、文化用品、日用百货、床上用品、服装等20个大类的义乌新品、爆品、潮品,集中举办垂直展、新品发布会、采洽会等各类贸易撮合活动,并在Chinagoods平台同步开展线上联展专区,扩大义乌“一盘好货”和“货源地”的影响力。

新质生产力论坛“大咖”论剑

当前,新质生产力成为中国经济发展的热词,迅速掀起了一场全行业变革的热潮,其中,“数字贸易新篇章”的一页,就落在了义乌。

本次中国数字贸易新质生产力高峰论坛以“品牌出海 共创增长”为主题,广邀业界大咖,持续探索与输出数贸领域创新理念和实战打法,聚焦发展产业品牌的新质生产力,提升义乌小商品产业的数字化增量。

与会的“大咖”围绕“AI数智赋能如何转化为新增长”“数贸新质生产力”“品牌出海创增长”等大方向展开深度对话——全球数贸中心全力推动数字贸易向“智”量发展蝶变;犇犇外贸则专注于数字外贸履约服务如何助力品牌出海;义乌数字产业集群之一“1688义乌数字馆”也在本次论坛上进行了一周年欢庆仪式。互联网产业研究专家、AI领域专家、外贸教授、政府部门代表以及经营户代表们,在圆桌对话环节都纷纷输出了数贸新质生产力的经验和观点。

义乌市市场发展委党组成员、副主任方丹云认为,品牌出海、AI智创、数字创富都是新质生产力,义乌市场要培育好、发展好、使用好。商城集团在AI赋能传统市场方面做了很多探索,也取得很好的成效,为经营户降本增效的同时也找到了数字贸易新的商业模式。

龚骋昊表示,新质生产力是科技创新发挥主导作用的生产力,不仅能在生产制造端发挥巨大作用,也能在商贸流通领域引领高质量变革,我们要应用数字化和人工智能等技术更好走出去、拓客户、建品牌。

商城集团能为市场做什么?龚骋昊表示,在商贸领域AI应用方面,从2023年3月开始,商城集团就在探索,运用AI技术深入贸易供应链,推出众多AI应用。比如AI数字老板娘、AI翻译官、数字人主播、AI客服以及小商AI等应用,并招引了20多家AI平台公司到义乌参与实践。在海外布局方面,通过全球布局“海外分市场、海外仓、海外站、海外展厅、海外展会”等模式,助力义乌市场、义乌商人、义乌商品“走出去”。目前,“义乌系”海外仓累计整合193个、面积超140万平方米、覆盖4大洲48个国家。在新一代市场建设方面。第六代市场“全球数贸中心”于2022年11月开工建设。总占地562亩,概算投资83亿元。市场部分计划于2025年10月开业。

从“品牌出海”到“AI智能应用”,凭借成熟的数字贸易和相关业务生态体系支撑,商城集团带领市场经营户借助数字化通路,实现从“量变到智变”的新质生产力升级,在外贸经济竞争中凸显优势。

百位老板娘迎客天团“开始营业”

AI浪潮席卷各行各业,对传统外贸行业而言更是全新的转折。眼下,义乌经营户不只停留在坐商等客、线下展会、线上询盘,已经开始利用数字化手段主动出击“迎客”,提供一站式“VIP”服务。

当天,415全球创富季“最牛老板娘迎客天团”正式成立。义乌老板娘将充分利用Chinagoods线上线下工具收获最新的海外贸易信息,优化海外市场信息相对滞后的痛点,还可以接触到海外社媒上与义乌、小商品、创业等领域强关联、强互动的精准客商,享受到Chinagoods营销团队提供的品牌包装、商品推广、流量对接等帮助,把自有品牌推广到海外各个平台,直接触达海外市场。

方丹云表示,“义乌组建‘最牛老板娘迎客天团’,是为招引新的采购商推出的创新之举。有了这个迎客天团,对供需双方来说,是两全其美的事情。对于采购商来说,提前感受老板娘们的专业服务,提高采购效率。对于市场来说,也是老板娘IP整体形象的打造和提升,对于义乌市场国际传播有质的提升。”

“来义乌,做地球人生意!”义乌力天玩具创始人陈美君说:“作为一名市场经营户,我希望能有更多的老板娘加入到迎客天团中来,一起抱团取暖、齐心协力在海内外市场闯出一片新天地。”

1688品牌经理讲解开店新模式。

义乌小商品城最牛老板娘迎客天团成立合影留念。

一季度我市直播带货超19万场

完成零售额127.52亿元

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 4月16日,从义乌市市场发展委获悉,今年一季度,义乌开展网红直播带货19.5万场,完成零售额127.52亿元,分别同比增长33.57%、26.25%。直播带货这一业态,已成为义乌众多中小微企业拓展内贸市场、谋求转型发展的助推器。

“进入直播间的各位朋友,左上角点点关注,右下角双击给颗红心。”当天上午,国际商贸城四区经营户傅江燕来到店铺做的第一件事,就是打开了4部手机,登录抖音、快手、Chinagoods、微信视频号的账号,开启了直播卖货模式。她先是熟练地和粉丝互动热场后,随即开始展示自家销售的袜子,因质优价廉,订单不断。

“当时,我对直播还不是很了解,通过深入了解和学习后,发现直播+卖货的模式发展潜力非常大,可能成为企业开拓国内市场的一个切入口。”傅江燕告诉记者,现在拿着手机在市场里做直播的人越来越多,同时身边的朋友也纷纷涉足电商直播领域,这对她是一次深深的触动。很快,她就尝试在抖音、Chinagoods等直播平台开始直播,通过不断的学习精进,收获了一票粉丝,成为市场上首批“吃螃蟹的人”。

这只是义乌众多市场主体转型直播卖货的一个缩影。如今,越来越多的义乌市场经营户敏锐地捕捉到了这个新业态带来的巨大商机,纷纷参与其中。

记者了解到,随着互联网数字技术的高速发展,直播行业得到快速发展和壮大,网红主播和直播产生的网红经济效应正快速在义乌市场渗透,并打造了多个“网红爆款”产品,如网红青蛙、蝴蝶翅膀、水晶猫爪杯、滴蜡韩风耳饰等一批商品,给市场经营户打开了销售新渠道。此外,义乌市场依托在服装、化妆品、饰品、玩具、进口食品等快消品方面分别具有品类齐全、时尚设计感强、上新率高等优势,吸引了越来越多的网络直播营销活动在义乌举办。

从事直播的业内人士告诉记者,由于主播与粉丝在大量互动过程中建立的信任关系,使得粉丝对主播推介的产品更敏感也更容易接受。因此,“网红经济”往往能够更精准地将产品导向粉丝需求,实现精准营销,极大地提高消费转化率,且从利润上看,直播产品售价比小额批发价或零售价高,产品利润空间可观。

义乌市市场发展委相关负责人表示,为适应电子商务发展新趋势,推动直播电商跨越式发展,创新商业新模式,助推义乌自贸区、综保区、跨境电商综试区建设,义乌先后出台行动方案和扶持政策,明确直播电商行业发展目标、工作举措和政策方向,给予大力支持。

据不完全统计,全市目前有各类直播服务机构70余家,开展业务、建立合作关系的各类网红主播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。同时,义乌还颁发了全国首批电商直播专项职业技能证书,成立全国首个直播电商学院,发布全国首套国家级直播电商职业培训教材。

上图:网红主播在直播带货。

东南亚跨境电商举行分享会

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,2024年第5期“兴商言市”分享会——“东南亚跨境电商本土化发展模式与路径”在北苑街道举行。马来西亚巨盟批发城中国联络处、Lazada平台、开时支付、联和国际供应链、邦吉文具等企业代表共20余人参加,部分企业代表做了宣讲推介。

海关统计显示,今年一季度,我国对东盟进出口1.6万亿元,增长6.4%。近年来,义乌跨境电商出口东南亚的规模也在持续增长,并展现出强大的“虹吸效应”,Shopee、Lazada跨境电商服务中心落地义乌。

Lazada平台项目负责人表示,得益于阿里巴巴的全球化战略和东南亚地区数字经济的快速发展,目前Lazada在印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国和越南等东南亚六国拥有约1亿年度活跃消费者,买家和卖家数量都保持了快速增长的势头。2021年,Lazada首家生态服务中心也宣告花落义乌,可为义乌有志于开拓东南亚市场的跨境电商提供培训、运营、招商、创业孵化等全流程、一站式服务。

活动中,企业代表们围绕国际运输物流成本、精准选品、平台入驻细节等方面,开展深入交流讨论,一致认为东南亚是重要的贸易发展方向,本土店具有明显的流量优势,跨境电商本土化发展是必然趋势。

“义乌指数”周点评

15大类价格指数8涨7跌

□ 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102.13点,环比上涨0.26点,场内直接交易价格指数环比上涨0.22点,场内订单交易价格指数、网上交易价格指数和出口交易价格指数环比分别下跌1.25点、1.20点和0.95点。

受多方面因素影响,圣诞采购季提前开启,如圣诞树、圣诞袜、圣诞服饰、挂件等圣诞产品生意火爆,场内客商络绎不绝,订单大幅增长。春日气温回升,雨水增多,迎来钓鱼黄金时段,市场内渔具产品市场需求强劲,鱼线、钓竿、浮漂受钓鱼爱好者青睐,相关折叠椅、便携遮阳挡、网兜等产品销售量明显增长;户外防雨用品需求增加,市场内雨具行情表现良好,销量喜人,雨披、雨衣、伞具等产品的销量均有所上升。国潮复古风盛行,新中式饰品风靡国内外市场,手链、手镯、手串、发簪、发夹等产品供不应求,产品销量表现不俗。商城智能五金电器行业盛大开业,吸引大量消费者前来选购,将带动五金厨具、智能穿戴产品、家电等产品的销量上升。义乌华夏家博会、五金电器博览会、机械及机电产品博览会、汽车文化节等春季展销会陆续举办,相关家居用品行业、五金行业及电子电器行业场内人流增长,销售额有所提升,进一步激发市场活力。

15大类价格指数8涨7跌,钟表眼镜类、日用品类、鞋类、工艺品类、体育娱乐用品类、首饰类、玩具类、辅料和包装类8个大类出现上涨,最大涨幅为2.01点。护理及美容用品类、五金及电料类、文化办公用品类、电子电器类、箱包类、针·纺织品类、服装服饰类7个大类出现下跌,最大跌幅为1.13点。在97个二级类别中,上涨比例为29%,下跌比例为33%,持平比例为38%。

新能源汽车迎来降价潮 二手车行情受波动

□ 全媒体记者 陈聪

今年以来,比亚迪、小鹏汽车等超30家新能源车企纷纷宣布降价,近期小米汽车的上市,更是给新能源汽车市场再添一把火,新车市场销售火爆。与之相比,二手新能源汽车市场表现如何?为此,记者走访我市二手车交易市场一探究竟。

“我已经半个月没收车了,不敢收。”谈起当前销售业绩,欧诺名车经营户李先生有些无奈。相比于春节前后车行满仓的景象,自3月份新能源汽车纷纷宣布降价后,李先生的收车业务暂停了下来。“新车降价,二手车的价格也得跟着降,现在不管是新车还是二手车,很多客户都在观望,不敢轻易下手。”

以李先生车行内的一辆比亚迪海豚为例,当时他以9万元左右的价格收入,但今年2月,比亚迪推出了指导价9.98万元起的海豚荣耀版,较之前起售价下降了1.7万元。相比之下,李先生手中的二手车在价格上不占优势,随着二手车在手里积压时间增长,利润空间日渐压缩,如今只能以8万元左右的价格亏本销售。

从去年开始,义星车行开始专门做蔚来汽车的二手车置换业务,现在车行里有20多台车在售。经营户王正能告诉记者,虽然现在降价潮刮得厉害,但自己的生意并没有受到很大影响,收车售车业务照常运转。王正能的二手新能源汽车业务以走量为主,流通性较强,收入的车一般在一个星期内就要卖出,“宁愿少赚一点也得把车尽快转手卖出去,一旦压库存超出一个月,基本上就没利润了。”王正能坦言,降价对于中高端新能源汽车的影响并不大,销售价格主要还是根据收车价格来波动。此外,二手新能源汽车的市场波动受品牌影响更大。一般而言,两年内收的车,价格基本上是新车的一半,即便新车降价,二手车的价格也不会相差很多,与新车相比依旧存在价格优势。

记者走访杰歌车行时,经营户朱俊杰的团队正在为当天的直播做准备,每天上午八点至晚上九点不间断直播。“我们做直播也有好多年了,过去直播内容以流量车为主,现在慢慢转向为新能源汽车引流了。”朱俊杰向记者介绍说,他的二手车业务以走量为主,薄利多销,二手车的置换周期基本上控制在半个月以内,越往后利润越低。因此,受降价潮影响,最近他在收车上变得谨慎起来,以防手里压货。

虽然说收车有些谨慎,但朱俊杰的业务却没有停滞下来,他坦言,自己的售车业务并没有受很大影响。相比于前者的无人问津,他的客户都是“抢着要车”。一台2024年1月上牌的比亚迪秦plus,原先的指导价为9.98万元起,2月下调至7.98万元起,前两天,朱俊杰以7万元的价格卖出。“这台车成色新,虽然说价格上只占微弱优势,但我这是现货不用等,现在很多人想买这款新车都不一定能排到呢。”朱俊杰向记者透露,这台车近期话题度高,原本只想作为一台“流量车”吸引客流,没想到竟真的卖了出去。多年积攒下来的好口碑、新媒体平台的曝光度,让朱俊杰的二手车置换周期有了保障。

朱俊杰做了十余年二手车生意,很有自己的一套“生意经”,他分享道:“做二手新能源汽车生意一定要有前瞻性,掌握车企最新的动态,审时度势来做经营策略,在市场产生大幅度波动前做出应对策略,把影响降到最低。”前几年,朱俊杰做过很多品牌的二手新能源汽车生意,现在则以蔚来、特斯拉、小鹏等中高端新能源汽车为主,均价在10万元-20万元之间。如他所言,当前专门做二手新能源汽车的车行还只是少数,市场竞争较小,现在最重要的是做出车行的特色和专业来,打造良好的口碑。对于二手新能源汽车后期的发展,朱俊杰仍然保持乐观态度,表示会坚持做下去。

夏装全面上新 新中式风格依旧走俏

□ 全媒体记者 陈聪 文/摄

服装市场的季节更替总是来得格外早些。近日,记者在篁园服装市场逛了一圈发现,各个店铺基本上已经进入“夏日模式”,短袖、连衣裙等各式清凉服装已经全面上新,少有春装身影。

记者见到经营户黄红时,她一边埋头整理刚到货的服装,一边向店里熟客推荐热销款式。“我们今年几乎没怎么卖过春装,年后直接就上了夏装,很多老熟客早就来要货了。”黄红介绍说,今年气温多变,春装上新时间短了很多,不敢进太多春装怕压库存,干脆直接上夏装了。她告诉记者,新中式服装因面料和做工不同,价格差异很大,其中一件白色印花外套,搭配经典的盘扣和立领设计,价格近600元,另一件黑色真丝面料的衬衫价格更是超一千元。

据市场管理人员介绍,自去年开始,新中式风格就在服装市场上占据了一席之地,现在这股新中式浪潮的热度依旧不减,亮眼的新中式服装均挂在店铺显眼位置。此外,“3件100元”“50元2件”等打折促销服装也已经摆在店门口吸引客流。前来批发进货的顾客也是络绎不绝,行色匆匆穿梭于各个店铺间,在堆积如小山般的服装堆里仔细“淘宝”,随后带着大包小包的“战利品”心满意足地离开。

经营户王静自去年起开始做童装汉服生意,记者在其店里发现,宋制汉服、明制汉服、民国风、飞鱼服等各类款式应有尽有,从服装、鞋帽到发饰、簪花,顾客都能在这里一站式购齐。“新中式服装还是很受小朋友喜欢的,生意好的时候半天就有十几拨客人来选购。”王静说道。同样,根据工艺不同,新中式童装的价格也有较大差异。王静拿起一条马面裙向记者展示细节,织锦缎面料光亮细腻,做工细致,一套价格在400左右,而采用普通印花面料制作的服装,价格只有前者的一半。

中式夏装全面上市。