

市场经纬

在“世界超市”看见消费新风口

“防晒生意经”里藏着千亿大市场

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

“不是在赚钱就是在上热搜的路上。”近日,在央视财经、新浪财经发起的#脸基尼销量大爆发#微博话题榜上,有关义乌防晒用品爆火的阅读量全网超过1亿次,100多家央媒、省媒跟进转发,形成了强大的宣传热度。网友纷纷表示:“不愧是‘世界的义乌’。”

其实,这“泼天的富贵”在数据层面上也有所印证。根据Chinagoods提供的数据显示,义乌国际商贸城销售防晒用品的店铺数同比增加近40%,销量最大的产品是防晒衣,订单数比去年同期上涨36%,搜索数据比去年同期增加115%;“脸基尼”同样跻身爆款单品,销售该产品的店铺比去年同期增长近26%,订单数同比上涨33%。来自第三方咨询机构的预测显示,到2026年中国防晒用品行业的市场规模将达到958亿元,2022—2026年的复合增长率为9.4%。

市场规模从百亿级在向千亿级狂奔,看义乌念出怎样的“防晒生意经”?



模特展示“义乌造”防晒衣的多种功能。

记者手记:

为什么是义乌

近年来,义乌小商品频频登上微博热搜话题榜,推出一个又一个爆款,接住一波又一波流量。为什么是义乌?让我们通过义乌防晒产业的升级扩张,看看义乌究竟有何魅力,能牢牢抓住每个热点?

首先,“脸基尼”并不是义乌首创,但市场商户总能敏锐地捕捉商机,从消费端抢抓热点、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。这考验的是全产业链的协同配合能力,这是义乌市场难以被取代的独特优势。

防晒小妙招

如何科学有效防晒?世界卫生组织倡导的防晒ABC原则:A——Avoid,避免被晒到,是最好的防晒;B——Block,遮挡,首选衣、帽、伞等“硬防晒”;C——Cream,防晒霜,在A、B不能满足防晒需求的时候,采用C补足。根据这个原则,我们不妨这样防晒:

室外活动规避中午等紫外线指数高的时段。在高原、海边、雪地、幕墙玻璃周围等紫外线指数高的地点时,选择在树荫、建筑物阴面活动,避开高强度的阳光直射。如需长时间暴露在紫外线较强的环境,注意穿长袖衣物、佩戴墨镜和遮阳帽、使用防晒霜等。遮阳伞、太阳帽和防晒衣物等物理防晒,有效、安全、性价比高,可作为防晒的首选措施。抹防晒霜需谨慎、适量,应根据紫外线强度、日照时长,选择合适SPF值和PA值的防晒霜,因为防晒指数越大,透气



入夏防晒用品热销,经营户在店铺开单。

义乌5月拟举办超30场电商培训活动

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 5月14日,从义乌市场发展委获悉,本月各电商平台及电商、直播、跨境电商协会在义拟举办超30场电商培训活动,包含直播、跨境、营销、交流、招商等主题内容,为全市超63万家电商主体赋能。

大部分人认为,做电商只要一台电脑、一部手机就能开干。事实上,里面的门道很多,培训是必不可少的一环。记者了解到,仅2023年,义乌举办各类跨境电商培训活动超400场。今年一季度,全球跨境巨头已在义乌举办了数十场的推介会。4月,义乌举办了跨境电商万人培训行动,计划每年培训跨境电商人才10000人次以上。不同于以往知识灌输式培训,义乌主动邀请电商平台扎根义乌,培训、招商一体化发展。培训导师有大学教授、业界大咖、知名网红,还有电商平台的相关负责人,内容涉及管理、运营、选品、视频制作等方方面面。

“每年举办这么多场培训,归根结底是为义乌聚人才。”义乌市市场发展委相关负责人表示,今年将不断优化电商人才“引留育用”全链条服务,努力为电商企业发展营造最优人才环境、提供最强人才保障。

常用中药材价格持续走高

全媒体记者 陈聪

本报讯 近日,“中药材价格疯涨”“价格暴涨比黄金还离谱”等话题频上热搜,部分常用中药材价格一路飙升,在一年内上涨6倍甚至10倍之多,引发人们密切关注。为此,记者实地走访了我市副食品市场,了解义乌市场上的中药材价格。

“今年中药材价格普遍都在上涨,原本只需1个月就能卖出的量,现在至少得花上2个月才能卖完了。”经营户高堂票给记者列举了部分价格高涨的中药材,以近期热度颇高的白术为例,价格已经从每公斤60—70元持续上涨至200元,上涨了3倍左右。其他一些必备药材,如当归、党参,每公斤价格由100—120元上涨至200—220元,麦冬每公斤价格由120—140元上涨至240—260元,均上涨2倍左右。

据高堂票介绍,这些常用中药材具有补血、补气、滋阴等功效,是许多药方中的必备药材,同时也常用于食补。“很多顾客想来买点药材放汤里,一听价格涨得这么高,都不敢多买了。我们现在也在观望,不敢多进货。”高堂票说道。此外,一些较为小众的中药材也出现价格上涨的情况。以猫爪草为例,价格已从每公斤140—160元上涨至420元左右,虽相比价格最高时已有明显回落,但价格仍居高位。

为何中药材价格一路走高?市场经营户向记者透露,近年来,随着大众对于养生的日益重视,中药材的需求量不断增加,但受天气影响,原产地中药材产量逐渐变少,导致部分中药材价格走高。



白术。

“义乌指数”周点评

15大类价格指数11涨4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101.36点,环比下跌0.33点,订单交易价格指数环比上涨0.08点,网上交易价格指数、场内直接交易价格指数和出口交易价格指数环比分别下跌1.74点、0.45点和0.42点。

夏季来临,气温逐渐攀升,各城市景区内的打卡点随之火热,相关特色工艺品、精致纪念品、古风写真服饰、轻国风马尾、步摇发髻等商品销量大幅增长,线上线下订单络绎不绝,经营户扩大上新力度,不断推陈出新,爆款商品层出不穷,吸引不少客商下单。此外,防晒用品市场也提前进入了火爆状态,清凉用品的需求日益旺盛,其中款式丰富的防晒衣尤为热销,仍稳居销售榜前列。新产品“脸基尼”的热度极高,成为极具功能性的实力单品,同时,防晒口罩的需求也持续增长,为夏季防晒市场再添一抹亮色。宠物用品行业达销售旺季,各类宠物项圈、牵引绳、胸背带等及饮水饭盆一体喂食器、宠物自动饮水器等宠物食具持续热销行情,内、外销订单稳中有升。此外,可拆卸宠物航空箱、太空舱宠物背包、宠物外出便携背包等外销行情看好,主销欧美及东南亚市场。

15大类价格指数11涨4跌,五金及电料类、钟表眼镜类、电子电器类、箱包类、文化办公用品类、日用品类、玩具类、首饰类、工艺品类、辅料和包装类和针、纺织品类11个大类出现上涨,最大涨幅为0.88点。鞋类、体育娱乐用品类、护理及美容用品类和服装服饰类4个大类出现下跌,最大跌幅为0.59点。在97个二级类别中,上涨比例为39%,下跌比例为25%,持平比例为36%。

“脸基尼”日销5万 面罩冰袖也很火

夏日来临,当人们意识到防晒是保护肌肤不受紫外线伤害的重要举措时,防晒服、“脸基尼”等商品也自然成为防晒领域的“硬通货”。

2004年,青岛人张式范以潜水帽为原型设计了一款面罩,目的是阻挡紫外线照射和海蜇蜇伤。到了2012年,路透社发布了一组青岛女性在海边戴着面罩的照片,“脸基尼”就开始在国外大火。这几年来,“丑萌”的“脸基尼”进入了巴黎、纽约国际时装周,引爆国际时尚潮流圈。义乌市场商户看到了商机,就把“脸基尼”纳入了210种商品库,成为市场防晒领域的一个小类目。

“去年11月,客户就在我这下单‘脸基尼’的订单了,现在每天出货量四五万个。”指着店铺货架上的“脸基尼”,国际商贸城四区商户董薇跟记者说,这些都是2024年的新款,加入了“鼻梁鱼骨”、玻尿酸面料等新元素。见记者不太明白,她解释说,之前的“脸基尼”产品,非常贴合脸部,消费者(女性)使用时,会蹭掉口红和粉底。对此,设计师进行了创新,巧妙在鼻梁处加入“鼻梁鱼骨”设计理念,佩戴时嘴巴跟布料不会接触,掉口红、蹭粉底的问题就得到了解决。玻尿酸面料,就是用来制作“脸基尼”的布料。

防晒衣供不应求 厂门口排队等货

“今年春节后,就有电商主播找上门谈合作,让我们出防晒衣产品,他们直播销售。我对他们说,‘你们来晚了’,工厂排期早就排到半年后了。”说起防晒衣的销路,义乌某防晒衣工厂负责人白洪德难掩笑意地说:“厂里100多个技术工人加班加点都来不及。”

每天,白洪德的工厂要生产近万件防晒衣,但这样的产能远远满足不了蜂拥而至的订单需求。今年初,他已经给技术工人涨薪10%,现在是生产高峰期,工资还在涨。“不计成本也要把人留住,把订单赶出来。”白洪德说。

“我做防晒衣有两年了,现在一天可以做60件衣服的车缝工,计件工资算下来一个月能赚1.5—1.8万元。”52岁的黄慧兰说。上周她还接到了隔壁厂的邀请,对方开出了两倍于目前的计件工资,但她拒绝了。“那是新厂,工人

接住泼天流量 义乌产业链太给力

为什么“脸基尼”、防晒衣等防晒用品,在今年迎来销量大爆发?浙江工商大学现代商贸研究中心执行主任肖亮认为,这是去年开始的户外运动热潮的延续。“这两年的节假日,大家旅游出行的热情很高涨,比如,这个‘五一’假期火车票秒光的新闻也上了热搜,进行户外运动或旅游,防晒是重要功课,清凉、防晒用品销量增加很正常。”肖亮说。

根据艾瑞咨询相关报告的数据,当前中国轻量化户外人群约有5.4亿人。这批户外爱好者对防晒产品的需求正对市场规模的扩大形成正向反馈。“大家对防晒护肤的认识也在升级,对紫外线的

防护不再只是夏天的事情。因此,防晒用品的销售季拉长,消费行为从季节性逐渐变为全年性。”义乌日用百货行业协会相关负责人说,嗅觉敏锐的义乌商户们早已开始转型。

近两年,防晒衣产业向义乌周边集聚,归根到底源自义乌的渠道优势。“无论是国内市场还是国外市场,义乌都有强大的分销网络、分销体系。”在肖亮看来,义乌作为全球小商品产业链、供应链上的枢纽城市,汇集了市场上最新的设计信息、市场信息和产品信息,与生产厂商的长期合作、强大的市场分销能力、对市场需求的快速响应,以及由此带来的大量订单,造就了成本优势和技术优势,从而形成良性循环。