市场经纬

信用有“价” 监管有“数”

我市探索市场信用分级分类监管模式

全媒体记者 何彦婕 文/摄

近日,市场经营户王先生凭借A级信用等级,顺利获得金融机构支持,经营压力有所减轻。信用,正从一项评价结果,转化为经营主体看得见、用得上的发展资源。

一直以来,我市锚定“兴商建市”发展战略,以信用监管为突破口,推动市场信用体系从“分类管控”向“数智治理”迭代升级,着力实现监管效能再提档、主体活力再释放、贸易能级再跃升。今年,市市场监管局推动中国小商品城超8万个摊位实现信用建档全覆盖,客商满意率稳定在97%以上。

经营有底气 交易更安心

走进义乌国际商贸城,抬头便能看到店铺门头上方醒目的信用星级商户标志。对市场经营户而言,这块“信用牌”正日益成为日常经营中看得见、用得上的“名片”。

义乌国际商贸城一区明坤玩具店铺经营户叶春林经营近20年,一直比较注重信用分。“很多外商在线下采购时会关注店铺的信用分,因此我在日常经营中也会时刻关注店铺形象。”叶春林告诉记者,他主营塑胶玩具,平时在产品知识产权方面也较为重视,积极申请专利;同时,作为中国小商品城直属第二党支部书记,他经常参与党员志愿活动,承担调解工作,协助开展市场经营秩序巡查,并积极参与公益活动。

经营户对信用的重视,背后离不开平台和机制的支撑。聚焦经营户与采购商实际需求,义乌依托“义乌市场信用”平台集成信用服务、合规指导等核心功能,面向经营户开放线上信用申报、信用修复等事项办理通道,配备智能客服响应合规咨询,支持重点品类经营资质扫码核验,实现高频信用业务全流程线上办理,为经营主体开展商贸活动减负增效。

信用服务并未止步于经营户端,而是进一步向采购端延伸。义乌将信用查询功能嵌入全球采购商“选商—验信—交易”全流程,客商扫码即可核验经营主体信用等级、产品合规查询与风险提示;同时,按照经营主体信用分进行排名,帮助采购商快速筛选出更值得信任的产品,让采购过程更为高效,有效消除跨境贸易信息壁垒。今年以来,已提供信用查询、风险提示等服务5000余次,覆盖采购商和经营户超3000人。

信用可量化 监管更精准

信用等级的背后,是一套可量化的信用评价体系。据市市场监管局信用监管科相关负责人介绍,经营主体信用分以经营主体信用评价结果、公共信用数据和自然人信用数据为基础分,归集登记注册、荣誉表彰、知识产权、纳税申报等信用信息;同时,根据党建数据、采购商评价、小商品指数采集等模块,达到相应条件的可予以加分,从而形成“通用+特色”双维度数据底座。

按照评分标准,80分以上为A级,65至80分为B级,50至65分为C级,低于50分为D级。对不同信用等级,监管方式也有所区别:A级经营主体除因投诉举报、大数据监测预警、转办交办等情形触发检查外,市场监管部门原则上非必要不入企,优先采用书面核查、线上监测等非现场监管方式,落实日常监管“无事不扰”;D级经营主体则列为重点监管对象。目前,市场A、B级高信用经营户占比超65%,D级低信用主体低于2%。今年以来,累计归集信用数据60万余条。

随着信用数据持续归集,今年9月,我市对信用分级分类进行了迭代升级,推动信用评价由静态更新向动态管理转变。以往信用评价一年一更新,现在统一管理后,后台可实时更新经营主体信用等级。

“对监管方来说,能及时掌握经营主体经营动态。”该负责人表示。在动态更新基础上,我市还搭建智能监测体系,对信用分异动、商品抽检不合格等风险指标实行动态感知、自动预警、分级推送,并针对低信用主体靶向监管、加密频次,实现风险提前预判、关口有效前移。截至目前,系统累计识别并推送风险预警线索12条,预警准确率达83.3%,推动商品质量问题提前发现率提升27%,核查处置率达100%。


市场监管执法人员向经营户宣讲政策

信用变“资产” 平台架“桥梁”

线下店铺门头亮信用,线上店铺同样可查可用。信用评价正从市场通道延伸到电商平台,让“信用招牌”在线上线下同时发挥作用。

前段时间,在第五届个体工商户服务月活动现场,我市发布平台经营主体信用评价结果。这一评价体系便是针对入驻Chinagoods、义乌购等本地电商平台的经营主体。

市市场监管局牵头,联合多部门依法依规归集试点平台内经营主体公共信用信息,并结合Chinagoods、义乌购等本地电商平台经营数据,将行政处罚、经营异常、交易履约、用户评价等多维信息整合,为平台内个体工商户建立“一户一档”电子信用档案,划分A、B、C、D、E五个等级,每月动态更新,确保评价客观精准可追溯。

从评价结果看,信用等级正成为平台经营的重要参考。最新一期评价结果显示,Chinagoods、义乌购两大平台中A、B级占比超90%。平台在网店首页、搜索页面展示信用等级标签,增设信用筛选功能,并将信用等级作为平台活动报名、优质供应链合作、流量资源分配的核心依据。

不仅如此,信用评价结果还在向更多线上经营场景延伸。义乌为高信用分经营户提供续租优先、租金梯度减免、优先选位等政策,并协同市场主办方将信用等级与线上平台店铺流量、入驻资格、活动报名挂钩,让“信用招牌”切实转化为经营竞争力。今年以来,已向首批1817家高信用商户给予流量倾斜,平均提升平台内销量15%。

信用评价的价值,还进一步传导到融资环节。依托信用评价结果,市市场监管局引导金融机构推出“信优贷”“云商贷”等纯信用信贷产品,将评价结果运用于授信审批、额度核定、利率定价等环节,让良好信用转化为融资便利与成本红利,树立“守信受益、失信受限”导向。目前,已向36家个体工商户发放贷款3250万元。

“信用是发展基石,个体经济的活力彰显一座城市的烟火气与韧性。如今在义乌,政企数据通起来,信用价值活起来,金融水流向街头巷尾万千小店。”市市场监管局经济发展科相关负责人表示。


经营户在介绍男装款式

降温迟来 上新未迟

篁园市场秋冬装销售进入旺季

进入11月,虽然降温姗姗来迟,但篁园服装市场内冬装早已上新。走进市场,各类厚外套、羽绒服陆续摆上货架,咖色、灰色等色调占据不少店铺的显眼位置。经营户忙着整理新款、补充库存,采购商则穿梭于各个档口之间,看款式、问价格、挑货品,呈现出一派秋冬换季的忙碌景象。

秋冬交替,销售节奏逐步切换

对于服装经营户而言,秋装和冬装有着相对固定的销售周期。男装经营户方军介绍,秋装通常从8月份开始上市,10月份迎来销售高峰,随后销量逐渐回落,销售周期持续至11月份。冬装则从10月份开始陆续上新,一直销售到次年1月份。“冬装有两波销售高峰,分别集中在元旦和春节前后。”方军说。目前,冬装销量正逐步攀升,平均每天能卖出一两千件。

从秋装到冬装,服装品类的调整并非一蹴而就,而是随着季节变化逐步完成。方军介绍,11月份通常是秋冬装并行销售的过渡期,店内秋装和冬装各占一半左右。到了12月份,秋装基本处理完毕,店铺便会全面转向冬装销售。

在服装品类调整的过程中,气候变化也在悄然影响秋装的销售窗口。秋季本就时长有限,近年季节转换节奏进一步加快,留给秋季服装的销售窗口也持续压缩。“有时候秋装还没卖多久,天气就转冷了。”方军说。因此,一方面,经营户需要抓住有限的秋装销售时间,避免库存积压;另一方面,又必须提前上架冬装、备足货源。如何在季节变化与市场需求之间找到平衡,也成为经营户秋冬换季时需要面对的考验。

秋季降温偏晚,但仍需提前备货

虽然今年秋季降温整体偏晚,但在另一位男装经营户黄泽培看来,这并不意味着经营户可以放慢冬装上新的脚步。“该上的货还是要上,不能等到天冷了再去拿货。”黄泽培表示,服装批发有自己的经营节奏,经营户需要提前把商品摆出来,让采购商有足够时间看款、选货,才能在市场需求集中释放时及时承接订单。如果等到气温骤降才开始组织货源,不仅容易错过销售时机,还可能面临工厂缺货、补货不及时等问题。因此,提前备货是批发经营户抓住销售旺季的重要前提。

而提前备货十分考验经营户对市场的判断能力。“服装款式好不好卖,很大程度上要靠自己的眼光和预判。”黄泽培说。他会结合往年的销售经验和当下的市场反馈,提前预测哪些款式可能受到欢迎,并适当增加备货量。款式一旦打开销路成为热门,很快就会出现货源紧张的情况。谁能提前把畅销款备在手里,谁就更有机会在销售中抢占先机。

秋季降温偏晚带来的影响,更多体现为销售峰值的整体后移。经营女装店铺多年的商户陈科观察发现,尽管店铺仍按照往年节奏陆续上新,但受气温偏暖影响,消费者和采购商集中购买冬装的时间均有所推迟,导致当前冬装销量较往年同期有所下降。对此,她一方面维持正常的上新节奏,保障选品供给跟上市场周期;另一方面根据销售情况灵活调整备货规模,尽可能降低气温波动带来的经营风险。

从风格到色彩,流行风向渐明

随着秋冬装陆续上新,服装市场的款式选择和流行趋势也逐渐明朗。

女装款式方面,今年秋冬老钱风、通勤风依然备受关注,大衣、羽绒服、水貂类服饰成为冬季上新的重点品类。色彩上,美拉德色系是采购商和消费者较为常见的选择,米白、浅灰等颜色也受到不少顾客青睐,女装市场整体呈现出沉稳、柔和的秋冬氛围。

男装则更注重日常穿着的舒适性与实用性。黄泽培介绍,夹克、针织衫等兼具休闲感与日常实用性的单品,是今年店内秋冬销售的主力。带有醒目logo的款式热度明显回落,从款式到面料,简约、舒适成为不少消费者选购男装时的重要考量。

从秋装逐步过渡到冬装,从流行趋势到库存调整,篁园服装市场的秋冬销售正在有序推进。对经营户而言,气温变化带来的不确定性始终存在,但上新节奏不能乱、货源储备不能少,只有依靠对市场需求的持续观察和对销售节点的提前判断,才能在有限的季节窗口中争取更多生意。


消费者在选购衣服


消费者在了解秋冬装新款

全媒体记者 陈雨萌 文/摄


女装店铺里的秋冬新款

商家在整理服装

“陆港快线”贯通中原腹地仓

网络再添新支点

全媒体记者 吴峰宇 实习生 余喆 文/摄

本报讯 继丽水龙泉竹木制品、丽水莲都日化用品、江西南康家具三大产业带腹地仓先后投入运营后,近日,河南驻马店户外用品、许昌假发制品两大产业带首趟“腹地仓—义乌”陆港快线专线相继发车、顺利抵义。至此,“产业带集货—陆港快线—义乌出海”一站式集拼出海新通道在中原腹地正式贯通,义乌市国际陆港集团产业带腹地仓累计落地达5处。

据悉,布局产业带腹地仓,是义乌市国际陆港集团顺应跨境电商发展趋势、创新外贸物流服务的重要实践。随着跨境电商蓬勃兴起,产业带外贸订单呈现小批量、高频次特点,外贸散货集拼需求持续增长。传统就地零散集货模式,存在货源分散、拼柜周期长等短板,一定程度上制约了当地中小外贸企业出海。

义乌市国际陆港集团创新打造的“产业带腹地仓+陆港快线+义乌集拼+多元通道出海”的“义集运”模式,精准破解产业带订单“发货难、发货慢”痛点。货物在产业带腹地仓集中收储,经陆港快线定点直运义乌,衔接至义乌市国际陆港集团下辖物流园分拨,再依托海运、卡航、中欧班列等多元通道发往全球,集货转运效率显著提升、物流成本有效压降。以驻马店产业带为例,传统模式本地集拼至少4天,再转运出海,单柜成本6800元至7600元;相比之下,依托“义集运”模式,货源最快可当日入仓、当日发往义乌,出海周期缩短,单柜综合物流成本降低。在降本提效之外,该模式进一步释放政策普惠效应,让产业带众多中小微外贸企业共享深化义乌国际贸易综合改革政策红利,助力内陆产业带小微企业以更低成本、更便捷渠道开拓海外市场。



国际陆港集团助力入驻企业获评省级海外仓资质

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 近日,国际公路运输义乌集结中心入驻企业——浙江贝加尔供应链管理有限公司俄罗斯莫斯科海外仓成功入选2026年浙江省省级海外仓。这是浙江省深耕俄罗斯新兴市场、借力“一带一路”与卡航国际通道打造的标杆海外仓项目,既是政企协同、园企联动赋能跨境物流发展的重要成果,也为集团谋划海外供应链布局奠定坚实基础。

据悉,省级海外仓申报流程链条长、材料体系复杂、审核标准严苛,对海外仓资质、运营实绩、数字化能力、属地合规、服务带动能力均有严格要求。为提高申报成功率,义乌市国际陆港集团发挥外贸综合服务优势,主动靠前开展全流程申报辅导:对接市商务局、发改局等主管部门,解读申报通知细则与评分标准;对照入库门槛逐项预评估,梳理仓储系统、本地清关配送、运营数据、境外经营合规材料等短板,指导企业补齐境外场地证明、运营台账、订单数据等材料,协同完成申报材料编制与递交。

浙江贝加尔供应链莫斯科仓扎根俄罗斯莫斯科,依托卡航、浙江中欧班列(义新欧)稳定物流通道,集货物存储、批量分拨、本地派送、售后运维、品牌展示于一体,为省内广大跨境电商、外贸工厂提供前置备货服务。莫斯科仓可有效缩短对俄订单交付周期,降低物流成本,对冲跨境物流波动风险,打通“浙江货源—海外前置仓—终端买家”完整链路,助力浙江制造、义乌小商品直抵俄罗斯终端市场。

CIFA国际货代证书考试义乌开考

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,2026年度全国国际货运代理从业人员岗位专业证书(CIFA证书)考试在义乌考点顺利开考。

据义乌市跨境物流行业协会党支部书记金旭峰介绍,本次考试采用机考形式,设置《国际货运代理理论与实务》《国际货运代理专业英语》两门科目,实行“一次考试、两张证书”的双证对接机制。考生两科成绩合格,可取得中国国际货运代理协会颁发的CIFA国际货代岗位专业证书;在全科合格基础上,附加题成绩达到相应标准,还可申请国际货运代理协会联合会(FIATA)证书,获取全球货代物流行业认可的国际专业资质。

义乌是全国跨境电商和国际物流产业高地,外贸主体密集,货代从业人员数量庞大。义乌考点的设立,方便浙中地区国际货代、外贸、跨境电商从业者就地报考,免去异地赶考的奔波,进一步完善区域物流人才培育链条。依托这一考点平台,义乌将持续培育精通业务、熟悉专业外语、接轨国际规则的复合型货代人才,为义乌小商品扬帆出海、跨境贸易产业高质量发展夯实人才支撑。

义乌本月将举办50场电商培训

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 11月3日下午,阿里巴巴国际站“AI商品基建课”如期开讲。课程围绕AI发品、商品详情页优化、智能接待与数据诊断等内容展开,重点帮助外贸经营户解决商品上架慢、图文质量不高、询盘响应不及时等实际问题。

据悉,11月各电商平台及行业协会将在义乌密集举办50场电商专题培训活动,涵盖跨境电商运营、AI商品基础课程、招商选品会等多个主题板块,免费面向社会开放。

今年以来,我市“智能230培训计划”成效初显。截至目前,全市围绕AI应用、数字化出海及政策对接等内容,已开展各类培训近300场,有效提升电商主体数字素养与运营能力,助力企业在全球贸易变局中构筑“数字护城河”,实现高质量发展。