

破解义乌“世界超市”流量密码

原创设计让“义乌造”飞得更高(中)

如今，在640余万平方米的义乌小商品市场里，7.5万个商位、210万个单品“藏龙卧虎”。有这么一个有趣的统计：如果一个人在每个商位前停留三分钟，按一天8小时的营业时间来计算，逛完整个市场需要一年半时间。

这座“世界超市”的流量密码是什么？商贸底蕴浓厚的广州又能从中得到什么启示？

数字赋能+自主创新

为小商家小商品插上翅膀

每天清晨8点多，义乌国际商贸城面前的稠州路以及旁边的城北路便密集了起来；到9时许，车流人流开始渐渐聚集到商贸城内。一天24小时有86400秒，而义乌小商品市场的车流量高达日均88600次，即平均每秒钟就会有至少一辆车进出。一位刚停车的商户对记者说：“看到路上塞车、停车场车位难找，我就放心了。”

今年以来，义乌的小商户们心情都不错。经营毛绒玩具20多年的陆庆荣告诉记者，他们的产品主销南非、南美和俄罗斯，目前的生意额已

经基本回到了2019年以前的水平，每天进店的客人比以往多了几十个。“今年初，一些三四年没见的老客户在义乌重逢，大家都很高兴。”经营铜制饰品外贸生意的谢的宏表示，今年以来生意“明显好做了一点”，特别是几款铜戒指，卖得很不错。

据义乌商城集团市场运营公司总经理王向荣介绍，今年开市以来，义乌市场迅速回暖，客流、车流持续增加，商户对市场未来预期增强。目前市场日均客流量超20万人次，已经恢复到2019年以前的水平。

线下商城人流复苏的同时，客流也在互联网平台上涌动。据介绍，义乌在2020年推出了官方数字贸易平台——Chinagoods，目前在该平台上集合了7.5万个商户，采购商注册更已超过400万。记者发现，Chinagoods平台的功能不仅限于商品推广，还能提供市场缴费、转租转让、电费充值、宽带续费、跨境收款等多样化服务。据义乌商城集团相关负责人介绍，目前商城还集成了便利化通关、信息化物流、数字化仓

储、全球化供应链服务、信用数据采集及应用、供应链金融赋能等功能，实现义乌市场线上线下无缝对接。

商户一个月上架30多款新设计

要保持走在市场前列，数字化只是其中的“术”；对于中小企业来说，真正的“道”是自主创新。义乌的小商家们从长时间的市场摸爬滚打中明白了这一点。

陆庆荣告诉记者，他现在一个月最少会开发和上架30多款新产品，几乎比以往翻了一倍，目前在售的毛绒玩具有2000多款，几乎全是原创设计。陆庆荣向记者展示了一款销售成绩比较好的玩具小熊，“这是今年新开发的款式，采用了新型毛绒布料，手感亲肤、水洗不易变形，一个月能卖超过10万只，主要销路是去往东南亚。”目前义乌国际商贸城里大约80%在义乌及周边城市进行近地生产，原创设计款式更新得以进一步提速。

像陆庆荣这样的小商家，一点一滴地积累起义乌惊艳的外贸数据。海关统计数据显示，今年1-5月，义乌市进出口总

值达2173.6亿元，与去年同比增长18.7%。

原浙江省发展和改革委员会所长、浙江清华长三角研究院新经济研究中心主任卓勇良见证了义乌小商品行业近40年来的变迁。在他看来，义乌小商品中自主创新产品占比不断上升的主要原因在于，小商品经营者近年来进行了代际交替，“许多小商品摊档已经由第二代甚至第三代‘接棒’，他们是更有资源、更有文化、视野更开阔的一代人，自主创新能力更强。”

义乌市场发展委员会方面表示，义乌将进一步加快推进饰品、服装、箱包、工艺品等传统小商品行业的技术改造和原创设计，促进个性化定制、柔性化生产等新业态，建立行业大数据库。为了帮助店主们追上最新的时尚潮流，商城还不时会组织当地的设计美术院校与小商户们交流设计经验。

数字化+原创设计的“双翅”有望助力如陆庆荣这样的小商家飞得更高。

自主创业+充分放权

让小县城成长为“世界超市”

今天义乌的繁

荣，源于上世纪80年代确立的“兴商建县(市)”发展战略，也植根于“鸡毛换糖”的营商传统。习近平总书记曾将义乌的发展概括为“莫名其妙”“无中生有”“点石成金”。这12个字，可以说是“义乌故事”最生动的总结。

农耕经济时代，义乌人用宰杀禽畜留下的毛羽作肥料，意外发现效果奇佳。如何收集到更多禽畜毛羽？身无分文的农民们想到了“鸡毛换糖”——把粳米或火烧米配合大麦芽酿成糖油，再经过一定工序制成糖块，到千家万户换取禽畜毛羽。至清朝年间，“鸡毛换糖”生意越做越大，还形成了有组织的“敲糖帮”。

到1982年9月，义乌迎来了现代意义上“小商品市场”的发轫。时任义乌县委书记的谢高华一句“开放义乌小商品市场，出了问题我负责”，让多少人为之内心激荡。一时间，义乌“货郎”纷纷涌入义乌湖清门，他们用水泥板搭起的上百个简易摊位成为义乌小商品市场的雏形。

(转下版)