

开门红里涌动着我省消费新变局、行业新变化,开市首月—— 细看专业市场晴雨表

本报记者、通讯员集体采写

早6时许,浙江松阳,浙南茶叶市场,料峭春风吹动茶香四溢,陶醉着四方涌入的经营户与客商。“今年生意要做好,消费在回暖;但要做得好也更难,有好产品、新产品才行。”闯荡茶市20年,松阳茶人叶洪清早已看出端倪,“市场真的跟以往不一样咯。”

浙南茶叶市场被誉为“中国绿茶第一市”。松阳的风起云涌,呈现的是浙江的万千气象。近日,记者蹲点疫情防控政策优化调整后浙江多家专业市场首个春季开市,见证了天南海北的客商带着订单蜂拥而至,让未雨绸缪的经营户仍呼始料未及。省市场监管局相关负责人介绍,目前我省专业市场复苏成效明显,销售额同比呈上开态势,部分甚至达到近三年同期最高水平。

别样的开门红

用一个词描述这个春季开市,无疑就是“开门红”;若要再加一个词,那就是“出乎意料”。

“正月初八开市,初五就有客户过来,初六开出第一单。客户不仅来得早,下单也很果断。”柯桥中国轻纺城,人来人往,拉货的车辆穿梭不息。“对白”窗帘门市部负责人劳艳婷正经历从业十年来最忙碌的一个开市季。

义乌国际商贸城开市后,日均客流量已超20万人次,其中外商1000多人,同比增长20%,回到疫情前水平。经营户陆庆荣在开市当天一上午就拿到十多个订单,眼下的订单生产已排到5月之后,“我们有信心全年外贸订单增加60%以上”。

红红火火之下,是经济复苏的脉动。浙江大学公共政策研究院执行院长金雪军告诉记者,专业市场是经济发展的晴雨表。尽管目前仍面临较多不确定性,但中国经济“往前走”是必然的。作为久负盛名的商品市场大省浙江,早已“春江水暖鸭先知”。

国外专业机构的预测可做参考。1月31日,国际货币基金组织(IMF)对今年中国经济增长率预测上调0.8个百分点至5.2%。

首先带来开门红的,是消费复苏。据统计,今年春节假期全国消费相关行业销售收入与上年相比增长12.2%。1月的制造业采购经理指数(PMI)为50.1%,重返扩张区间,企业信心明显增强。

位于台州路桥区的浙江方林汽车城,贺岁祝福与促销标语仍随处可见,洋溢着喜气。开市首月,这里每天进店客流上百批。

“踩准了消费趋势,客户消费能力和意愿其实是很强的,甚至超出预期。”汽车城总经理林荣辉分析说,消费群体平均年龄正在下降,“Z世代”成为主力。他们相对对价格并不敏感,更追求实用性、设计感、高品质。汽车城藉此瞄准新能源车消费,在3年前开始大力引进国际知名品牌。如今进驻的新能源车品牌已占整个市场的七成。他以新能源车理想L9为例进一步介绍,其零售均价约46万元,属高档车价位,以往四五十岁的消费者才考虑,且主要做商务用。但如今,主打“移动的家”理念的L9成了年轻人口中的“奶爸车”,屡创销量纪录。

消费降级,需求升级。三年疫情加速了这一进程。

温州永嘉,桥头商贸中心的前身是我国首个农村专业市场——桥头纽扣市场。市场内,打印机“吐”出的声音此起彼伏。“以前讲究薄利多销,现在还是要提升产品附加值。”迈利发天然纽扣负责人魏秀平形容,桥头常年刮“快时尚”旋风,赶得上的纽扣能卖10多元一粒,赶不上的卖一分钱都可能压货。

“转型升级成功的专业市场能与块状经济相互成就,与内需消费相互促进。”省发展规划研究院产业发展研究所所长、教授级高工童相娟建议,加快推进传统专业市场经营理念、服务模式、技术应用、治理方式创新,提升专业市场综合服务能力,高质量支撑建设现代化流通体系。

同步实现“开门红”的,还有正在回暖的外贸。

此前,商务部对外贸易司司长李兴乾在2月2日的新闻发布会上表示,进入2023年,全球经贸下行压力明显加大。中国外贸领域的主要矛盾,已从去年的供应链受阻、履约能力不足转变为当前的外需走弱、订单下降。

不少久经风浪的外贸老手们,将此轮走弱视作周期性波折,开始在市场上提前布局。

已在义乌经商15年的印度客商迪帕克,早在春节前就搭乘包机回到义乌。相比往年对鞋袜产品的关注,他已观察到印度对鞋袜类新技术、新材料、新设备等出现的新需求,在开市第一天就下了一笔价值200万元的船袜设备订单。

星宝伞业负责人张吉英的客户已遍及五大洲100多个国家和地区,如今又在加快向国内消费者靠拢。“雨伞不止能遮阳挡雨,也是时尚配饰。”张吉英说,这是国内消费市场升级升出一片新天地。

“专业市场是‘双循环’建设重要组成部分。”省市场监管局市场合同监督管理处负责人介绍,2022年底,我省2813家商品市场共实现成交总额2.14万亿元,对拉动全省经济增长贡献显著。



农历正月初八开市当天,各地客商在柯桥中国轻纺城北联市场选品。 共享联盟·柯桥 沈潇 摄



2月22日,义乌国际商贸城人头攒动。

共享联盟·义乌 吕斌 摄

提速的创新风暴

创新,是记者蹲点时听到的高频词。

“这是我们新研发的兰花香香茶,它融合了花茶和绿茶的优势,单价比普通香茶高1~3倍,还供不应求。”叶洪清向记者介绍了自己刚刚上新的多个产品。这位“茶二代”在早年曾把注意力放在种植与销售,如今转向了研发与加工。

伴随着哗啦啦一片纽扣落桌的声音,永嘉泽宇纽扣实业有限公司负责人陈少勇感慨:“服饰流行款式变化很快,导致纽扣的样式也在不断变化。”他的母亲、全国“三八”红旗手王碎琼当年卖纽扣,几种款式管卖一年;而他现在一年起码要捣鼓出五六十种不同款式。

中国轻纺城集团股份有限公司总经理王百通则对专业市场新变化归纳为:“早年生产什么卖什么,后来变成卖什么生产什么,如今是创新什么卖什么”。

与消费变局一致,三年疫情同样加速了这一进程,也凸显了浙江专业市场的一个优势所在。

金雪军说,浙江很多专业市场确实有一身“无中生有”的本领,比如桐乡不产一根羊毛,却是全国最大的羊毛衫市场;余姚不产一粒塑料,却有全国最大的塑料市场……但整体来说,传承自“前店后厂”的发展模式,浙江专业市场与制造业联系紧密,在应对新变化中更为“得心应手”,“市场背后有产业、产业链支持且生态圈足够

新兴的升级浪潮

“这,卖的也叫小商品?”2月2日,义乌国际商贸城开市。细心的经营户发现,国际商贸城二区东的新能源产品市场也迎来开门试营业,引发多方“强烈围观”。

这个市场“体量”不小:它是一栋5层高的建筑,建筑面积约13.1万平方米,一、二楼共有商铺490余间,主要经营新能源系列产品及家装五金产品,地下两层与地上4至5层均为停车区域;它的“口气”更大:打造全国首个新能源产品展示交易的专业市场。

义乌商城集团相关负责人告诉记者,从小商品“跨界”新能源产品是深思熟虑的结果:一方面,义乌太阳能光伏产业发展迅速,市场对新能源及应用产品的需求旺盛;另一方面,“兴商建市”40多年,义乌的市场产品体系、客户群体、贸易服务方面优势明显,且与新能源应用产品贸易高度契合,“新能源产品市场”将作为义乌第六代市场的样板来打造。

记者发现,当下浙江专业市场正兴起“升级浪潮”。义乌是一个典型。在金雪军等专家看来,如今专业市场承担的,远不是当年农民为解决吃饭问题而从事的“鸡毛换糖”,而是要成为引领企业发展、行业良性竞争乃至“双循环”等国家战略落地的“枢纽”。

绍兴柯桥钱清街道,一个用地约132亩的铁海联运大枢纽已见雏形。这一绍兴首个铁路口岸,向东对接宁波舟山港出海,向西开行中欧(义新欧)班列深入欧亚大陆。建造它,较大一部分原因是打破中国轻纺城发展面临的“瓶颈”。

“绍兴出口总额约占全省的9%,坐拥中国轻纺城的柯桥更是占到全市的40%。但多年来,本地出口货物的通关模式、贸易方式总体相对单一,亟需加快国际物流体系建设。”柯桥区中欧(义新欧)班列项目负责人说。

不仅如此,王百通介绍中国轻纺城还有更大目标,“专业市场要成为产品、服务、技术、投资等各种信息的枢纽,成为产品集

强大,就可实时根据需求端要求进行调整,快速推出更受消费者欢迎的产品。”

义乌国际商贸城,福多拉饰品门市负责人孙灵娟直言,她在温州的厂区周边也有门店,6年前选择入驻义乌国际商贸城,就是为了用好专业市场消费群体大、信息及时交汇等特点,在客户身上及时捕捉到市场最新潮流,再用自己的研发设计优势结合起来,从而推出用户黏性更强的产品。

有经营户调侃如今的新挑战:不懂生产的设计人员不是好销售。

“专业市场是产业发展的风向标,也是产业链条的大动脉。”省市场监管局相关负责人说,发展到现在,专业市场就要围绕“新、快、精”三个方面升级,鼓励关联企业运用新材料、新技术,引导推动市场竞争从价格为主转向质量、技术、品牌、服务、标准等综合性竞争;推动关联企业装备智能化、生产自动化,实现快速制造、快速供应;推进市场产品向精品化、时尚化、个性化、品牌化发展,推出更多高附加值产品,实现与制造业的互促共进。

创新的“加码”,正在引发连锁反应。

“前沿产品量有所下降,但价格在上升;低端产品量价齐跌。整体估算,消费总量还是在上升。这是市场竞争、行业竞新的大环境。”柯桥大树纺织科技有限公司总经理邵灵彬直言,如今市场门槛在进一步提高,行业龙头效应更加明显。

聚的枢纽。我们准备加大力度引进国际国内先进纺织制造业企业,以及上游研发型企业,进一步引导本地企业走工贸一体化发展的路子。”

格局、定位在变,市场功能也在变。省市场监管局市场合同监督管理处负责人介绍,近年来,我省推进集“便利化、智慧化、人性化、特色化、规范化”为一体的专业市场服务体系建设,已完成专业市场“五化”改造提升211家,市场环境焕然一新。

在中国轻纺城,除了“开门红”,更有“开门红”——不少店铺正忙着装修,改门头、调布局,以前密密麻麻堆放产品的“格子间”,正在成具有展览、体验功能的“展示间”。“客户的观感非常重要。”劳艳婷庆幸自己在春节前投了20多万元装修,也将原来“带着上世纪痕迹”的店名“优品家纺”改为更具文艺气息的“对白”。

“轻纺城其实很老了,要‘变身’成为面向未来的专业市场。”中国轻纺城党工委副书记、建管委副主任钱苗娟说,《绍兴市柯桥区轻纺城打造“国际纺都”建设规划(2023-2025)》正在制定中,将围绕一块布的“一生”做文章,目标之一是将专业市场建设成为“一种新型‘商圈’”,一个工贸旅融合体,乃至当地“双循环”的一个动力源。

无独有偶。方林汽车城自去年下半年

金雪军解析,竞争及其形成的行业集聚,并不意味着就是简单的“大鱼吃小鱼”,在竞争充分的专业市场中,小微企业和个体户更有发展空间,“建议专业市场更要发挥作用,引导骨干企业、龙头企业将产业链、产业生态做大做强;同时根据新的市场需求集聚新的企业,形成新的竞争优势。”

确实是,柯桥中国轻纺城2022年注册经营主体3630家,但新增了6262家,净增2632家。省内其他专业的变化大体如此。

当然,扛过三年疫情、穿透消费升级,迎来今春开门红的经营户,信心更加坚定。“这两天仍在招工、招设计人员。”陆庆荣在义乌苏溪镇有自己的厂,集研发设计与生产于一体,他估计今年的产能将提升50%。

面对东南亚、南亚等地制造能力开始崛起。很多经营户的心态更为坦然。

“这是迟早会发生的。但我们也相信专业市场这么多年发展的底蕴和集聚效应在,我们的品质、工艺仍有优势。”桥头纽扣商会执行会长金恩义看得长远。他说,尽管当前国内外纽扣市场面临同质化竞争、产能过剩等问题,但通过把原本的功能性纽扣做成装饰类,加码研发设计力度,进一步提高产品附加值,依然还有较大的发展空间,“毕竟,意大利一些公司的纽扣产品,一粒可以卖到数十元。这才是我们的目标。”

以来,也在不时“上新”:汽车音乐广场、汽车后备箱集市、品牌快餐店……“我们希望变‘买车到方林’为‘游玩在方林’。”林荣辉说,方林将打造成为一个“人、车、生活”融为一体的复合型现代汽车城。

经30多年高速发展,我国专业市场在2012年达到顶峰;随后,在电商等多种形态夹击下,一批专业市场在竞争中被淘汰。如果以十年一个周期观察,专业市场如今正进入一个新的发展阶段。

“做专业市场,可不是划块场地就能收租那么简单咯,得像孩子一样为它谋划未来。”桥头镇分管经贸的副镇长徐建武这两天正在忙着谋划举办中国辅料大会。他希望通过会展带来更多人流、物流和信息流,为曾被誉为“东方第一纽扣市场”的桥头市场,再次成为发展的“桥头”而拼一把。

(本报记者 金春华 见习记者 周林怡 记者 徐添城 何贤君 戚祥浩 通讯员 杜文博 毛康阳)

专家观点

专业市场要“变身”未来市场

浙江省发展规划研究院课题组

改革开放以来,浙江人敢闯敢试、敢为人先,率先推进市场取向改革,创造全国第一批专业市场,带动了地方经济社会快速发展,涌现出义乌中国小商品城、绍兴中国轻纺城等年成交额超千亿元的“买全球、卖全球”超级市场。在《2021年中国商品市场综合百强榜单》和《中国商品市场十大数字化领跑者榜单》中,我省分别占33席和6席,均领跑全国。

经过近40年高速发展,商品流通内涵和外延深刻变化,特别是数字技术广泛应用,带动市场、渠道、营销加速变革,部分专业市场已经不能很好适应高质量流通体系建设的形势,主要体现在:传统现金、现货、现场的“三现”交易,业态模式缺乏创新性;传统“买全国、卖全国”,综合功能缺乏专业性;传统出租摊位、收取租金,治理服务缺乏体系性。

为此建议,深刻把握现代化市场规律、趋势和演进路径,坚定不移推进专业市场“便利化、智慧化、人性化、特色化、规范化”改造,重点做强三大方面:

一是畅通供销联动新通道,推动“市场+集群”深度融合,加强专业市场的价格发现、撮合交易、仓储物流、加工配送等产业供应链集成服务功能,培育一批供应链龙头企业,转型升级一批高效率联动、高标准协同的供应链服务中心。

二是引导消费扩容新空间,围绕消费者个性化、品质化需求,大力普及“市场+电商”“市场+展会”“市场+个性化定制”等新兴消费形态,继续加大以商品市场为主导力的行业标准 and 消费品牌建设,稳步提高消费水平和质量。

三是培育数实融合新业态,深入实施数字经济创新提质“一号发展工程”,加强产销全流程数据的汇聚挖掘应用,优化专业市场的数字化服务功能,积极发展智慧物流、智慧供应链等新业态新模式,打造一批示范性、带动力强的未来市场。



永嘉桥头商贸中心,经营户在准备发货。 共享联盟·永嘉 胡安育 摄

