年销500万美元 义乌老板的出海秘诀：

离消费者近一点，生意稳一点

■ 郭海峰

“80后”陈星（化名）的童年，总与吹风机、理发器、脱毛仪绑在一起。他的父母在金华义乌做个护小家电生意。

印象最深的，是每月底的仓库“大作战”：父母和工人围着成箱的退货忙碌。那时的义乌，小商品生意虽热闹，却绕不开经销商。由于没有直连消费者的渠道，商家只能把货批量卖给经销商，再由他们销往各地。可经销商也摸不准市场需求，卖不掉的货品只能整箱退回。

年幼的陈星琢磨：“如果直接把货卖给需要的人，多好？”

2012年，中国“入世”已满十年，跨境贸易的风吹向义乌。

在美国攻读MBA的陈星放弃学业回国，延续父辈的个护小家电生意。他从国内电商起家，逐步开了亚马逊、eBay店。

据义乌海关数据，2012年当地进出口总值近600亿元，一箱箱小商品从这里出发，流向全球。到2024年，义乌进出口总值已超过6600亿元，较2012年翻了十倍还多。但繁华背后，不少商家仍陷在“代工贴牌”“低价竞争”的困局里。

虽然入驻亚马逊跳过了“中间商”，但陈星始终觉得隔着一堵“无形的墙”。用户偏好很难在产品开发前摸清，他也很难了解用户想要什么。

2023年9月，TikTok Shop在美国全面上线，在义乌出海圈里激起了涟漪。陈星认为，TikTok Shop的竞争压力较小，如果能抓住新平台上的先机，说不定真能把货卖给有需要的人。

陈星团队的脱毛仪等产品。 受访者供图

一条短视频，销量涨了10倍

陈星很快带着团队入驻TikTok Shop。但当时，团队成员大多只熟悉货架电商的运营，对内容电商力不从心。入驻半年，销量未见起色。

为了挽回颓势，陈星找来了李春恋。她是一名资深运营，做过亚马逊，也干过国内的内容电商。她接手后，先拿公司在亚马逊卖得好的理发器下手，两周里每天上架30款理发器，但订单寥寥无几。

“不能一条路走到黑。”重新整理数据，李春恋发现，理发器的累计销量虽高，但趋势已显疲态；反倒是脱毛仪，总销量不突出，可每天的订单都在涨。通过对比平台热词、加购率及转化率等数据，李春恋确信脱毛仪才是用户更想要的。

转机来得很快。2024年5月，一位美国“野生达人”发布了介绍防水女士脱毛仪的视频。没有华丽的剪辑，仅强调“洗澡时也能使用”。出乎意料的是，这条“自来水”视频迅速走红，日销量从几十单猛增至2000单，连续20天飙升十倍，最终年销售额突破400万美元。

李春恋有点恍惚：一条普通视频怎么就带爆了？和平台经理沟通后她才明白，视频里提的“洗澡可用”，呼应了海外用户对防水的痛点。她认为这种沉淀在视频里的真实需求，是TikTok Shop最珍贵的东西。

这次爆单，也让陈星看清了这个新平台的潜力。他鼓励团队：“传统货架平台，销量是阶梯式增长，但TikTok Shop是脉冲式增长。一旦爆发，销量能上涨千百倍。这个平台天生适合做爆款。”

对于陈星团队这类工厂型商家，平台也提供了全托管的扶持政策。一方面降低入驻门槛，仅需营业执照、合规产品就能入驻。同时在运营上减负，团队只需把脱毛仪的品质做好、按时供货，销售、履约甚至售后都由平台包揽。库存方面，支持国内直发，一旦滞销还能退货，几乎没有库存积压的风险。

2024年8月，陈星团队瞄准男士脱毛仪，主动与个护赛道的达人合作。用户在评论区里关注剃毛刀是否“安全无痛”，达人便巧妙地使用气球和娃娃作为道具。刮过的气球光滑无损，娃娃模拟的皮肤区域也毫无划痕，“安全不伤肤”一目了然。靠着这种创新的内容呈现，男士脱毛仪从上架到爆单，只用了一个多月。

今年5月，TikTok Shop推出了全托管“品质严选”模式，陈星团队也受邀加入。李春恋透露，对于严选商品，平台有一套更严格的质检流程，还会专门拆机检查。他们的脱毛仪就被平台仔细查验了刀头会不会有安全隐患、电路里有没有装保护板保证长期使用等。

加入严选后，李春恋感觉产品仿佛多了层“背书”。达人们也愿意推荐品质有保证的商品，这进一步促进了脱毛仪销量的稳定。

把货卖给对的人

“看不见用户”曾是出海的最大难题，李春恋深有体会。她没出过国，以前对海外消费者的认知，全靠数据。

但现在，她每天会花1~2小时刷TikTok，在“夏日脱毛”“无痛脱毛”等话题的视频里，捕捉真实的用户声音。跟海外达人沟通时，她能了解用户想要什么，这让她觉得和用户实现了人与人的交流。

用户说：“刀头容易刮伤。”团队立刻研发，把尖锐的刀头改成R型钝角。用户盼着“洗澡时也能用”，产品很快加上防水功能。团队还摸清了不同市场的偏好：美国用户喜欢有分量、动力足的理发器，欧洲用户偏爱小巧便携的机型，团队便为欧洲市场调整了产品款式。今年8月，脱毛仪在欧洲的销量已近10000单。

陈星懂得“直面用户”多珍贵。2010年，他帮朋友对接过一笔上亿元的代工订单，买家不仅把利润率压到5%，条件还很苛刻：没有定金，货物到港3个月后才提货，提货后还要再等3个月才付款。这意味着，超过1亿元的资金要被占用五六个月，其间的财务成本、汇率风险，全得自己扛。但为了养活工人，朋友不得不接下这笔订单。

如果不能直连用户，就只能在产业链下游被动妥协。从那时起，“把产品直接卖给终端用户”的想法，成了陈星的目标。

日历翻到今年10月，陈星团队正忙着备战TikTok Shop的“黑五”全球大促。这次大促，比往年更让人心动。它不光横跨美国、欧洲、日本等多个市场，还贯穿10月下旬至12月初，几乎覆盖了欧美消费旺季的核心时段。平台还推出了超百亿的曝光资源。

团队很清楚，“黑五”是销量冲刺，让更多用户使用他们脱毛仪的好机会，大家都盼着“黑五”再往前迈一大步。

从义乌小店，到TikTok Shop年销500万美元的商家，陈星的转型，印证了内容电商对传统外贸的重构价值。正如他所说：“TikTok Shop给义乌商家最大的礼物不是订单，而是让我们清晰看到全球消费者的真实需求，这才是中国品牌出海最宝贵的财富。”

治水兴旅 文旅新风润乡野

■ 肖人魁 冯正园

“很有趣！让不敢玩传统漂流的我也体验了一把漂流的快乐！”虽已入秋，湖州市安吉县内仍有不少游客错峰打卡，让这个曾经默默无闻的乡村角落，一跃成为区域乡村旅游的“顶流”网红地。

今年夏天，这里凭借“窝囊版人体漂流”火速出圈，吸引长三角地区游客纷至沓来。项目主理人张帆介绍，景区开业仅两个月时间，客流量达30余万人次。数据印证了市场对创新玩水项目的认可，直观展现了暑期旅游市场的巨大潜力与消费活力。

而在原野西溪景区不远处，今年新开业的造梦学院复合营地，作为安吉县孝源街道打造的第二个玩水主题生态营地，同样交出了亮眼答卷。开业至今，造梦学院迅速在竞争激烈的文旅市场崭露头角，一举包揽抖音景点好评榜、露营地好评榜、亲子出游好评榜三项第一，稳居人气榜第三名。其单日抖音商贸交易总额最高突破17万元，客户复购率更是达到70%，已初步形成稳定的忠实客户社群。“暑期档我们迎来首个运营高峰，吸引了大量亲子家庭和研学团队。”主理人郭华峰难掩喜悦。

两大项目的成功并非孤立存在，它们如引擎般驱动着当地发展驶入快车道。经济效益与社会效益在此实现同频共振：村集体经济增收超50万元，为当地提供超100个稳定就业岗位，更有效带动周边百家民宿、宾馆、农家乐、餐馆、便利店等经营主体焕发新生。

新经济业态加速集聚让村庄愈发热闹，外来游客停车难题显现。对此，孝源街道洛四房村村委会主动破局，创新推出“庭院停车”服务，动员基础条件较好的村民家庭加入共富联盟。截至9月，这项服务已为村集体经济增收约30万元。孝源街道景区门口，村民们自发支起摊位售卖嬉水用具，小小的摊位成为村民共享发展红利的“微窗口”。

为进一步放大“水优势”，今年，孝源街道举办首届玩水嘉年华，作为第九届安吉玩水嘉年华的重要分会场，这场活动成为当地生态资源与休闲娱乐、互动体验深度融合的生动实践，让“玩水经济”的影响力持续扩散。

如今，孝源街道的“治水兴旅”之路仍在延伸。皈山场村花屿溪溯溪项目已开工建设，尚书干漂流、观音桥老虎湾、洛四房申博滨水乐园3个项目则纳入安吉县水生态产品价值转化项目，成功争取到资金1000万元。据测算，这些项目转化完成后，预计可增加安吉县财政收入40万元，为村集体经济带来80万元收益。

从原野西溪的“出圈”到造梦学院的“爆红”，从单个项目的成功到全域发展的联动，孝源街道以“水”为媒，不仅在暑期旅游市场中脱颖而出，更在壮大乡村经济、拓宽增收渠道、推动产业融合的道路上步履坚实。随着更多涉水项目的规划落地，这片浸润着清水的土地，必将在乡村旅游高质量发展的道路上书写更精彩的篇章。

能源保供 项目启动

日前，丽水永丰500千伏变电站新建工程在丽水市松阳县正式启动“三通一平”施工，这是丽水第三座超高压变电站。项目投产后将有效满足地方经济社会发展用电与大规模新能源消纳需求，打通浙西南清洁能源输送“大动脉”，对服务浙江省能源保供稳价、促进区域清洁低碳发展意义重大。

该工程是丽水电网“十五五”规划重点项目，本期建设1组1000兆伏安主变压器、4回500千伏出线及8回220千伏出线，预计2027年6月投产。未来将扩展至4台1000兆伏安主变压器、8回500千伏出线和16回220千伏出线。

丽水生态优良、自然资源丰富，待开发新能源超750万千瓦，核准开工抽蓄730万千瓦，“十五五”末电源总装机将达1600万千瓦，可再生能源发电量占全省15%。当前两座500千伏变电站无法满足未来负荷需求，而该项目建设及投产预计带动电网与新能源投资超125亿元，提升丽水全域新能源消纳能力200万千瓦。

该变电站还是浙江省首个双HGIS变电站，能提高造价经济性并节约土地。HGIS设备结合GIS与常规AIS优点，解决了常规AIS占地大、可靠性低、维护难等问题。施工中，工程以“标准化、模块化”为核心，采用钢结构建筑，优选装配式围墙、散水等预制技术，还探索预制化电缆沟应用，可减少湿作业时长、提高施工效率。

（洪瑜阳 廖敏 刘煜谦）

民主密码 童心解锁

近日，湖州市南浔区和孚镇人大代表联络站内气氛热烈，泉生小学的学生在这里开展了一场别开生面的“童眼观人大发展 童声议民主新篇”主题活动，与“民主”来了次零距离接触。

踏入人大代表联络站展厅，全国人大制度的历史长卷徐徐展开，从制度溯源到本地实践，每一段文字、每一件展品都似一把把钥匙，蕴藏着“民主密码”，为孩子们推开了民主殿堂的大门。在人大代表接待室，孩子们满是好奇，讲解人员耐心介绍代表接待群众、梳理诉求、推动问题解决的工作流程，并鼓励孩子们积极表达想法和建议。

模拟人大会议环节成为活动的高潮。学生代表们带着精心准备的建议依次上台，他们的关注点广泛且贴合实际，有的聚焦周边安全问题；有的关注校园舆论，提议通过红领巾广播站传播文明故事；还有的针对课外课堂，呼吁组织职业体验。孩子们稚嫩却认真的发言，展现出对民主参与的热情和对生活学习环境的关切。

和孚镇人大代表联络站的体验活动，为孩子们播下了民主的种子。据了解，近年来，和孚镇人大代表联络站在做好组织、协调、管理等日常工作的同时，以服务保障为基础，引导代表多角度、全方位下沉网格，各代表按照选区网格，进行履职服务，推动服务进网格，履职进网格，通过选民接待日、上门走访等方式，让代表“直抵”基层、意见“直通”机关。今年以来，共接待选民100多人次，搜集问题37个、解决问题29个，真正实现民生实事落地见效。

（张斌）

租金落地 喜收红包

近日，一笔328万元的租金款项，从西湖投资集团旗下子公司西湖安保服务集团有限公司划拨至杭州市西湖区留下街道石马股份经济合作社的账户。作为区级国有资本运营主体，近年来，西湖投资集团积极践行国企责任担当，探索以国有资本为纽带，带动村社集体经济发展的“国企+社区”共富新路径。

此次资金支付，不仅仅是普通的资金流转，更是石马社区与西湖投资集团合作开发留用地项目结出的一颗“共富果实”，标志着西湖区在探索“国企+社区”共同富裕新路径上取得了实质性突破。

这笔资金源自2022年启动的石马社区10%留用地合作开发项目。作为留下街道首宗与国有企业联姻的留用地项目，其核心成果——总规模约4.98万平方米的留和数智科创中心，是杭州首个由安保集团自主打造的综合性产业园区。项目总投资约4.2亿元，截至目前，西湖安保集团已投资2.5亿元，该项目旨在“一举多得”，既激活社区沉睡资产，提升集体经济效益，直接惠及社区居民；又补齐辖区产业短板，优化功能布局，为区域发展注入新动能。

“这个项目不仅承载着我们推动共同富裕的社会责任，更直接关系到村社居民的‘钱袋子’。”西湖安保服务集团有限公司总经理安静说，“我们致力于实现政治效益、社会效益与经济效益的‘三赢’，让发展成果真正惠及于民。”

随着首批租金的成功支付，园区的未来发展蓝图愈发清晰。据悉，园区将以专业的运营服务和优质的硬件设施为基石，重点吸引和集聚科技创新企业，力争将其打造为驱动西湖区数字经济发展的新高地和重要增长极。（叶子）

回村办企 带动共富

近日，在衢州市柯城区石梁镇荞麦坞村的一个加工基地里，五十多岁的余凤姣坐在电子缝纫机前，手指翻飞间，一个布娃娃的腿脚逐渐成形。“干这活，风吹不着、雨淋不着，一个月能挣四五千元。”她笑着说。

这里是浙江贰白手作工艺品有限公司在衢州设立的总加工基地。该公司由荞麦坞村村民徐一明、徐燕云父子返乡创办，生产的布偶娃娃既供应义乌、杭州等批发市场，也远销日本、韩国等国家。

公司负责人徐一明介绍，公司从2023年在绍兴越城起步，去年决定回村发展，扩大生产规模、带动家乡村民就业。今年4月，1000多平方米的荞麦坞加工基地正式启用。徐一明儿子徐燕云之前在广州、杭州做玩偶生意，其女友专程赴韩国学习玩偶设计，如今每月能推出10款至20款原创设计。

荞麦坞加工基地启用后，贰白手作又相继在柯城、衢江设立7个加工点，带动200多名农村妇女实现家门口就业，日均生产4000余个大中型布偶娃娃。作为义乌商场玩偶类网红企业，该公司年销售额达3000万元。“场地是我们最大的瓶颈。”徐一明说，公司正着力突破产能限制，争取明年销售额超5000万元。

企业发展离不开当地政府的支持。针对公司厂房扩容难题，石梁镇党委、政府第一时间走访辖区多个闲置厂房；该镇妇联、村干部主动帮助招工，解决“用工荒”；针对公司用电量增大问题，荞麦坞村村两委马上联系柯城供电分公司石梁供电所增容变压器。

石梁镇党委书记邱志明表示，发展玩偶加工这样的特色产业，能有效带动农村剩余劳动力就业增收，切实缩小“三大差距”。下一步，该镇将推动荞麦坞村集体建设标准化生产用房，租赁给企业破解发展瓶颈，壮大村集体经济，实现互利共赢。（郑晨 蓝燕红）

·资 讯·

浙江安吉两山国有控股集团

打造合规管理体系 助力国企改革加速

■ 肖人魁 鲁露

“如何从尽调环节就筑牢合规防线？”“怎样在投资全流程中打通合规管理脉络？”近日，浙江安吉两山国有控股集团有限公司（下称“两山国控集团”）特邀北京盈科（杭州）律师事务所专业律师，面向全体员工开展“企业合规管理体系制度解读”专题培训。

这场培训既是集团深化合规建设的具体实践，也为后续合规管理向各业务领域延伸奠定基础。2024年9月，两山国控集团积极响应省市县国资监管要求，在全县国企中率先启动“合规管理体系”建设工作。“我们选择子公司‘招商投资集团’作为试点，优先在基金招商、股权投资领域搭建合规管理体系，旨在打造可复制、可推广的合规业务样板。”集团审计法务部工作人员介绍，试点工作的核心目标，是为后续将合规管理“触角”延伸至集团各项业务“神经末梢”夯实基础，最终实现合规管理全覆盖——这一规划，也为后续合规品牌发布与制度完善指明了方向。

为推动合规建设落地落细、走深走实，集团引入北京盈科（杭州）律师事务所组建专业合规专家团队。过去一年，专家团队与集团工作人员深度协作，通过合规访谈、业务走访等方式，精准梳理业务流程中的合规要点，推动合规体系向专业化、规范化、精细化方向迈进。今年4月，集团重磅发布“合规铸基 投融引航”品牌——这是安吉县国企首个合规管理品牌，不仅明确了“两导多融”合规推进模式与“1+3+N”合规管理模式，更让集团合规建设有了清晰的“方向标”。依托这一品牌，集团先后出台《合规管理办法》《合规审查实施细则（试行）》等7项配套制度，建立合规管理季度简报机制并完成2期简报刊发，逐步构建起合规、法务、风控、纪检、审计深度融合的“大监督”“大风控”一体化管理体系。而在投资专项合规领域，集团同样成果显著：修订《集团派出董事、监事管理办法》，制定《涉被投企业表决事项审批权限清单》，梳理投资领域“四张清单”，精准识别“募投管退”全流程风险点92个，并对应制定92条防控措施。这一系列举措，正是对试点阶段“筑牢投资领域合规基石”目标的有力回应。

如今，两山国控集团已通过“以点带面、点面结合”的推进路径，逐步形成“全员合规、全面合规、全流程合规”的工作格局。展望未来，集团将持续贯彻“三维一链”合规管理要求，进一步加强各部门协同运作，深化合规建设成果转化，确保合规管理见行见效、出真绩。下一步，集团将“以合规促发展、以发展强合规”为核心导向，持续完善合规管理体系，朝着打造专业、高效、有价值的一流县域投融资服务平台稳步迈进，为深化国企改革贡献更多力量。

安吉两山国控集团专题培训现场
图片由浙江安吉两山国有控股集团提供