

“互联网+”重构小商品贸易 义乌打造电商高地

证券时报记者 李小平

在“互联网+”时代,曾经被视为“一铺养三代”的实体市场,如今正面临着尴尬境地,转型升级成为传统实体市场发展的主旋律。

义乌是全球最大的小商品集散中心,被联合国、世界银行等国际权威机构认定为世界第一大市场。义乌这座商城,拥有大小商铺近20万家,汇集了170多万种小商品,销往全球200多个国家和地区。然而近几年来,从传统经济中发展起来的义乌小商品经济,正面临着电子商务时代的新挑战。

当实体经济遭遇互联网冲击,你会怎么办?义乌的答案是:顺势而为,线上线下融合发展,最终把义乌建设成全国网商集聚中心、全球网货营销中心和跨境电子商务高地。

店小二变身主力军

7月的义乌,骄阳似火。吃完晚饭,喧嚣了一天的商城开始沉静下来。此时,在义乌江东岸,与义乌国际商贸城相距3公里的青岩刘村,一批年轻人的生意刚刚开始。

沈伟是湖南人,在同学创业故事的感召下,2013年从深圳来到义乌,在青岩刘村做起了电商。当下,他和妻子经营的网店,陈列着近百种花色的衣服、饰品。“上个月,卖了30万元的货,利润大概2万元。”

在青岩刘村,与沈伟有过相似经历的创客还有很多。如今,这个只有800多户人家的村,已成了外来人群创业的天堂,他们通过互联网,把经营触角伸向全国乃至世界,网上成交后,立马采购、包装、投递,村里车来车往,一直持续到深夜……

据了解,首批进驻青岩刘村的电商创客,只是迫于生计被迫转型,但随着一个个草根创业的故事不断传播,青岩刘村的聚集效应越来越强。去年,青岩刘村的网店数量就达到了2800多家,2014年线上交易额达到35亿元,是个名副其实的“电子商务村”。

村口屹立的“中国网店第一村”指路牌,能看出这群创客们的骄傲——2014年11月,李克强总理到义乌考察。到访前,义乌上下官员几乎一致认为,义乌国际商贸城是李克强总理此行的首站。然而始料未及,专机落地义乌机场后,李克强总理直奔青岩刘村。

根据当时媒体报道,李克强总理在青岩刘村考察时说,网店经营在你们村集中发展得最早,现在村里的网店数量已经是居民户数的十倍,网店虚拟空间服务实体经济,开拓巨大的市场空间,你们不愧是“网店第一村”!李克强还鼓励网店的“店小二”,既当就业者,又当创业者,未来成为“大掌柜”。

实际上,青岩刘村只是义乌电商崛起的一个缩影,义乌的后宅、北苑等地的电商产业,也形成了集聚效应。与此同时,义乌目前已建成北苑创业园、网上服务区、城西电子商务园等20个电子商务园区。

随着义乌电商的崛起,这些“店小二”已成当地贸易的“主力军”。记者从义乌电商办获悉,2015年上半年,义乌市实现电子商务交易额618亿元,同比增长31%。618亿元的电商交易

额是怎样的一个概念?数据显示,今年上半年,义乌的集贸市场总成交额为606.9亿元。换言之,义乌电商已成为当地贸易的主要推手。

传统市场融入电商大潮

快速崛起的义乌电商,离不开义乌传统实体市场的支持。

目前,义乌市场包括义乌国际商贸城、篁园服装市场、义西生产资料市场及各专业街等,预计整个市场商户约20万个,其中义乌国际商贸城的就有约7万多商户。根据“划行规市”原则,整个市场分为16个大类,销售着170多万种单品。

走访义乌实体市场时,诸多商户向记者反映,生意一年比一年难做,利润率也在逐年下降,主要原因包括,国际经济大环境影响出口,各地同类型市场的兴起,以及电商对传统商贸的冲击。

不过,在诸多商户感慨生意难做的同时,义乌的集贸市场却交出了一份漂亮成绩单。义乌统计局数据显示,上半年,义乌的集贸市场实现总成交额606.9亿元,同比增长21.5%,其中义乌中国小商品城实现成交额480.8亿元,同比增长了18.3%。

义乌实体市场的逆势增长,与当地政府的“大力发展电商,线上线下融合”政策不无关系。仅2014年,义乌就引进兰亭集势、大龙网等知名电商平台。同时,开工建设快递物流企业集聚中心,引入“三通一达”等知名快递企业。

掌管义乌国际商贸城的小商品城(600415),把7万多实体商铺搬到网上,独有商铺360°全景展示,让人身临其境逛市场。同时,义乌购还通过“合计划”,在各地培育义乌市场二级分销商,打破义乌市场的地域限制。

在电商迅猛发展的背景下,在义乌国际商贸城经营日用百货的王剑英,于2013年在义乌购电商平台上开出网络商店,触电2年多,他的网店交易额逐渐上升,目前已经达到实体商铺交易额的五成左右。同时,不断增长的线上交易额,又反过来促进了线下撮合交易的提高,由于线上引流至实体店铺的客户增多,实现了线上线下的双赢。此外,通过义乌购推出的合计划,她还在内地其他市场找到了二级分销商。

下一步,义乌将着力推进线上线下融合发展,传统贸易与电子商务的无缝对接,国际市场与国内市场连接贯通,把义乌打造成为全国网商集聚区、全球网货中心和跨境电子商务高地,实现电子商务跨越式发展。

探索电商发展新趋势

大众创业万众创新的热潮下,义乌电商的草根创业故事还在涌现,但更多的是趋于平淡。

螺丝逆袭确实有,但当炮灰的更多。近年来,随着电商群体的增长,创业成功率正在下降,特别是从事内贸电商,竞争太激烈了,利润率低得可怜。而且很多时候,网店为了吸引流量,都在赔本做买卖,这也是为什么很多人感慨做淘宝不挣



李小平/供图 吴比较/制图

钱。”在青岩刘村淘金的沈伟称。

从淘宝客转入跨境电商,成为越来越多义乌电商从业者的选择。2014年,义乌最大的跨境电商经营公司吉茂科技,顺势成立吉茂跨境电商学校,专门从事跨境电商方面的人才培训。

吉茂跨境电商学校校长贾军成称,短短一年时间,学校已开展公共授课3600人次,帮助了近600家传统企业入驻跨境电商平台,1000多位创业者成功踏入跨境电商蓝海。目前,许多学员已有非常不错的销售业绩,有的学员月销售额已达到了3万多美元。学校计划在2015年底孵化3000位以上成功的跨境电商卖家。

从义乌跨境电子商务监管中心通量看,也能看出当地跨境电商的变化。从去年12月26日正式投用开始,该中心的业务量呈爆发式增长,目前,单日通量已从最初的近千票,跨过11万票大关。

尽管企业热情高涨,市场需求旺盛,但义乌的跨境电子商务发展仍然遇到一些瓶颈。跨境电商购物包括货源、报关、通关、物流、支付等环节,但原有的监管体系和进出口流程已成掣肘。此外,企业自身运作不规范、竞争力不强及人才储备不足也是跨境电子商务发展的难题。

采访期间,小商品城副总经理吴鹏谈到部分采购商遭遇的尴尬,“上次一位希腊采购商反映,因为当地局势动荡,船还没到岸,货物就已经不赚钱了,而这些因素,采购商很难在下单时考虑到。”

“义乌的电商已闯出了一条生路,跨境电商如何发展,还在探索。最终目的是提升竞争优势,为义乌小商品贸易通往世界市场找到更好的路径。”吴鹏如是说。

记者了解到,为了加快市场转型升级,设立国际邮件互换局和交换站,市场采购贸易+海外仓、合计划、海外分拨中心等事项,将会成为未来一段时间义乌发展电商产业的重点。以设立海外分拨中心为例,可能会效仿亚马逊模式,在交通条件便利、贸易集中的地方设立据点,把国内商品前置,节省外商采购成本。

在让中国小商品“走出去”的同

时,义乌也在积极通过跨境电商把外国商品“引进来”。

目前,小商品城已经与韩国三星公司签订独家合作协议,未来将与更多其他国家的公司合作。同时,公司在义乌国际商贸城的实体市场,设有专门的进口馆,作为来自全球各地进口商品的分销平台,通过线上“义乌购”进行展示,实现外国商品“引进来”的战略。

义乌市场突围信号:小商品城部分物业涨租

证券时报记者 李小平

坐拥近10万个商位的小商品城(600415),见证着义乌市场的成长。义乌市场转型升级的成效如何?商位租金的涨跌是一面镜子。

证券时报记者获悉,今年6月以来,义乌国际商贸城进口商品馆启动了新一轮的招租,已经完成招租的2/3商位中,租金整体上涨3-5倍。另外,“一区东扩项目”预计今年10月正式开业,在即将启动的招租中,租金将在目前定价基础上加上市场化比重。

涨租金挑商户

义乌国际商贸城,是小商品城旗下的最主要物业。朱辛平负责着商贸城五区的招商工作,商户生意的好坏,市场租金的高低,他自然最有感受。

今年6月以来,进口商品馆启动了新一轮的招商,租金也进行了调整。原来进口馆商位的租金,平均300元/平方米,这一次普遍上涨至1200元/平方米,位置好的区域涨至1800元/平方米。”朱辛平对证券时报记者称。

租金涨跌是物业所有方——小商品城做出的决定,但能否成功执行,还得看市场买不买账。负责招商工作的朱辛平告诉记者,进口商品馆的商位一共是374个,招商工作9月份结束,目前只剩下40-50个没有出租出去。”

尚未成功出租的商位,并非是没有商户愿意承租,而是小商品城在此次招商过程中,执行了一套严格的筛选制度。

朱辛平称,这次入驻进口馆的商户,主要是2015年义乌进口商品博览会达成合作意向的采购商。此次进口馆的招商,主要根据企业报关单、商品竞争优势等因素决定。从目前入驻商户的情况来看,绝大部分是国外产品的一级代理商。

据介绍,今年6月初,小商品城举行2015年义乌进口商品博览会,其中参展企业1500家,90%来自境外。在4天展会期间,参展企业和采购商达成的意向代理超过1万项,参观和采购商商累计达17.6万人。

租金市场化大势所趋

小商品城以开发经营义乌中国小商品城为主业,目前掌管着义乌国际商贸城、篁园服装市场、宾王市场、国际生产资料市场等,市场经营面积约600万平方米,商位数约10万个,其中义乌国际商贸城营业面积400万平方米,商位约7万个。

小商品城的收入,主要是向旗下近10万个商位收租。目前,义乌国际商贸城的普通商位租金是2000-3000元/平方米/年,单个商位的面积8平方米-15平方米。换言之,义乌市场的繁荣与否,决定着小商品城收入的高低。

近年来,随着全国各地商品市场建设步伐的加快,同类型市场的竞争加剧。同时,随着电子商务等新兴商业业态的快速发展,商品交易市场面临的竞争日趋激烈,义乌国际商贸城也陷入困境。

迫于商户的生存压力,2014年4月,小商品城发出了下调租金的通告,即公司下属国际商贸城五区市场和篁园服装市场原三年期商位的使用权于2014年4月19日到期,公司通过前期综合调研,决定由原协议使用权人办理新一轮使用手续,但租金相应减少近1.79亿元。

熟悉小商品城的投资者都知道,义乌国际商贸城进口商品馆商位数量有限,此次租金的涨跌不足以影响到小商品城的业绩,但其传递出的信号不容忽视。至少从侧面说明,义乌国际商贸城租金止跌回升的苗头已现。

实际上,不仅是进口商品馆的涨租已成事实,即将招商的“一区东扩项目”也值得期待。2012年启动的一区东扩项目,位于义乌国际商贸城一区市场东面,项目总用地面积8.15万平方米,项目总建筑面积为21.54万平方米,商位数2892个。目前,项目建设已进入收尾阶段,预计今年10月义博会期间开门营业。

虽说一区东扩项目的招租政策尚未出台,经营户也不希望涨租,但随着义乌市场转型升级成效的显现,“一区东扩项目”租金的高起点定价是市场的普遍预期。诸多经营户反映,目前,小商品城一区市场的年租金,每个商位也就3万-5万元,但是市场上的二房东,早已把商位租金炒到百万的天价。一区东扩项目的租金,没有道理与现在一区市场一个水平。

义乌市场相关人士对记者称,义乌国际商贸城的租金市场化,是义乌市场的发展方向。即将启动招商的一区东扩项目,届时在目前定价基础上,加上市场化比重是大势所趋。

■记者观察 | Observation |

“互联网+外贸”助力网上新丝路

证券时报记者 李小平

传颂千年的茶马古道、丝绸之路,令世人折服。而今,在“互联网+”的大潮下,打开大门做生意的中国,需要新丝路。

十年前,阿里巴巴还默默无闻,但小商品城已经是全球最大的小商品市场。然而,同样利用平台做天下人生意,彼此发展迥异。如今,在美国上市的阿里巴巴市值超过2100亿美元,小商品城市值不到600亿人民币。两者的差距可见一斑。令人欣慰的是,义乌人的观念正在迅速变化。现在,发展电

子商务,推动市场转型升级,已成为义乌“一号工程”。

义乌的“电商换市”政策,为义乌小商品打通了一条自己的网上丝绸之路。2015年上半年,义乌市实现电子商务交易额618亿元,同比增长31%。其中跨境电商方面,外贸零售交易额88亿元,同比增长46%;外贸B2B交易额173亿元,同比增长25%。成为义乌外贸出口的重要力量。

实际上,除了义乌,杭州、广州和深圳等地的跨境电商,也同样在当地经济中扮演着越来越重要的

角色。

究其原因,是因为跨境电商缩短了供应链,通过集约化效应显著降低成本,工厂、零售商的利润空间有所上升。将线下的外贸市场逐步转移到了线上,也让外贸市场有了一定的起色。

近年来,我国外贸出口疲软,政府曾出台一系列扶持政策,但成效不佳。不过,跨境电商却成为我国外贸的亮点。日前,商务部研究院电子商务研究部副主任张莉透露,我国主要跨境电商平均增长率在40%左右,其中跨境电商零售增长率达到40%至50%。2014

年,我国跨境电商占全国外贸的比重约为15%。

在“互联网+”时代,跨境电商正迎来历史性的发展机遇。今年上半年,政府相继出台了多项政策,加大对跨境电商行业的扶持力度。6月初国务院常务会议指出,促进跨境电子商务健康发展,用“互联网+外贸”实现优胜劣汰,有利于扩大消费、推动经济转型升级、打造新的经济增长点。

打开大门做生意,发展跨境电商,又何尝不是参与“一带一路”(“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”)

建设。

作为国家战略,新时代的丝路建设早已不是单纯修一条路。从“一带一路”的倡导方向来看,新时代新丝路的重点早已不在于“路”,而在于“通”——政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通。而且,跨境电商无限交叉并延伸,已经具有了“路”的特性。

跨境电商犹如一条网上丝绸之路,是开拓外贸市场的新渠道,对扩大中国制造国际市场份额、培育外贸竞争新优势具有重要作用,与“一带一路”的倡导方向一脉相承。