

改革开放谱新篇

浙江义乌：小商品做成大生意

本报记者 颜世龙 义乌报道

“恺撒的归恺撒，上帝的归上帝。”西方这句谚语在县级市义乌，显得更加具象化。

不问出身，不论信仰和国籍，更不看肤色，这里鲜见高谈阔论的高谈与阔论，也少闻一线城市的风云时政和巨头科技。在义乌市，坐下来谈的是生意，可以是锅碗瓢盆，也可以是玩具头饰，甚至是小到几毛、几分钱的针头线脑。但就是这样的生意，在义乌小商品江湖中折射出了属于普

通人的生活本色和商海之道。

义乌市常住人口约190.3万人，其中外来人口约143.3万人，外国人就达30余万人，常住外商2.1万人，“含外量”不亚于北上广深等一线城市。随着国外客商蜂拥而至，产自中国各地的各式小商品也源源不断地输出到东南亚、非洲、中东等地区市场，外贸业务正重新复苏、活跃起来。

《中国经营报》记者了解到，义乌正出现越来越多的外地人和“老外”面孔，有开着车进货的，也有骑电动车逛街选品的，经历了白天的

选品、砍价、搬货等忙碌，晚间又转场在街头练摊。酒桌之上，各国语言混杂交织于啤酒、撸串、小龙虾等各色美食之间，安全、生意与惬意，被这座“世界小商品之都”调和得刚刚好。

除了现实中的砍价还价和酒酣耳热之外，随着速卖通、亚马逊、ebay等各类跨境电商平台的火热和自营、全托管等商业模式的加持，一个全新的跨境电子商务江湖也在成就着各式各样的小人物和背后的大生意。

浙商的外贸“生意经”

用最原始的办法和感情做外贸生意，才让义乌变得越来越国际化。

到柴荣辉这一代，可以说吃到了时代的红利，也沾了有文化的光。在商贸城二区里，几十平方米的高铺宽敞明亮，摆满了各式各样的电器产品，来自中东、非洲地区的客户在此选购商品也已经是轻车熟路。

回忆起创业之初的往事，柴荣辉仍旧心潮澎湃。“当时，央视一档创业节目叫《赢在中国》，节目的主题曲叫《在路上》，是国内很多知名企业联袂献唱，可以说鼓舞了很多像我一样的浙江年轻人。”柴荣辉说，也正是凭着这股创业热情，让法律专业出身的柴荣辉在2006年走上了创业之路。

“我刚来市场时，这里面几条街的老板几乎没有会说英语的，一旦有外商来的时候，我就给老板们做翻译，久而久之外商们也知道了我本身就有店铺，所以慢慢地客人也就多起来了。”柴荣辉告诉记者，“当时，一些外商还教我该怎么做产品，如何包装，这样他们才能卖得出去。”

柴荣辉清楚地记得，他第一位真正意义上的外国客户是一位孟加拉人。“第一年创业赚了5000元，过年期间全花完了。对于当时的我来说，第一年转行就赚钱并不是非常渴望和激动的事情。因为即便我出去上班，一年能赚将近10万元。”

“我们浙江人和其他地方的想法可能不一样，做生意要有一个过程，前三年亏本也是很正常的，但过后还没有开始赚钱，就有点‘窝囊’。因为我们从小看到父母也是这么做生意的。做生意一定要坚持，即便觉得坚持不下去了也要坚持，这样生意才会慢慢

慢做大，而当5年、10年之后再回过头来看时，才发现与当初的情况已天差地别。”柴荣辉说。

正是因为坚持，柴荣辉在2010—2013年间，迎来了人生中的高光时刻，他经销的家电产品成为爆款，来自非洲、中东和南美等地区的客户订单纷至沓来。“当时，一款蒸汽清洗机一年能卖3000多万元，客户甚至要排队等货。”事实上，整个义乌商品市场也呈现出跨越式增长态势。伴随着市场走俏，越来越多的年轻人开始来到义乌，加入外贸行业。

在柴荣辉看来，义乌的外贸生意，明显区别于其他城市。因为都是以小商品为主，而且相当一部分客户都是来自非洲、中东、东南亚等地区的发展中国家，相比国内和其他发达国家客户追求新潮款式，他们更喜欢“老款”。

就在记者采访间隙，一位来自巴基斯坦的客人进入柴荣辉的店铺，询问电熨斗价格，并最终选定了一款电热式熨斗，在将价格从50元砍到35元之后最终带走了这款产品。“国内和欧美地区的客户都在使用蒸汽式熨斗了，但他们还是很喜欢老款电热式熨斗。”柴荣辉说。

“我们的生意不是像很多大企业一样，靠签订合同去约束双方，更多的是靠他们的道德和信仰。”柴荣辉告诉记者，“例如，我跟一位非洲地区的朋友做生意，他家族的其他人慢慢地也会来找我拿货，就是这样靠一点点的口碑发展起来的，有时候还会通过赊账的方式给他们发货，这在大企业看来是不敢想象的。”

正是有像柴荣辉这样的浙商

们，用最原始的办法和感情做外贸生意，才让义乌变得越来越国际化。除了老板个人努力外，供应链发达、政策加持、产业配套完善也是关键的一环。在陈知幸看来，义乌的外贸生意主要包括国内贸易和国际物流两部分。

“传统的外贸是商户直接给国外的客商供货，这就涉及关、检、汇、税等问题，但义乌的贸易模式非常简单，外国人是自行采购，然后将货物委托给第三方物流等服务机构，相当于自己给自己发货。在义乌市做生意，商户甚至不需要懂太多，只要能解决沟通问题，各个环节都有非常专业的机构来服务。在产品成本方面，义乌市不见得最有优势，但综合成本绝对是最底的。”陈知幸说，“客户想买某款产品，来到义乌市就能看到几百种款式。老板们每天都在和不同的采购商打交道，他们最懂市场，甚至可以设计和开发出新品，然后交给工厂开模生产。义乌市小商品市场之所以能发展起来，靠的不只是低价，而是充分的市场竞争和适销对路的产品。”

义乌市库存品行业协会执行会长苏兴旺从东北来义乌市经商已有很多年，至今除了口音和喜欢吃大蒜的习惯没变外，已经完全“义乌化”了。在他看来，义乌市之所以能成为世界小商品之都，在于“鸡毛换糖”式的精神和经商文化，最重要的是以义乌人为代表的浙商非常能吃苦耐劳。

“这里的人即便有钱了，也非常能吃苦耐劳，依然很努力，没有小富即安的文化。”苏兴旺说，“还有就是营商环境好。在这里没有吃拿卡要，办事也不用找关系。”



作为“世界小商品之都”义乌市的主要商品集散地之一，义乌国际商贸城迎来八方客流。

颜世龙/摄影

义乌的“含外量”

如今，“含外量”已经成为一座城市经贸活跃度和全球化度量的一个重要标准。

刚刚从广州市飞到义乌市的印度设计师Varija Bajaj就和中国的同事一头扎进了义乌国际商贸城一区，这是她第一次来到义乌。但因为行程非常紧张，Varija Bajaj此行的目的是尽快为她的作品找到适合的辅料。即便不会说中文，但为了选品和初步询价，她还是从一楼逛到顶层，每当看到心仪的产品还会向商铺老板索要一张名片，并将产品和名牌一起拍照留档。

最终，Varija Bajaj相中了一家香薰店的产品，经过简单询问后，便仔细挑选起了样品，并称重后直接摆在地上，用马克笔依次将样品信息标注在旁边。

“这么多的店铺和商品，每一个价格都不同，等回到印度后，我将重新分析和排列挑选出来的样品，然后再交给中国的同事来砍价。”对于此行的采购流程，Varija Bajaj对记者说，“因为这里太大了，工作和行程也非常紧张，所以我们没有时间去吃午饭，只能自己带着零食边逛边吃。”

在义乌市，除了像Varija Bajaj一样来进货的外商，也有很多外国人选择直接在当地开店。比如，来

自阿富汗的Tawfiq Fazilat，他给自己取了一个中文名字——刘克。“我的阿富汗名字意思是所有好的东西都到我这里来。”这也和义乌很相似，汇聚全国乃至全球的好商品。

在义乌商贸城二区，刘克的店主营发电机、水泵等设备。自2017年在义乌市开店以来，他已然成了一名中国通。当记者夸他的中文水平很好时，他谦虚地说：“马马虎虎。”在采访间隙，刘克时常接到来自中国老板的电话，一开口便称呼对方：“你好，大老板。”

刘克介绍说，他是学习经济学专业出身，原本在阿富汗的大学里教书，为此还专门写了10本书。因为家族一直在做贸易，所以他来到义乌市，其他亲戚则分别在阿富汗、沙特阿拉伯和欧洲地区分销来自中国的商品。

“我们的设备主要来自重庆市、江苏和福建等地，我的工作负责卖货。产品都是我们自己注册、设计的品牌，工厂会根据设计要求来生产，然后再向其他国家发货。”刘克说，“我们走的是高质量和品牌化发展路线，锁定的也是高质量用户。”

在谈到在中国经商的感受时，刘克说，在义乌市吃穿住行都非常方便，想要什么样的产品都可以找到，完全不用再跑到其他地方。

如今，“含外量”已经成为一座城市经贸活跃度和全球化度量的一个重要标准。据了解，2023年，义乌市户籍人口为91.15万人，而常住人口达190.3万人。相关统计数据显示，2023年，入境义乌市的外商达36.87万人次，其中常住外商2.1万人。在作为配套之一的餐饮业中，纯外商开设的餐厅就多达500余家。

记者从义乌市商务局了解到，义乌市外贸进出口额已由2011年的255.04亿元增长至2023年的5660.5亿元，增长了21.2倍。2024年义乌市《政府工作报告》显示，2023年，义乌市市场经营主体总量达105.46万户，同比增长17.4%；新设量25.8万户，占全省的1/7。国际商贸城日均客流量超20万人次。首次来义乌市的人员超40万人，首次来义乌市的大学生为4.65万人，均创历史新高。义乌市网络零售额稳居浙江省第1位。快递业务量达105.8亿件，同比增长13.8%，占全国1/12。

“鸡毛换糖”往事

正是因为向土地讨不到粮食，才使得义乌市老一辈人开启了“鸡毛换糖”的故事。

在全国商品市场擦亮招牌的为什么是义乌？因为“穷”。义乌市地处浙中、金衢盆地东缘，素有“七山一水二分田”之说，土地、植被等自然资源较为匮乏。也正是因为向土地讨不到粮食，才使得义乌市老一辈人开启了“鸡毛换糖”的故事。

据《新京报》此前报道，时任义乌县委书记谢高华回忆，之前，小商贩常常被斥为“刁民奸商”，并被加以批判。当时由于没有新的明确政策出台，有关部门一如既往地对小商贩采取禁、阻、限、关的政策和措施，但是打不倒、关不掉、禁不住、赶不跑。农民从事“鸡毛换糖”、小商品经营，成了当时义乌县委、县政府和有关部门一个头疼的“包袱”。在深入调研之后，谢高华决定开放义乌小商品市场，由此才开启了义乌市的商业传奇。

1982年9月5日，当地在一条臭水河上，用水泥板搭起了简易摊位。义乌县政府将原来的流动摊位统一集中，在街两边排成两排，让商贩们名正言顺地做生意。义乌第一代马路市场——湖清门小百货市场悄然开张。

1984年，义乌正式提出“兴商

建县”的发展战略，义乌市场的发展驶上了快车道。同年10月，党的十二届三中全会召开，发布《中共中央关于经济体制改革的决定》，提出“发展有计划的商品经济”，这给义乌小商品市场又带来了春风。

1984年12月6日，第二代义乌小商品市场——新马路市场建成，正式更名为义乌小商品市场。商户们搬进了水泥摊位，钢架玻璃瓦棚顶挡住了烈日暴雨。两年后，市场第三次搬迁，移址城中路边，总投资440万元，占地4.4万平方米，设固定摊位4096个、临时摊位1000多个，当年的市场成交额突破了亿元大关。1992年，市场第四次移址扩建，第四代义乌小商品市场“篁园市场”正式建成。也是在那一年，“义乌小商品市场”二次更名，改为“浙江省义乌市中国小商品城”。

来义乌市快20年的宁波人柴荣辉算是义乌商贸城的“老人”，也可以说是义乌的第二代生意人。“我们这一代的经商条件要比老一辈好很多，老一辈都是在钢棚搭建的市场里，柜台也只要一米宽。”柴荣辉说，“后来市场升级，每个摊位也不

过十几平方米，商户之间挨得非常近，当时在市场做生意的还以老一辈为主，报价时都要凑到客户耳边用一只手挡着嘴巴轻声说，担心被隔壁商户听到。老一辈几乎都是农民或装修工、泥瓦匠出身，没有什么文化，都是靠这种方式做生意。”

浙江中国小商品城集团股份有限公司市场运营公司副总经理陈知幸在接受记者采访时说，在1982年建成市场至今40多年的历程中，可以大致分为4个阶段。第一个阶段是“放开”。这得益于时任书记谢高华为首的党委和政府的胆略。第二个阶段是在90年代“走向全国”，将义乌从一个区域市场叫响到全国，这主要依赖铁路和“贸工联动模式”，有了产业支撑和交通才确立了全国龙头市场的地位。第三个阶段是在2000年中国加入WTO后，时任义乌市书记楼国华提出要走“国际化”，“因为当时内贸已经发展得很好，突然提出要发展外贸，大家觉得很冒险，所以当时反对的声音也很大。但楼国华书记还是坚持了下来，现在来看他的眼光非常专业且独到。”陈知幸说，而如今的商贸城，在第四阶段已经开启了数字化、智能化转型。

电商崛起“线上”发展

到2022年，义乌市开始出现跨境电商全托管模式，由平台负责销售、运营、广告、客服和物流配送，商家只负责供货和开发新品即可。

从某种程度上来说，义乌市机械行业协会会长徐镜钱便是浙商能吃苦的代表人物之一。今年已经58岁的他，自1989年机械专业毕业后，就在机械行业摸爬滚打了30多年。从传统的国内贸易、海外贸易，到国内电商、跨境电商，到眼下热门的数字经济直播带货，他抓住了每一波机会。

“在2015年以前，国内电商比较少，都是传统的贸易模式，渠道主要靠经销商，高峰期国内外的代理商达到300家。当时，国内市场需求非常大，只要努力、勤快就能赚到钱，还会出现有钱也拿不到货的情况，那时公司销售额的九成由国内贸易贡献。现在，更多的是借助阿里国际站之类的线上渠道开拓海外市场，因为机械设备行业不只是销售，更重要的是客户服务，代理商更倾向于做大客户服务。现在外贸业务占比已经达到七成至八成。”徐镜钱说。

在2015年前后，徐镜钱就有一种预感，认为传统商业模式将越来越难，于是便成为较早一批踏上线上卖货之路的人。彼时，1688网站正在开展招揽实力商家的活动，凭借这一契机，徐镜钱正式跨入了电商行业。“当时，三家工厂每年都要在线上投入20多万元费用，这还不包括人员工资、生产成本等开支。也是在那一年，公司在线上渠道获得了200万元的回报。”

在国内线上渠道稳定后，徐镜钱又将目光放在了跨境电商赛道，2017年正式入驻阿里国际站。“现在，公司阿里国际站渠道有15名员工，分别负责运营、美工、客服、销售跟单等，每天还有12个小时用数字人进行直播带货。”正是得益于线上、线下渠道相结合的方式，徐镜钱的公司



作为来义乌淘金的第二代生意人，柴荣辉正与外商交流产品款式。

颜世龙/摄影

高峰期产值高达5亿多元。

自2012年来到义乌市后，义乌市跨境电商协会会长徐俨就开启了他的“草根创业”之路，从国内淘宝电商到跨境电商，见证了义乌商品贸易线上发展的历程。

“第一年创业，销售额做到了1000多万元，但这样的业绩在义乌市并不算什么。直到阿里巴巴推出了跨境电商平台‘速卖通’，才真正进入业绩爆发期。‘速卖通’可以向全球销售商品，并不是只针对某个国家，当时就感觉这个前景非常好，于是在2013年成立团队正式进入了跨境电商行业。”徐俨说，在2015年以前，义乌市的商贸企业每天销售3000—5000单就已经很厉害了，但2015年后，每天几万单甚至是十万单也不新鲜，可以说进入了高速增长阶段。

到2022年，义乌市开始出现跨境电商全托管模式，由平台负责销售、运营、广告、客服和物流配送，商家只负责供货和开发新品即可。这样，商家或工厂可以

把更多的精力投入到新品的设计和研发上。

虽然全托管模式遭到不少商家诟病，认为平台压低了行业利润率，但徐俨认为，平台之所以有溢价空间，是因为产品多数都是同质化或老款，当企业将更多精力放在新品研发上，利润空间必然更高，一般新品的利润能达到50%以上。“工厂、商家、平台应该集中力量发挥各自优势，任何行业不可能永远靠一款产品打天下，优胜劣汰是常态。”

记者从义乌市市场发展委员会了解到，2023年，义乌市实现跨境电商交易额1211.6亿元，同比增长11.8%；实现跨境电商保税进口（海关监管方式代码1210）销售额124.2亿元，同比增长77.68%。在从业主体方面，2023年，义乌市新设电商主体18.8万户，同比增长49.8%。全市工商登记注册电商主体数量累计超60.8万户，有1/3以上开展跨境电商业务。今年1—5月，义乌市实现跨境电商交易额633.29亿元，同比增长16.41%。