【品牌义乌】

小商品里包含大文化

义乌，中国最早、最大的小商品集聚地。早年的义乌货郎走街串巷推销小百货，使得义乌小商品充斥到农村、城市的各个角落。随着国内各地小商品市场的争相模仿和自身的发展，义乌小商品市场在外贸上的优势越来越明显。用拨浪鼓摇出全世界最大小商品市场的义乌商人，将会继续发扬“敢为人先”的开拓精神，实现由“坐商”向“行商”的转变。

有经济专家分析，短短三十年，义乌小商品城一跃成为世界的商贸名城，有诸多的经营之道可以总结，如义乌人有吃苦耐劳、走遍天下、锲而不舍、赚蝇头微利的商业精神，是使义乌最终走向世界的经营之道。今天，作为上市公司的小商品城拥有全球最大的小商品市场，不仅为小商店采购，也为家乐福、沃尔玛等大型零售商寻找商品。

差异化经营的生存之道

“在电子商务大行其道的今天，企业必须要差异化经营、特色化经营，而义乌中国小商品城的特色就在于‘小’，位于合肥长江路的合肥义乌小商品城也将延续原来‘小’的特色，提高产品质量，树立品牌企业，必须更加重视新兴业态发展，主动嫁接电子商务、连锁配送等新兴业态，探索市场和其他现代经营业态的融合创新。并直接与义乌当地的厂家对接，融入长三角商业圈，最终走向世界。”义乌中国小商品城物流配送公司驻合肥代表、合肥义乌小商品城管理有限公司副总经理王钦告诉记者。

“如果你在每个摊位前驻足三分钟，一天看八小时，那么需要一年多的时间才能逛遍整个市场”。这似乎是义乌人对初次到小商品城的参观者必说的一句话。

采访中，义乌小商品城轩昂珠宝总经理陈卫民告诉记者：“随着同行业增多，竞争的压力也越来越大，同质化的现象也随之显现。所以很多商户都在转型，必须坚持走创新之路，创造差异化优势，才能牢牢把握市场竞争的主动权。必须在认清自身优势的基础上，采取恰当的应对措施。比如将中国民族文化元素注入到小商品里头，让其拥有独特的中国风格，提高商品的含金量，企业不仅要在技术层面上培育创新能力，还注重意识和心理层面的接纳和吸收，通过商品的“多元化”、“精品化”、“创意化”，实现商品竞争的差异性优势。”

当记者问到会不会考虑到合肥义乌小商品城投资时，陈卫民表示：“如今合肥的发展日新月异，处于发展时期，投资环境步步向好，我会考虑到合肥那边投资”。

“走出去”征服另一片新大陆

近几年来，沿海城市的经济发展可以说基本上处于饱和状态，政策已少有弹性、商机空间很小、劳动力成本也越来





越高。而相应地，中西部地区的发展，劳动力成本低且优惠政策颇多。区域块状经济是浙江经济的一大特色和优势，也是浙江省经济的活力所在。

为了获取更多利润，义乌商人必须走转型升级的路子，优化产品结构，提高产品附加值。企业可以选择“走出去”发展，国内外许多市场竞争还不充分，存在很多商机。

浙江中翔集团董事长狄秀斌表示：“我们在入驻合肥前做了大量调查，首先，合肥作为安徽的经济中心，肩负着发展安徽崛起的重任，合肥工艺饰品城建成后，将依托义乌中国小商品城的品牌优势、区位优势、布局优势以及专业的物流配送，必将打造一个立足安徽、面向华东的首席专业工艺饰品城，成为义乌中国小商品城在合肥的展示窗口，引领安徽乃至华中工艺饰品行业的蓬勃发展。”

另一方面，义乌企业积极“走出去”，不仅可以进一步提升义乌小商品市场在海外的知名度，而且能更好地为企业提供服务，推动优秀的义乌企业和产品进入国际市场，让全球更多市场了解“义乌品牌”和“义乌制造”，进一步促进义乌与海外地区的经济交流。

同时，浙江民营企业外迁，不仅是满足浙江工业化进程加快后对短缺资源的需求，促进浙江产业结构的调整和优化，同样也是保持和扩大浙江产品的贸易优势，提升浙江企业和产品技术水平的有效途径。

寻找最具活力的辐射中心

作为合肥工艺饰品城全国招商义乌站的首批签约经营户，王松伟在10年前就已经实地考察过合肥，对安徽已经十分熟悉，当时打算来安徽养殖珍珠的王松伟后来由于其他原因放弃了在安徽投资的计划，现在湖南、湖北成为其所在的山下湖集团的主要养殖基地。

再次进驻合肥，王松伟充满了期待。

“与江浙比，安徽的投资环境有差距，但我这些年跑过很多地方，跟湖南、湖北等国内其他地方比，还是安徽好。尤其是合肥，这几年经济飞速发展，已经成为最具活力的一个城市。”除了合肥本身的优势，与王松伟一样，义乌小商品城内的经营户对浙江中国小商品城集团都抱有极强的信心。

“这些年跟着义乌中国小商品城集团，尝到甜头了，我们这些经营户都相信跟着集团能赚钱，合肥义乌小商品城能够按照集团的模式思路来操作，招商管理等也都做得很好，肯定有很好的前景。”

同时，在此次义乌站招商签约仪式上，海燕喜庆工艺总经理王勇军是签约代表之一。记者了解到，目前海燕喜庆工艺已经畅销东南亚、欧美及南美等区域。签约之前，王勇军并没有对合肥工艺饰品城进行考察，仅通过义乌中国小商品市场派驻合肥管理团队的介绍，即签约进驻。王勇军说，此次签约主要是对义乌模式的信任，对义乌选择的信任。记者从有关方面获悉，合肥工艺饰品城将计划用三五年时间，打造成安徽乃至华中最全面的工艺饰品专业市场。合肥工艺饰品城将依托合肥的交通枢纽，成为华中区域的辐射中心。



合肥双拥路[2009]0515号 本广告图文仅供参考 最终解释权归开发商所有

义乌中国小商品城
合肥工艺饰品城
领航华中工艺饰品界
Yiwu Commodity City

双赢义乌——共赢义乌

合肥工艺饰品城
大型系列报道
（二）

【破局义乌】

义乌商业模式“停靠”合肥站

50多万种小商品，6.2万家商铺，20多万人经营，每天1400多个标准箱销往世界各地。这一系列的数字，勾勒出义乌中国小商品城繁荣的景象。义乌的成功与繁华，是凤凰涅磐后的华彩迸发。今天的义乌，已经成为世界的小商品基地，其不仅影响着中国，也影响着世界。

义乌与世界215个国家和地区有着贸易往来，每天操着不同口音的人来往于义乌与世界各地。“买全球货、卖全球货”是对义乌小商品市场的最好诠释。小商品生产与大市场的结合，并形成了“以商转工，以工扶商”风靡全国的“义乌模式”，义乌人的眼光和战略，让对手望尘莫及。“义乌模式”成为全国模仿的对象，今天，纯正的义乌模式正式走进合肥，并将以合肥为中心，倾力辐射华中区域。

繁华背后是巨大商机

近几年，合肥城市版图不断扩大，远郊盘相继涌现，城市中心的土地日渐稀少。同时，由于土地成本原因，很多专业市场和综合性市场都选择了远郊。尽管成本得到降低，但其对市区消费群体的影响也相对减弱，难以形成有效吸引。而能够同时兼顾城市消费与区域消费的专业市场更是难得一见。2010年9月25日，义乌中国小商品城——合肥工艺饰品城签约仪式在元一希尔顿举行，闻名世界的义乌中国小商品城第一次走出义乌，选择了合肥，选择了繁华核心、交通便捷的长江路。

记者了解到，义乌中国小商品城将第一站选择在合肥，是一次战略性的选择。其不仅看中了合肥的区位优势、发展速度，也看中了合肥工艺饰品城所处的位置——长江东路。被誉为安徽第一路的合肥长江路，一直是合肥乃至安徽繁华的主线，合肥主要商圈都围绕着长江路不断形成和崛起，长江路成为合肥繁华的象征。合肥工艺饰品城处于长江路与铜陵路的交口，不仅处于繁华之地，更可内入繁华深处、外连交通要道，扼守合肥繁华与便捷的咽喉。最终形成内可影响城市消费群体，外可辐射华中地区的专业工艺饰品市场。

“首先打动我的就是合肥工艺饰品城的位置。”目前已经拥有数间铺面的李先生，对铺面的选择相当专业。每次选择商铺之前，都会首先确定地段，再看商业布局、定位和配套设施。此次选择，王先生看中的是繁华背后的商机。王先生说，从工艺饰品城的位置看，这一区域集中了很多的专业性市场，已经形成了集群效应。从消费人群看，其直接面对的群体是50万周边的居民，从辐射范围看，不仅可以触及合肥其他区域，更可面向湖北、江西等省份，尽管合肥工艺饰品城还没有开业，但可以预见，这将是自己一次最成功的投资。

小商品“海洋”浪淘合肥

今天的义乌中国小商品城，已经成为巨大的商业航母，并形成了国际上最先进的义乌“第6代”商业模式。追溯义乌中国小商品城的发展历史，经过三十年的发展，义乌市场始终体现了集散型和产地型并举的流通格局，市场商品呈现小、全、廉的鲜明特征，汇集了数十个行业50万种商品。“小商品海洋、购物者天堂”正成为义乌市场的代名词。现在，义乌市场所销售的产品，本地生产的占到40%。义乌市场年交易额已经突破千亿。因为有市场，带动了本地的工业发展。

所有到过义乌的人，都对义乌的东西感兴趣，不仅种类齐全，也因为便宜。过去，义乌商品价格低主要来自于大批量采购，大进大出；现在，既有大进大出，又有本地生产。本地生产成为支持低成本的重要因素。还有政府对其实行低免税费的支持。此次义乌中国小商品市场将工艺饰品直接输入合肥，将终结合肥工艺饰品业零敲碎打的时代，取而代之的将是义乌工艺饰品的浪涛。

“当初合肥只是我们众多候选城市当中的一个，除了合肥外，我们还考察了其他沿海和中西部城市，包括山东潍坊、四川成都、辽宁沈阳等城市，最终我们选择了合肥。”王钦作为当初考察组的成员之一，在合肥的考察时间并不算太长，一共20多天的时间里，他对合肥的整体环境以及工艺饰品市场已经了然于胸。

究竟是什么打动了义乌的心？

“合肥作为安徽的省会，经济发展迅速，市场不容忽略。更重要的是，合肥地理位置优越，连接东西，是产业转移的纽带，这里非常适合作为义乌小商品的窗口，辐射中西部地区。”王钦表示。



效果图

义乌模式代言“成功”

2010年 12月26日，合肥工艺饰品城全国招商义乌站签约仪式在义乌锦都大酒店举行，签约仪式上，义乌中国小商品城经营户——进贤珠宝的总经理邢旭华作为经营户代表参加了签约。这名80后的掌门人从外贸起步，在朋友的帮助下，从巴西进口石料，经过加工后再销往巴西和马来西亚。2002年进驻义乌中国小商品城至今，背后已经拥有一个约400人的团队，形成从购买原材料到加工、销售的完整链条，现在的进贤珠宝已经销往了世界各地。但在签约之前，邢旭华一次没有来过合肥。

没有考察即签约的现象引发了记者的兴趣，邢旭华说，自己跟随义乌中国小商品市场已经有8年的时间，在8年时间里能够不断发展壮大，市场的机制和管理以及定位起到了决定性的作用，也是小商品市场的商业模式成就了自己的事业。邢旭华此前并没有想过要在义乌小商品城之外再打开一扇财富之门，但此次义乌中国小商品城第一次走出义乌，进驻合肥，还是打动了邢旭华。尽管从没有到过合肥，也没有对合肥工艺饰品城进行过实地考察，但对义乌市场的影响和管理模式的信任让邢旭华坚定信心跟着义乌中国小商品城一起走出义乌。

“义乌的发展实际上就是依靠俄罗斯以及东盟等地的边贸，市场打开之后，义乌人才以商转工，以工扶商，做生意的人开始办工厂。”一名业内人士这样总结义乌中国小商品城的发展之路。光有市场，没有产业支撑，市场难以为继。而如果只有产业，没有市场，则很难谈发展。只有把市场和产业结合起来，才能最终实现繁荣。义乌中国小商品城进驻合肥，不仅带来了管理和运营模式，更将带来丰富的小商品资源，并共享义乌中国小商品城的物流。正是这样的支持，才让如同邢旭华这样的经营户毫不犹豫地加盟。义乌模式已经成为成功的标志。

本报记者 王玮伟 谈正民 陈亚林/文

对于义乌小商品城及合肥工艺饰品城更多详细报道请关注本报系列报道。

销售热线 0551 439 3888/439 3999 | 招商热线 0551 424 5500/424 5577