

一个月出国四五趟,义乌女老板实现心愿: 赶上了好时代 我的锅碗瓢盆卖全球

如
愿
出海

本报记者 王好

2000年10月1日的《钱江晚报》，刊发了一则消息：义乌欲建世界商贸名城。文中提到，当时的义乌，已经有不少外国客商徜徉在小商品市场的汪洋大海。据统计，当年义乌市的商品进出口额超过50亿元。

24年后，2024年1-8月，义乌市进出口总值已达4440.6亿元。

2000年，站在新世纪的门槛上，年轻的刘萍娟也曾暗自许下心愿：要把自己的锅碗瓢盆卖到全世界。现在，义乌大大小小的“刘萍娟们”实现了自己的愿望——把“中国制造”通达全球。同时，他们也见证了义乌小商品市场走向国际化，成为“世界超市”。

“世界很小，义乌很大。”刘萍娟说，自己赶上了好的时代，梦想得以阶段性实现，“未来，我们有更多期待。”



刘萍娟店里的爆款厨具

23岁独闯商海 靠1200元起家,经常干到天亮

刘萍娟初中毕业后,15岁的她在市场为父母的摊位“站柜台”。真正独闯商海是1996年的事情——那年,刘萍娟23岁,刚生下儿子不久。为了给儿子更好的生活,她向父亲借了1200元,开始自立门户。

起初,刘萍娟从各处拿货,只要有销路的产品她都卖。后来,她专心致志做起了“厨房里的生意”。

简单的买进卖出,赚来的利润微薄。头脑灵活的刘萍娟将刀、叉、勺等厨具用品组成套装,并设计特色包装售卖。一时间,刘萍娟的小创意成了市场里的时新花样。订单日渐多起来,刘萍娟顺势租下一套房子做仓库。每天一收摊,她得立刻叫上婆婆和丈夫,再请一名工人,4个人组装赶货。

100套、500套、1000套……一干就干到天快亮,几个人不知道睡好觉是啥滋味。咬牙硬拼的劲,让她把生意做得风生水起:当年,她就靠一笔30多万元的订单顺利赚到了第一桶金。她逐渐深入行业,决定自己建厂。

不会说外语就用“手语” 按着计算器做生意,抓住外贸商机

上世纪90年代末期,陆续有外籍客商来到这座“东方小商品之都”,不少敏锐的义乌商人开始从内销转向外贸。操着简单的外语、摁着计算器与外商做生意的景象,在市场上蔚然成风。

刘萍娟抓住了这阵风——创业半年后,她“抢”到了第一个外贸订单。

当时,一位沙特的客商在市场挨家挨户订货。听说他的订货量很大,刘萍娟满怀期待站在柜台前等候。然而,客户来了,市场收摊的时间却到了。



2000年10月1日《钱江晚报》2版刊登的报道

“到手的鸭子飞了,我不甘心。”尽管不会说阿拉伯语,她还是鼓起勇气,拿起产品追到客户跟前,边说边比划,热情地介绍起来。真诚所至,最终,她拿下了这笔60余万元的订单。

尝到外贸的甜头,深耕国内市场的同时,刘萍娟决心积极拓展海外业务版图。

“第一次出国是2000年,埃及客户请我去考察市场。”出发前,刘萍娟大包小包带上了自家的厨具样品,几天时间,它们顺利走进了当地富人区的超市内。

返程时,刘萍娟又拖回来一大箱当地热销的厨具样品,“研究国外客户的喜好,在借鉴的基础上,再融入自己的设计。”店门口陈列的爆款彩色尖帽锅,正是她从北非引进改良的塔吉锅。

“那时候,我的心愿就是把我的锅碗瓢盆卖到全世界。”刘萍娟明显感受到,中国加入WTO后,义乌外贸开始全面开花,“买全球、卖全球”也成了自己生活的主旋律,“有时候一个月要出国四五趟。”

下一个愿望是做世界品牌 她在170多个国家注册了商标

非洲、中亚、中东……刘萍娟的海外朋友圈越扩越大,但她认为,这还不够。

多次往返海外市场考察,刘萍娟发现,厨具这个行当里,德国双立人、韩国乐扣乐扣等品牌的名声如雷贯耳,中国品牌的声量却不大。

“在这样一个庞大而传统的行业当中,为什么没有成长出一个强大的中国品牌?”刘萍娟常这样问自己。不过她相信,问题出来并不是坏事,“巨大的空白,恰巧是留给我们的机会。”

“产品强,品牌才会强,企业才会强。”刘萍娟将公司更名为“C&E创艺厨具”,凭借过硬的产品质量和良好口碑,“C&E创艺”品牌出海之路愈加顺畅,“目前,已经在全球170多个国家注册了商标。”

深知独木难成林,刘萍娟还同星宝伞业、发现者工具等60余家义乌市场内的知名品牌企业共同成立了国际品牌联盟,“大家资源共享、合作共赢,共同提升中国品牌在国际市场的竞争力。”

义乌市场内的“刘萍娟”比比皆是,他们通过“义新欧”中欧班列、跨境电商、海外仓等新模式奋力抢滩全球市场,带动了这座不沿边、不靠海的浙中小城迈向国际化之路,构筑起享誉全球的“世界超市”。

备忘录

上世纪90年代起,义乌小商品出口发展成为外贸支柱,出口额连年大幅上升,由1994年的1470万美元增至2012年的90.05亿美元。

如今,开放的义乌与200多个国家和地区有贸易往来,吸引1.5万名外商常驻,各类外资主体达8000多家。

2023年,义乌市进出口总值达5660.5亿元,其中出口首次突破5000亿元大关,达到5005.7亿元,创历史新高。

“大家资源共享、合作共赢,共同提升中国品牌在国际市场的竞争力。”——刘萍娟



第一代市场——1982年,义乌湖清门马路市场 金福根 摄



第五代市场——义乌国际商贸城 义乌市委宣传部供图