

“义乌造”圣诞用品今年出口增24%

手工仍占八成 原创新品迭出

■劳动报记者 邵未来 摄影 王陆杰

12月的义乌，阳光带着暖意。圣诞节临近，福田二区的圣诞商品街，此刻却鲜有顾客的身影。对于不少商家来说，这一年的生意已近尾声，不断增长的市场需求和纷至沓来的海外订单，让他们对来年更为期待。

翠绿的圣诞树、火红的圣诞帽、五彩的圣诞球，全球80%的圣诞商品是“义乌造”。而如今，产品也在不断更新迭代，圣诞挂饰有了木制款、圣诞老人不仅会发光还能走动、吹曲……更多的设计人才被吸纳进来。在复杂的国际环境中，义乌今年外贸订单量依旧稳步增长了23.9%。



制作圣诞商品最忙在夏天

冬日里的工厂，寒风吹来，玻璃窗咣咣作响。阿林坐在板凳上，在机器前忙碌着。他把铁丝穿入机器上的小孔，伴随着脚踏板，翠绿色的塑料卷带被绑在了铁丝上。抽出铁丝，剪去线头，一根圣诞树枝条就制成了。

飘出的卷带碎屑从机器里飞舞出来，落了一地，还星星点点地溅到头发和袖口上，阿林却不以为意。他黝黑的右手特别灵活，手指上裹着的白色橡皮胶套，也被磨得黑乎乎的。“天气冷，一直上工，手开裂了，生疼。”他笑着说。

每天，上万根圣诞树枝在这里诞生。一棵小型的圣诞树从钢管、铁丝、塑料卷带到最后成型大概只需要半个小时。

“这两天工厂里还有一些补货的单子，不算忙。几个月前，才是最忙碌的时候。”阿林说，最忙的七八月份，外销的单子赶着出货，几乎是天天加班，全工厂一共有150多名工人同时开工，有时候每天工作时间超过10小时。

“胜祥圣诞”的老板李胜透露，每年5-7月份生意最忙，仓库里货堆得满满当当。不少大客户批发圣诞树不按棵算，而按集装

箱货柜算，一个货柜能塞下约2000棵圣诞树。“江红圣诞”的老板杨兰花说，自家的圣诞小作坊每年六七月要做十几个货柜的圣诞树。而在一家生产圣诞球的工厂里，每天超过20万个圣诞小球被打包装往世界各地。

义乌圣诞用品行业协会秘书长蔡勤亮告诉记者，虽然圣诞节一年只有一回，但事实上工人们却要为此忙碌几乎一整年。“每年过完春节就会有采购商来打样，三四月就会收到大批量采购订单，最晚的外销订单6月份前都下单了。发往巴西、危地马拉、秘鲁等南美国家的商品通过海运要两个月才能到。因此9月份前，所有的货都要准备完毕。夏天，反而是圣诞商品制作最忙碌的时节。圣诞节前，工厂还有些收尾工作，根据今年的销售情况，商家会马不停蹄地开发新产品，开拓海外新客户。过完年，又要开始接新订单了。”

工人每月能赚近5000元

阿林说，现在他工作一天可以拿到200元，做得多拿得就多。“工厂有地方住，饭也可以自己做，一个月挣上近5000元，比前两年增加了10%以上。”

有些天，他为了能多挣点，就

自愿留在工厂里加班，每多干一个小时，就能多赚15元。

蔡勤亮指出，虽然工厂的机器在革新，但是圣诞商品中仍有超过80%是需要工人手工完成的。“机器的变化更多的是提升效率，但不能彻底替代人工。像绑枝机通过电机的升级，效率提升了一倍，但依旧需要工人在现场操作。”不过他也透露，圣诞商品的制作还是相对低技能的劳动。也正因此如此，不少工厂还将大量的手工活转移到了外地，由一些偏远落后地区的中老年人来完成，降低成本的同时，为这部分低收入人群创收。

“在浙江、河南、江西等一些偏远的小镇，一些60岁、70岁的中老年人会完成一些圣诞结的安装、圣诞球的着色等工作，每个月可以增加1000-2000元左右的收入。”有商家表示。

每年要创新逾20%产品

在义乌富业玩具有限公司的加工车间里，则是另一派景象。工人正在为一批电动圣诞老人产品加班赶工。这些圣诞老人不仅能吹奏数十首萨克斯曲目，还能跟着节奏扭腰摆臀。

另一家工厂里，两个年轻的工人戴着耳机，正踩着缝纫机，

完成新款圣诞帽的缝制。这款圣诞帽和以往的不同，帽子上的圣诞老人卡通形象，会发出绚烂的灯光。

“这两年，传统的产品价格越来越低。要想改变，只有创新一条路。”蔡勤亮表示，生产圣诞产品的商家从最初的70多家增加到如今的500多家。虽然市场蛋糕越做越大，但是同质化竞争也让传统产品的市场价格逐步走低。“现在商家每年都会淘汰20%的老款产品，进而推出一些创新的产品。”

他介绍说，老款产品很多用的是泡沫塑料等材质，不环保也易损坏。现在材料都有了新的改进。简单的圣诞树挂件，已经有了木艺、布艺、铁艺，甚至高端亚克力材质的产品，喷漆工艺采用欧盟或者日本标准。浙江东阳市某圣诞工艺品有限公司总经理杨宜斌介绍说，这些木质产品在欧美非常畅销，价格是原来材料的几倍，利润空间也更大了。产品的更新，能使商家从低附加值产品的同质化竞争中脱颖而出，获得更大的收益。

有市场人士介绍，原先市场上销售的PVC材质圣诞树，客单价只要几十元，如今各色造型别致的PE材质的圣诞树单价在100元到300元不等，以前泡沫圣

诞球批发价一桶只要10元，现在会发光的LED灯饰挂件一个就要50元。产品的更新，能使商家从低附加值产品的同质化竞争中脱颖而出，获得更大的收益。

“义乌制造”原创设计迭出

在英国，每年12月大概要消耗800万棵圣诞树。市场潜力巨大，并不意味着商家可以坐享其成。有一家商户的老板向记者介绍，她刚入行的时候，圣诞商品只有简单的小型圣诞老人、圣诞树、圣诞球等。现在，光是一棵圣诞树，就有许多新花样。

在义乌的卓洛工艺品厂，老板许美芳今年刚“研发”出“迎客松”圣诞树，中西合璧的灵感来自家中瓷砖上的黄山迎客松图案，“整个市场目前都没有。”许美芳说，卖得好不好得等等看。

富业玩具有限公司总经理金之训还对于那款能吹萨克斯的圣诞老人赞不绝口，这是今年的爆款，销量已经远超普通产品。他说，这样一款圣诞老人背后，是企业专门请了设计公司做创意设计，通过3D打印公司将设计变成可视化模型，企业再根据模型进行微调、开模生产……

浙江义乌市某工艺品有限公司厂长曾富海坦言，今年企业特意投入了十余人的研发团队。“有的去做调研，根据结果，对产品进行升级，加入一些灯的变化，光纤丝的变化，加入蓝牙、音乐等，企业今年业绩同比提升了10%。”

从最初的来样加工“依样画葫芦”，到如今的原创设计新品迭出，义乌已经成为引领全球圣诞产品设计的“风向标”。

今年出口同比增长23.9%

浙江义乌海关的数据显示，2019年1到10月，义乌市出口圣诞用品总计19.2亿元，同比增长了23.9%，这个增速比去年同期高了10.6个百分点。在复杂的贸易环境下，义乌的圣诞商品，依旧红火。

圣诞商品销售商家陈金林说，对于海外市场来说，圣诞用品就是“刚需”。接下来，好的设计将成为关键。“制作其实并不困难，根据市场需求去创新，就能赢得市场。哪儿过圣诞，我们的产品就出口到哪儿。”

义乌造的圣诞老人，正带着全新的工艺和设计，加速奔赴世界各地。

30亿件，全国校园快递量今年再创新高

大学生年人均快递78件 绿色驿站新模式受认可

本报讯（劳动报记者 陈宁）2019年，全国校园快递将突破30亿件。中国教育后勤协会、阿里巴巴研究院昨日发布《校园快递行业发展报告(2019)》。报告显示，菜鸟驿站校企合作创新模式备受认可，伴随菜鸟绿色行动广泛推行和社会积极响应，菜鸟绿色驿站正引领快递最后100米新潮流。

2019年校园人均快递量将再创新高。以教育部披露的高等教育在校3833万人计，30亿件意

味着人均快递达78件，这是今年全国人均42件的1.8倍。

报告显示，高校快递具有明显的季节性，与电商平台大促、寒暑假强烈相关。其中11月高校包裹最多，是1月的7倍多；同时，城市高校数量决定了校园快递规模，武汉、成都、南京、郑州和重庆位列城市高校快递量前五名。

随着快递成为高校生活不可或缺的一部分，报告建议将快递

服务明确为与食堂、宿舍同等重要的公共服务。目前，专业快递服务已成为校园主流，菜鸟驿站校企合作智慧物流解决方案，带来了智能化、绿色快递体验，创新模式备受认可。

这一模式可有效应对双十一、开学季等包裹洪峰，方便师生收取大件、重物、生鲜等，在智能化设备的大规模应用下，服务体验和服务效率都得到极大提升。

报告称，绿色驿站成为新潮流，环保举措受到重视。菜鸟驿站“绿色回箱计划”倡导师生把纸箱等快递包装留在驿站，共享给他人寄件时再次使用，发挥示范带动作用，引领了快递物流业绿色升级。

2019年天猫双十一期间，全国2000所高校响应绿色倡议，传播环保理念的同时让更多人加入绿色环保行动。

以四川大学望江校区菜鸟驿

站为例，这是西南地区首家校企合作的菜鸟驿站，也是西南最大的绿色驿站；纸箱回收、绿色能量、快递共享袋等多种参与方式，让绿色快递成为大学生生活方式。

报告建议校园快递服务企业大力发展绿色快递，高校将快递服务作为校园公共基础服务，并纳入高校后勤现代化建设中，提供方便、安全、智能、绿色的校园快递体验。