

“十元店”正成为不少城市的“客流担当”

小商品 大生意

【卷土重来】

“十元店”风靡北上广

“十元一件，十块钱你买不了吃亏，买不了上当。”曾遍布大街小巷的十元店、N元店，成为不少90后的“初代淘宝圣地”。琳琅满目的小商品，填满大家的童年记忆。

随着中国经济高速发展，人民生活水平提高，十元店从一线城市退到三四线城市，又在三四线城市中艰难生存到闭店，在人们的视线中逐渐“边缘化”。

大疫三年已翻篇，拼经济正成为各地的一致行动。北京、上海等地，明确将有序放开设摊、允许商业外摆；火爆全网的“特种兵式旅游”，夜市成为视频中独有的风景线。城市商圈热气腾腾的烟火气，如火燎原；一度失去踪迹的十元店和N元店，重新回归大众视野，并正在一线城市“卷土重来”。

北京二环珠市口的胡同里，挤着一家“二元超市”，白底蓝字醒目的招牌，五花八门的商品，十米开外都能一眼看到。20平方米左右的门店，左右五层的货架，集家居用品、日用百货、文体用品于一体，可谓是“老少皆宜”。老板透露，自己在这开了十五年的店，最大的感受就是，家庭对小商品的需求始终存在，而且现在小商品的品类齐全丰富，可供客人选择更多。

林师傅在上海开了3家“两元店”，开年以来他感受到生意蒸蒸日上。“一个月需要补两三次货。”林师傅表示，自己平时在义乌进货，从上海出发，高铁一个半小时，这次选中5万元左右的货物，打包快递到上海，第二天这些小商品，就会出现在门店货架上。

春暖花开之际，阳光、市集、文创和年轻消费者成为“最佳搭档”。广州敬梓里文创社区，整整三层半，饰品、布偶、插画等摊位前，顾客络绎不绝，摊主手忙脚乱。北京三里屯SOHO市集里，同样展现出人气爆棚的景象，尤其是手工产品，深得消费者欢心。一位摊主私下透露，材料基本来自义乌，低成本高质量，经过创意创作，就能卖出好价。

这些活跃在街边的“多元店”和文创集市里的手作，以“两元”“十元”的数字吸引消费者，实际上是小商品“质价比”信号，在大型商圈和购物中心，另一类“升级版十元店”，开启“狂飙”。

事实上，正以突围之势在一线城市兴起的“十元店”，是“消费复苏”的符号象征。根据国家统计局最新数据显示，2023年3月，全国居民消费价格同比上涨0.7%，除了居住、交通通信之外，生活用品及服务、衣着等类都在增长。

【平价消费】

倒逼供应链升级

“十元店”所代表的平价消费，长期以来都被大家“低估”了。

“省钱”的巨大吸引力，不分地区、不分人群、不分时代。曾经，深圳人热衷于去香港购物，最疯狂的年代，甚至有人下班坐地铁去香港打酱油，图的就是物美价廉，汇率换算后的差价诱人。

时过境迁，香港人来深消费，主打的还是“平靚正”。年初“通关”至今，Lin来深圳已经不下10次，比去香港市中心的次数还要多。“来深圳吃饭是一件经济划算的事情，在香港，吃一顿大快活那样的快餐平均都要60HKD，同等的价格在深圳的选择就多了。”

回过头来说，平价商品的“刚需”属性，赋予了它绵延不断的生命力。长期存在、基础、民生、刚需、有复购……种种特征，汇聚成了平价生意面对不确定性的“韧性”。

正因如此，尽管近些年资本市场风云变幻，不少互联网、芯片等“高大上”赛道的创业者黯然离场，而名创优品、熙美诚品、三福等品牌集合店仍在不断扩张，从不起眼的小店，逐渐自成一派，并成长为全国几千家连锁品牌，店铺甚至开到了大洋彼岸，在海外市场混得风生水起。

然而并非所有的品牌集合店，都能有光明的未来。在新消费浪潮下，生活方式集合店杀到线下零售；另一方面，中国制造质量和效率的持续提升，成为资本和创业者的一剂催化剂，给KKV、九木杂



在平民消费的世界里，“十元店”毋庸置疑是重要场景，曾一度隐藏在老市区的街角，“大喇叭”的拉客方式逐渐销声匿迹。如今，它和城市烟火气相携而归，成为一线城市各大购物中心的“客流担当”。



“十元店”生意火爆

物社、番茄口袋等集合店的兴起提供了契机。

两年前，大家走进一家商场，至少可以看到近十家类似的专营店，涵盖潮玩、文具、家居、美妆彩妆及电子产品。如今，剩者寥寥无几，在商场的角落里苦苦支撑。“刚兴起的时候很喜欢和朋友逛街，来店里打卡，但逛完之后发现店里的东西都可以在网上买到，而且还比网上贵，很多门店的选品太相似了。”一位消费者这样描述自己的感受。

同行不同命的背后，反映的是最朴素的哲学道理：做生意，不能违背事物发展的客观规律——当经济增速放缓、消费者预期趋于理性时，会减少大额开支，但他们的消费欲望并没有消失，而是通过平价商品释放出来，来满足心理层面的快乐和对美好生活的追求。

当下在一线城市回归的“二元超市”，和以名创优品为代表的十元店，也并非大家想象中“低端”。这些年，它们的店面装修在升级、品类更加丰富、IP越来越多元。在蝶变之际，平价属性保持一如既往，十元“起”，是品牌集合店在规模增长和维护消费者体验之间做出的权衡，而支撑他们大多数商品“升级不升价”，是供给侧不断迭代的一盘好货。

作为品牌集合店的供应链上游，义乌已从初创时期的价廉粗糙，发展至今成为平价小商品的供给源头。这得益于义乌小商品城在品控方面的有效举措，早在2016年，义乌小商品市场发出构建“义乌好货”联盟的倡议，鼓励外贸升级，也就是鼓励好货的供应链升级，淘汰一大批品控不稳定的小作坊，小商品逐渐从“参差不齐”，升级成为品质过硬、引领时尚的“一盘平好价”。

与此同时，产业带集约化带来物流成本下降，消费者对于物美价廉的追求，也正在倒逼义乌不断提升生产能力、响应市场的碎片化能力、对小商品的文创能力、满足个性化需求的能力。朱燕俊是名创优品部分产品的供应商，她表示，与名创优品合作，从单向合作走向共建共创，持续迭代升级，近十余年为消费者带去了更多质优价平的产品。

【质高价廉】

为经济注入“活水”

“义乌的小，藏着世界的大。”

从露天摊位，到商城中分区林立的店铺；从马路市场，到国际商城；从吸管、棉袜等“小商品”，到知名内外贸企业；从走南闯北的挑货郎，到电商、直播带货“云摊”的供应链源头。起源于义乌的平价经济，为新时代的创业、就业，提供了更多可能。

在当下这个时代，开一家小店、摆地摊的创业方式，成了年轻人谋生和实现梦想的“新赛道”。根据2021年中国国家统计局的数据，截至2020年底，全国注册在册的个体工商户数量已达9482万户，比上年增长了5.5%。

为全球“摊主”精选好货量身打造的“市井好货节”，线上线下同步进行。近一个月来，义乌500多家经营户，报名参加宾王夜市的摆摊，涵盖了18000多款货源，义乌商家同时在Chinagoods、1688、百度爱采购等平台上，经营他们的“云店”，让全球采购商在义乌“花更少买更好”，实现灵活、低成本创业。

在出口显露出疲软时，由消费带来的内循环，就会成为“经济活水”的来源，显得至关重要。因此，平价经济，在特定的历史时期，还是保持社会稳定的压舱石。

从另一个角度来看，烧烤地摊到“两元超市”，再到以名创优品为代表的“十元店”，在平行时空里，它们都是平价消费的现象级表象，而探本溯源，这是老百姓追求质高价廉的消费观念升级，是“理性”消费需求的释放。

在今年两会发布的政府工作报告中，恢复和扩大消费再次被摆在了优先位置，之所以被反复强调，是因为投资、出口和消费这三驾拉动经济增长的马车上，消费已经是中国经济增长的第一驱动力。根据统计局披露的数据，最终消费支出对中国GDP贡献，从2008年的44%，逐步提升到2021年的65.4%。

除了促进就业、扩大消费，平价经济的主要载体“市井消费”，也不断释放着民生温度。“城”之本义，墙是也；“市”之本义，买卖场所。正因如此，市井的烟火气，是一座城市应有的底色。小巷中传递着的，不仅是各行各业的复苏与奔跑，更是难以描绘的城市温情，和强有力的经济搏动。

“十元店”所代表的平价经济，正在当下这个特殊的关口，对经济、民生发挥着不可替代的作用。

据鲸商、新浪财经

