

市场经纬

义乌小商品与“巴黎紫”梦幻联动

前6月对法体育用品出口额同比增长150.7%

全媒体记者 吴峰宇

见习记者 何彦婕

实习生 马娇婷 文/摄

北京时间7月27日凌晨,随着第三十三届夏季奥林匹克运动会在法国巴黎拉开帷幕,“义乌制造”的赛事周边产品同步“亮相”。无论是官方授权生产的奥运手环,还是球迷挥舞的旗帜,再到比赛用球,甚至是象征荣誉的奖杯,义乌以其高效的供应链体系和快速的生产制造能力,成为巴黎奥运会周边产品的供应商之一。这些商品不仅精彩了赛事周边活动,还提升了观众的参与感和观赛体验,展示了“义乌制造”的实力与影响力。

据法国《快报》周刊统计,90%的巴黎奥运会吉祥物都由中国制造。义乌海关数据显示,今年1-6月份,义乌对法国出口额达17.3亿元,同比增长23.7%,其中体育用品出口额同比增长了150.7%。

再度“爆单”的义乌,到底有啥秘诀?



法兰西体育场紫色跑道。
通讯员 黄宗治 摄

记者手记

巴黎奥运会开幕 义乌先夺“一金”

近年来,不论是国际赛事,还是热点新闻事件,只要出现新奇事物、热门单品,网友直接就是一句“压力给到义乌”。这一次,“世界超市”义乌再次以其强大的制造能力和高效的供应链管理能,在奥运经济中夺得了属于自己的“金牌”。

早在几个月前,义乌的商家们迎来了新一轮的奥运商机。从法国国旗配色的助威棒到各式各样的纪念品,从官方手环到各种体育用品,一件件义乌的商品绘就一道亮丽的风景线,闪亮在巴黎的大街小巷。据统计,今年1-6月,义乌体育用品及设备出口50.2亿元,增长42.3%。这不仅仅是数字上的增长,更意味着义乌已经提前进入了“奥运时间”,成为这场全球盛会不可或缺的一部分。

“不管哪里举办奥运会,爆单的都是义乌”?义乌缘何总能抓住商机,赢得全球客商青睐?义乌市体育用品行业协会会长王强表示,义乌的企业能够迅速捕捉市场趋势和消费者需求的变化,特别是在奥运等大型赛事期间,能够快速调整生产线,推出符合市场需求的产品。义乌体育用品企业积累了丰富的生产和创新经验,能够不断开发新产品,满足不同消费者的需求。义乌与全球各地的供应商和分销商建立了广泛的联系,形成了一个稳定而高效的供应链网络,使得产品能够快速到达世界各地的市场。同时,政府的支持政策和市场导向的发展策略为义乌企业提供了良好的发展环境,帮助企业更好地利用国内外资源,抓住各种商机。

当然,奥运带来的“金牌”不仅仅是经济上的收益,更重要的是文化和品牌价值的提升。当世界各地的人们佩戴着“义乌制造”的手环,为运动员加油助威之时,义乌也借此机会走向了世界舞台,展现了中国小商品的魅力。



经营户展示“巴黎紫”元素的足球。

法国浪漫义乌很懂 小商品与“巴黎紫”梦幻联动

巴黎奥运会开幕,义乌会以怎样的方式出场?

作为“浪漫之都”的巴黎,本届奥运会不仅在场地上注重时尚与艺术的融合,还史无前例地推出了“薰衣草紫”跑道,国际时尚圈称之为——“巴黎紫”。

与此同时,随着赛事的推行,体育迷们从电视直播镜头中可以看到,从田径跑道到各类比赛用球,从运动器材到观众座椅,紫色无处不在,巴黎奥运会形成了一场壮观的紫色风暴。巴黎紫色浪漫风因此被时尚圈追捧,成为继多巴胺风、曼德拉风、薄荷曼波风的又一流行风格。

巴黎时尚的风,吹到了义乌。国际商贸城经营户紧追国际时尚潮流,小商品与“巴黎紫”实现了梦幻联动,融合产品成为爆款,供不应求。

“这款足球整体以紫色、蓝色、白色以及金色等颜色作为主色调。外表面图案是法兰西体育场的紫色跑道,这不仅能让人想起普罗旺斯的薰衣草,还能吸引观众的注意力,而融合面板的设计,可以有效减少

空气阻力,增强射门力量,并为球员提供更好的控球感。”国际商贸城三区经营户陈绍美告诉记者,巴黎奥运会推出紫色跑道后,凭着对色彩和图案的敏锐感知力,一款富有浪漫气息的紫色足球,逐渐在他的脑海里成型。随后,历经35天的研发设计,对图纸的精心打磨,蓝图变成品。

这款“巴黎紫”足球上架销售以来,一个月就出了2万个,成为店里的爆款产品,还有客户加急追单,空运到法国巴黎。今年,陈绍美店铺对法国出口的订单量增长了50%。

今年是“体育大年”,除了美洲杯、欧洲杯足球赛事,巴黎奥运会的举办,让陈绍美切身感受到奥运会为市场带来的机遇。“一般来说,6月至9月是足球销售的淡季,这几个月我们会做一些常规足球,保持库存量。但今年由于赛事多,商品供不应求,工厂忙得团团转,淡季也很火热!”陈绍美打了一个比喻,今年上半年,我们卖出了80万个足球,如果把这些足球紧密排列起来,它们的总长度可以达到200公里,接近5场马拉松(一场马拉松比赛是

42.195公里)的总长度。

“我们工厂日产足球4000个,基本上实现‘日光’,这都是国际赛事带来的红利。从订单数据看,今年上半年出口到欧洲的足球达50万个。”陈绍美告诉记者,“奥运来了,我们的‘赛程’已接近尾声,但仍有欧洲客商返单。”

嗅到“奥运会”商机的,除了体育用品行业的商户,还有饰品行业的老板娘们。古梵驰饰品店老板娘刘如群专门推出了法国系列耳环,将法国国旗的蓝白红运用至耳环设计上,并摆上了店铺C位。

“一共有十几种不同款式,一开始我们抱着试试的心态,每款只做了几百对,没想到一下子全卖完了,已经有顾客来追单了。”刘如群说,她做饰品已经24年了,以往主推国潮风饰品,今年尝试把奥运元素延伸到饰品上,主要是欧洲客户下单,另有不少国内客户也来采购。目前这批有奥运会元素的饰品,走货量和采购量也颇为可观,比如一款蝴蝶样式的热门款,频频卖断货,工厂里忙得热火朝天。

掘金“奥运经济” 赛事产品需求大增

不同型号的足球、篮球、排球,各种款式的运动服饰、健身器材,五颜六色的体育配件……漫步在国际商贸城三区,忙碌“扫货”的外国客商、耳畔交织的各国语言、琳琅满目的体育用品,让这里的奥运氛围直接拉满。

“无论是奥运会,还是其他业余赛事,奖杯、奖牌是刚需,市场潜力巨大。今年上半年已经出口到国外的奖牌、奖杯,总数约有20万枚,订单量增长了20%。”义乌市金

尊文体用品有限公司销售经理方学毅告诉记者,不同于美洲杯、欧洲杯,客户只采购足球形状的奖杯、奖牌,奥运会比赛项目多,同时也带动其他业余比赛的举办,奖杯、奖牌的采购品类也相对更分散。

在“金尊奖杯”店铺里,记者就遇见了正在挑选各种奖牌、奖杯的斯里兰卡客商Silvaread jawhy。“在斯里兰卡,板球是人们最喜爱的运动项目,每年举办的业余赛事有很多,对奖杯、奖牌的需求很大。”Silvaread

jawhy通过翻译告诉记者,斯里兰卡运动员们喜欢金色的奖杯、奖牌,“金尊奖杯”的产品、价格符合他的采购预期。

尝到“奥运经济”甜头的,还有在义乌商贸城做运动服饰生意的温从见。“这是为巴黎奥运会做的球迷助威服,是我们的品牌原创,申请了相关版权。衣服采用了比较透气的面料,在设计上也融入了一些法国元素。”温从见介绍,这款球衣销量不错,已陆续有10万件发往巴黎。

在巴黎买到“义乌造”埃菲尔铁塔

里。店主脱口而出:“China for sure!”

“自去年起,外商就陆续下单,采购埃菲尔铁塔摆件和钥匙扣、冰箱贴。奥运会开幕后,陆陆续续还有一些补单。”义乌市永捷五金有限公司相关负责人告诉记者,出口到法国的旅游周边产品,一个月有1000多件,客户一般是定制生产,如5厘米到70厘米的埃菲尔铁塔钥匙扣、工艺摆件,还有凯旋门、卢浮宫、巴黎皇宫等景点的金属冰箱贴。

今年出口到法国的旅游周边产品,经营户也进行了创新升级。例如,

以往埃菲尔铁塔摆件配色为古铜色,今年经营户结合巴黎奥运的紫色元素,为埃菲尔铁塔穿上了紫衣,还融合了法国国旗蓝白红配色,以及粉、红、蓝、金等色系,满足全球不同消费者需求,也使得这些旅游周边,成为巴黎旅游景区店铺里的爆款产品。

眼下,在法国旅行和观看奥运会的全球游客,无论是购买赛事周边产品,还是旅游周边产品,很大概率买到“义乌制造”,这凸显了义乌在全球供应链中的重要地位及其与全球消费者的紧密联系。

义乌九展会入选 2024年度全省商务展会目录

全媒体记者 吴峰宇

实习生 杜梓莎

本报讯 日前,省商务厅会同相关单位研究调整了《2024年度浙江省商务展会目录》中部分展会项目。第30届中国义乌国际小商品博览会与2024印尼东盟文具礼品博览会、2024中国义乌进口商品博览会、2024浙江义乌国际智能装备博览会、2024中国义乌文具礼品展览会、第23届中国榫卯与装饰画展览会、第18届中国义乌文化和旅游产品交易博览会、第17届中国义乌国际森林产品博览会等九展会入选。

今年,义乌市市场发展委锚定展会品牌化、市场化、内外贸一体化发展目标,以开局就是决战、起步就要冲刺的状态,搭建一站式全产业链平台,开拓国内国际两个市场,实施三

项赋能行动,推动会展经济实现高质量发展。目前,框画展、文具礼品展等已成长为行业内的全球顶流展会。

今年《政府工作报告》明确指出,要聚焦新兴市场,深入推进市场品牌出海行动,标杆化打造海外分市场、海外仓、海外站、海外展厅、海外展会,加快放大“买全球、卖全球、买卖全球”格局。义乌市市场发展委对照目标任务,积极开展品牌出海,已举办义博会、韩国展、柬埔寨展、印尼展、墨西哥展4个境外展。

记者了解到,今年以来义乌市新培育举办眼镜、饰品、电子电器等8个展会。根据中国会展经济研究会发布的《2023年中国展览数据统计报告》,义乌会展综合实力以绝对优势位列全国县级市首位。7月,义乌市获评“典范会展城市”。

日用百货创新精品街正式开街

全媒体记者 吴峰宇

实习生 杜梓莎

本报讯 日前,位于义乌国际商贸城四区二楼的日用百货创新精品街正式开街,该街汇聚了义乌日用百货行业的最新科技创新成果。

据悉,为适应市场需求、谋求创新发展,商城集团国际商贸城第四分公司联合义乌市中国小商品城商会日用百货行业商会,在国际商贸城四区二楼七街设立了首条“日用百货创新精品街”,精选100余户商家,汇聚塑料制品、清洁用品、母婴用品、厨卫用品等近万种行业精品,并对精品街进行整体硬件

升级,引导商户完成个性化装修,实现商铺“美化、亮化”,以提升日用百货行业辨识度。

“精品街改造升级后,看起来就‘高大上’,可以给客户更好的购物体验,相信对引流也会有很大的助力,我们商户也受益。”位于精品街的“佩瑶镜梳商行”负责人张向秋说。

义乌市中国小商品城商会日用百货行业商会会长黄洪鸣表示,创新精品街的打造是国际商贸城积极响应市场需求,不断创新发展的重要成果。它的出现不仅丰富了商贸城的经营业态,更为广大消费者提供了更多优质的日用百货选择。

三挺路夜经济“热辣滚烫”

全媒体记者 陈聪

见习记者 陈秋池

随着夜幕降临,我市城乡各夜市纷纷“闪亮”登场,迎来一天中最热闹的时刻。入夏以来,市民休闲娱乐多选择晚上出门,使得夜市人流量日渐增长,烟火气不断升腾,成为拉动夏日“夜经济”的重要引擎。

日前,记者来到我市最大的夜市——三挺路夜市。首先映入眼帘的便是小吃街上美食的香味。在经营户赖满仙的摊位前,冰豆花、仙草、双皮奶以及各式配料摆得满满当当,时不时就有顾客前来购买。“现在天气这么热,来一碗冰冰凉凉的甜品最合适不过了,夏天的顾客明显要多一些,一个晚上至少能卖300份。”赖满仙告诉记者,她在三挺路夜市摆摊已经有15年了,每天的行情销量她心里有谱。“晚上七八点是人最多的时候,顾客都把我的小摊围得满满的。12点左右基本上就卖空了,所以我

都是最早收摊的一批。”

“你别看现在顾客是三三两两来买的,再过一会可有得忙了,都得排队。”葛平柱在三挺路夜市经营着三家摊位,凉皮、臭豆腐、糖葫芦都深受顾客欢迎。据他介绍,每天晚上8点左右,他的臭豆腐摊位前就要开始排起长队了,忙到凌晨3点才能回家休息。

除了品美食,服装、玩具、手绘漫画人像等小摊前的往来市民也是络绎不绝,上衣“100元3件”“150元2件”,拖鞋“10元一双”,手工穿戴甲“9.9元一副”等招牌格外显眼,琳琅满目的商品更是让人应接不暇。“这几天我们已经开始清仓夏装了,为8月初上架秋装做准备。”经营户小英告诉记者,服装商家的脚步总是走得更快一些,现在夜市上大多数服装摊位都已经进入了夏装清仓模式,以更实惠的价格吸引更多更多的客流。

据统计,三挺路夜市目前有超800个摊位,日均人流量约1.5万人次,日均营业额超130万元。

“义乌指数”周点评

15大类价格指数5涨10跌

全媒体记者 吴峰宇

实习生 马娇婷

据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为101.36点,环比下跌0.81点,网上交易价格指数、场内订单交易价格指数、场内直接交易价格指数、出口交易价格指数环比分别下跌1.69点、1.18点、0.85点、0.03点。

气温炎热,游泳、城市潜水、皮划艇等水上运动成为夏日新宠,带动竹编帽、泳衣、泳裤、沙滩裤等相关产品热销,线上线下零批两旺;同时,拖鞋、人字拖、单鞋、凉鞋、布鞋等清凉透气的鞋类备受消费者青睐,销量明显增长。高温天气也带动汽车用品销量的攀升,遮阳挡、防紫外线车衣、车窗帘等遮阳用品销售势头强劲;隔热

贴膜、车载风扇、车载冰箱、冰丝茶叶枕等降温类产品市场表现突出。上周文化办公用品类周价格指数上涨,已过年中节点,众多企业纷纷进入集中采购计划,文件夹、名片盒、印章、订书机等产品销量大幅度攀升,采购商加大补货力度,体量显著扩大。

15大类价格指数5涨10跌,鞋类、电子电器类、针·纺织品类、文化办公用品类、体育娱乐用品类5个大类出现上涨,最大涨幅为0.32点;箱包类、钟表眼镜类、五金及电料类、日用品类、护理及美容用品类、工艺品类、辅料和包装类、玩具类、首饰类、服装服饰类10个大类出现下跌,最大跌幅为4.99点。在97个二级类别中,上涨比例为22%,下跌比例为40%,持平比例为38%。



斯里兰卡客商采购奖杯。



融合法国国旗蓝白红元素的饰品。



法国元素的金属冰箱贴热销。



各种型号的埃菲尔铁塔摆件。