

商亦有道

“美食联合国”：浓浓“烟火气”回来了

义乌外籍餐厅人气回暖生意红火



开设在义乌的外籍餐厅。



苏坦餐厅老板奥兹坎。



在外籍餐厅就餐的外商。

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

作为全球小商品贸易的“风向标”和“晴雨表”，义乌与全球230多个国家和地区有贸易往来，物美价廉的小商品吸引一批批外商前来，他们在义乌经商、创业、生活，把这里当成第二故乡，缤纷的美食文化也随之而来。在这里，可以吃到正宗的日韩料理、印度和阿拉伯美食、欧美西餐，因此有人将义乌形容为“美食联合国”。

据不完全统计，我市外资主体中，经营范围含有餐饮或食品经营或食品销售的有515家。

四层楼高的“贝迪”餐厅窗明几净，成为这条繁华道路的显眼建筑物。“贝迪”在阿拉伯语中的意思是“我家”，就像请客人到我家吃饭，希望大家来餐厅有回家的感觉。“老板穆罕奈德在驻义外商中是个知名人物。2014年6月5日，习近平主席在中阿合作论坛第六届部长级会议开幕式上的讲话中，讲述了一个普通阿拉伯青年扎根中国、实现人生梦想的故事，故事的主人公就是穆罕奈德。

几年过去了，穆罕奈德始终扎根义乌，从2002年的“花”餐厅到如今的“贝迪”餐厅，餐馆变了，菜品变多了，粉丝量也与日俱增。“贝迪”餐厅的面积有1000多平方米，可以同时容纳400人就餐。充满异国风情的阿拉伯美食不仅受到外国人的喜爱，也“锁”住了中国人的胃。就餐高峰期，中国人的用餐桌数占到70%。

“最近很多老朋友从国外回来，我们在餐厅相遇，彼此诉说着这几年的情况。”穆罕奈德说，包容的环境和良好的公共服务让他对义乌充满了归属感。

记者了解到，今年义乌对外发布了《义乌市优化国际化营商环境涉外服务十项举措》，主要包括为符合条件的外国人签发两年至五年的居留许可，实施投资类外国人注册企业、工作、居留“一件事”办理；培育发展涉外法务、关务、税务、认证等服务机构；举办“外国人学习大讲堂”宣传法律知识，高效调解国际商事纠纷；完善中英文诊疗服务，提高重点医院涉外医疗服务水平；支持国际青年创业创新，培育孵化国际创客等十方面内容，并于今年开始实施。

乌。其次，营商环境非常好，办事不用求人，很多事项手机上就能办理。”许曼兰说，希望更多的外商回归义乌，餐厅的生意更红火。

国内外客商在义吃遍全球美食

今年，在疫情后经济复苏的大环境下，义乌常住外国人已重回万人高位。外商返回义乌是防控措施优化调整、疫情形势变化的必然结果，这让众多外国餐厅逐渐恢复了往日热闹。

3月7日下午，位于稠州路的苏坦土耳其餐厅，虽然过了就餐时间，可餐厅内依旧有很多客人，除了一部分中国面孔，很多都是在义外国人。

来自土耳其的奥兹坎(Ozkan)是苏坦餐厅的老板，依托义乌市场的客流红利，这家离市场近、口味地道的土耳其餐厅，受到了大家的喜爱。“我们提供传统的土耳其烧烤，还有各类甜品以及特色咖啡，基本所需的调料都是从土耳其进口。”每天，奥兹坎不仅要巡视店面、协调管理厨务，还要监控食品质量，甚至连烤肉的肥瘦比、炖汤的火候等细节之处都亲力亲为。

“餐饮行业不仅要提供地道的美食，还要提供温馨的服务，要让远离家乡的客商感受到家的温暖。”奥兹坎告诉记者，义乌是一座开放的城市，营商环境也非常好，虽然疫情三年餐饮业很艰难，但他们挺了过来，现在一切重回正轨，餐厅的生意比之前更加红火。如今，来餐厅里就餐的客人除了土耳其客商，90%是其他常驻外商和中国朋友。

紧邻国际商贸城的稠州北路，

后生意一直不错，每到饭点都是爆满，不少外商不得不在外面排队等候用餐。“疫情暴发后，很多外商陆续离开义乌，餐厅的生意一落千丈，每天最多接待几个散客，无法取得稳定的营业收入，我老公一度萌生退意，准备关掉餐厅。”许曼兰伤感地说着，“我当时就告诉老公，疫情是暂时的，要相信政府的防控政策，我们哪儿也不要走，坚守在义乌直到‘春暖花开’。”

3年等待，是煎熬的，是漫长的。许曼兰跟老公毕萨也没有坐着等待，而是想办法维持餐厅运营。“外商食客少了，义乌本土的食客还有很多，这也有一个很大的需求。当时，根据防控政策要求，还不准堂食，外卖配送则成为主流。”许曼兰告诉记者，2021年8月她开始在外卖平台做团购，推出了1人、2人、4人套餐，并对口味进行了改良，更加适合国人口味，慢慢地外卖订单有了起色，逐渐能维持餐厅正常运行，这让夫妻俩宽慰了不少。

今年是许曼兰和毕萨在义开餐厅的第11个年头，随着外商加速回流，熟悉的烟火气又回来了，夫妻二人决定重新选位置，租个更大的临街门面房。“我的新店距离义乌国际商贸城只有1.1公里，大概有100多平方米，可以容纳更多的食客。”许曼兰信心满满地告诉记者，这个店铺装修花了60万元，已经正式投入运行，今年要准备大干一场。

“我爱这座市场之城，包容性很强，外商也有获得感，这就是为什么疫情结束，他们就着急来义

人气客流回暖“烟火气”升温

每天上午11点，义乌市城北北路374号的尼泊尔餐厅“妮萨迹”已经门庭若市，熙攘人群中，不时传来汉语、英语、阿拉伯语，混合着诱人的异域美食香气，让人恍惚身处国外。相较于疫情前的冷冷清清，这样忙碌的场景，让老板许曼兰和尼泊尔丈夫BishaL(音译：毕萨)非常欣喜，也明显感到店里用餐的外商多了起来，有老面孔也有新面孔，还有三年未见的老朋友。

“老板，来杯奶茶，不用放糖。”来喝茶的印度外商沙希德是餐厅的老客户，他是疫情防控政策优化之后首批来义的客商之一。一会儿工夫，一杯尼泊尔奶茶端上了桌，沙希德一边喝奶茶，一边跟记者聊了起来。“我在义乌待了15年，主要从事外贸出口生意，因疫情回印1年，生意受到很大影响。”沙希德说，去年国内疫情防控政策调整优化后，他们一行8个人就迅速订购机票来华，随后抵达义乌市极速采购，目前15个集装箱的商品采购完毕，已经乘船发往印度。

外商增多，在今年元旦假期就有迹可循。当天，许曼兰店里11个位置被外商预定，从晚上8点开始，3名外籍(印度、尼泊尔)厨师一刻不停烹任美食，她跟老公毕萨也变成了“店小二”，一直忙到凌晨3点才结束，总共接待50多名外商，生意恢复至2019年同期水平。

由于热情好客，菜品正宗、味道好，许曼兰的尼泊尔餐厅开业

3月双展连开热度高

吸引专业客商4万人次 成交额1.5亿元

全媒体记者 吴峰宇 实习生 俞又蔚

本报讯 3月4日至6日，首次亮相的2023义乌体育及休闲用品博览会与举办了10年的第30届家博会联袂开展，吸引专业客商近4万人次，现场贸易成交额超1.5亿元。

3月7日，记者从市场发展委了解到，这两个专业展规模都不大，分设在义乌国际博览中心的B1馆、A1馆，展览面积均为1万平方米。其中，2023义乌体育及休闲用品博览会暨户外用品展是今年新增展会，由义乌市创客会展有限公司主办、义乌市体育健身用品行业协会协办。展会以“运动让生活更美好”为主题，展期为3月4日-6日。

“义乌体育及休闲用品行业本身基础就很好，仅国际商贸城就聚集了七八百家商户，年出口额超过60亿元。去年世界杯期间，义乌体育用品行业就已经‘火出圈’。加上近些年，尤其是疫情防控期间，公众对自身健康意识空前提高，对体育健身、户外休闲产品需求水涨船高。在利好的大环境下，我们觉得在义乌举办这类专业展具备天时地利。”据义乌市创客会展有限公司相关负责人高建龙介绍，目前业内老牌展会主要是上海健身展和厦门体博会，此次抢先在义乌“试水”，也是看中了义乌得天独厚的外贸优势。

本次展会共吸引了378家体育及休闲用品、户外用品企业参展，其中仅15%左右来自义乌市场，大量都是来自山东德州、江苏南通等产业带以及河南、广东、江西、浙江等地的

的源头厂家，展品涵盖家用商用健身器材、运动护具、瑜伽用品、球类及水上运动、体育场馆设施、滑板车、休闲折叠桌椅、天幕帐篷、烧烤用具、露营装备等上万款畅销新品。“因为开展时间早，很多企业陆续报名，都来不及安排，所以我们已经提前预订了今年8月再办一场秋季展，规模扩大到2个展馆。”高建龙说。

“我们第一次来义乌参展，人气很旺，第一天就加了很多客商的微信。下半年的秋季展，我们再来！”青岛鑫蓝玉船业有限公司参展代表王玉芬告诉记者，虽然目前尚未在义乌市场设立销售窗口，但每年义乌的外贸公司会有七八百万元的采购额。“我们的产品90%以上是出口的，义乌市场的外向度很契合我们的需求。希望这次来义乌参展，能开拓更多的外销市场。”

户外用品展举行期间，还举办了一场由300多名外商组成的跨国采购团对接会，现场下单成交200余万元，意向成交700万-800万元，成效明显。

自2013年开始举办的义乌家博会则是一场家装选品的大型展销会，展期为3月4日-5日。据展会主办方介绍，本次家博会聚集了义乌众多知名品牌经销商，并争取厂家的政策支持。

“人气不错，成交量也还可以，比去年好很多。”在方太厨房电器展区，有不少本地市民在选购产品。经销商表示，趁着家博会，厂家也提供了一些让利优惠，让消费者在货比三家的同时，能获得更多实惠。



全媒体记者 吴峰宇 实习生 俞又蔚 文/摄

本报讯 3月7日，由商城集团主办的义乌市“市井好货采购节”来到第六天。活动现场集合了国际商贸城一至五区、童园服装市场、义乌中国进口商品城等区块几千款网货爆品和新奇特“摊货”，吸引了大批消费者前来抢购，同时也聚集了国内外众多“摊主”采购商前来选品进货。

一双色彩斑斓的充气蝴蝶翅膀，抓住了“少女心”，带去了“致富经”。“这就是最近爆火的蝴蝶翅膀，小孩子特别喜欢，刚摆出来就卖出了30多个，还有一些摊主也在咨询下单。”馨馨气球老板娘梅英告诉记者，在疫情后经济复苏的大环境下，国家鼓励发展“夜经济”，参加“市井好货采购节”也是想把优质的小商品推介给需要摆摊的人。

易拉罐内的湿纸巾，创意十足，灵巧便捷，非常适合摆摊。经营户黄惠芳多次向记者表示：样品带得太少了。据她介绍，一个易拉罐湿纸巾批发价不足2元，但出口后在国外商超会卖到2美元左右，如今通过

Chinagooods她还为全世界的小微摊贩、社群团长、电商机构供货，“一直供不应求”。

除了琳琅满目的商品，“市井好货节”还为摆摊摊主提供了“定制方案”，摊布、摊棚、摊桌、摊椅，各类摆摊神器应有尽有。最具特色的是汽车后备箱货摊，车主打开后备箱几秒钟即可进入售卖模式，其中也不乏劳斯莱斯、宾利等“豪车摊位”，尽显摆摊的多样性。

商城集团市场运营公司副总经理吴曼表示，这次活动由商城集团旗下实体市场和线上Chinagooods平台同步举行，所有“市井好货采购节”上的商品，旨在顺应“花更少、买更好”的新消费主义，都是经过精挑细选，批零兼售的源头价产品。

本次“市井好货采购节”系首次举办，吸引了鞋帽服饰、饰品配件、宠物用品、日用百货等500多家市场经营户参加，涵盖13个大类的上万款产品，活动将一直持续到4月份。市民朋友及采购商不仅能在线下到宾王158文创园实地采购，也能在Chinagooods、百度爱采购、阿里1688等电商平台采购“好货”。

0元入驻 零佣金

Temu助力义乌企业出海

全媒体记者 吴峰宇 实习生 俞又蔚

本报讯 3月7日，记者从义乌市场发展委获悉，连日来拼多多旗下跨境电商平台Temu走进义乌开展多场推介宣讲，助力全市46.5万户中小微企业扬帆出海，抢滩登陆北美市场。

从去年9月开始，拼多多推出海外版Temu，通过大手笔补贴消费者，通过令人难以置信的超低价，在北美市场迅速打开局面，并引发海外网友“人传人”式的裂变传播。Temu上线一个月后，即成为海外电商APP下载量第一名。

Temu项目的负责人本超为义乌商家介绍了项目基本情况以及业务模式。在推介会操作细节解读环节，Temu各类目买手依次结合义乌产业带实际情况，做了细致分享；同时介绍了Temu的生意特色：货代模式、国内首发、小单快返、实销实结。目前入驻Temu商家无需缴

纳任何费用，0元入驻，零佣金。近年来，凭借海量货源优势、通达海外的物流资源以及优质的营商环境，义乌跨境电商市场呈现稳定上升态势。义乌是速卖通、拼多多、Temu、Shopee等跨境电商平台核心产区之一，商家数量众多。庞大的用户规模催生了对物流、客服、仓储等一系列叠加而成的服务需求，服务价值急速提升。这块“蛋糕”吸引了各大平台相继入驻。

“各大跨境电商平台看中义乌这块跨境电商高地独特的商品、物流、政策等优势，大规模进军义乌，销售面向欧美、东南亚、非洲、中东、日韩等市场，有效满足了各层次企业的多样化服务需求。”义乌市场发展委相关负责人表示，各平台正与政府一道，共同打造跨境电商贸易的良好产业生态，为跨境电商创造更多的生态红利。

据统计，今年1月，义乌已实现电子商务交易额300.14亿元，同比增长14.81%。

妇女节催热“她经济”

全媒体记者 杨歌 实习生 俞又蔚 文/摄

女性一直以来都是消费市场的主力军。近年来，随着女性经济水平和社会地位的不断提升，她们更加关注自身，注重生活品质，在消费升级进程中起着越来越重要的作用，“她经济”也逐渐成为消费行业持续增长的风口。在“三八”妇女节来临之际，“她经济”现象再次受到瞩目，各行各业纷纷借势发力，针对“三八节”推出了众多营销活动，掀起了春节后的新一轮消费热潮。

鲜花单量稳步走高

记者在义乌花卉市场内的多家商铺看到，康乃馨、玫瑰、郁金香等应景鲜花早已霸占店铺C位，店员们正有条不紊地捆扎花

束，打理造型。做了10多年鲜花生意的楼燕青告诉记者，过完春节，店里的生意也迎来了新一轮的增长。

“一周前就陆陆续续有花店老板前来批量采购鲜花，为即将到来的妇女节囤货，康乃馨和玫瑰是这几天当之无愧的销售主角，销量是平常的二到三倍。”楼燕青一边整理花束一边介绍，受市场需求影响，鲜花价格也迎来小幅上涨。例如，20支一捆的粉色康乃馨价格为65元，其他颜色也要55元一捆。平日零售价格在7至8元，根据品种颜色不同，价格浮动有细微变化。

说间话，已经有两拨顾客来到了店里挑选鲜花。记者了解到，相较情人节的散客购买，妇女节的购买主力更多的是单位、企业定制，用来做活动或者团建。楼先生是义乌交通置业有限公司的工作人员，他专程来到花卉市场为单位的女性员工采购妇女节礼物。经过多方挑选，楼先生预定了两百支混色玫瑰。

记者了解到，除了团体订单，个人用户订购鲜花的数量也较为可观。经营户宋国英说，除了平常就有的“每周一花”“每日一花”这些固定订单外，闺蜜之间也会在节日相互送花，“还有不少女性顾客会在妇女节当天给自己订一束



店员展示热销的黄金首饰。

鲜花，当作给自己的礼物。”记者了解到，此类花束以小而美，相对精致的包装呈现，多采用郁金香、玫瑰这些当季花材。

各大品牌“争奇斗艳”

纵观这次“三八节”，义乌各商场纷纷推出节日主题活动，珠宝、化妆品、服饰等也加入这场促销战。记者走访商场发现，许多门店都将节日促销的海报摆在了显眼位置，吸引了不少顾客前来光顾。女装、化妆品等更是折扣尽出，优惠力度很大。据义乌之心玖珂菲门店高级彩妆师王航峰介绍，他们店里的商品除了参与商场的满减活动外，门店也推出了额外的优惠活动，因此，这段时间客流量比平常增加了50%左右。

王航峰告诉记者，虽然这些年

直播带货十分火热，电商平台也在节日推出了很多促销活动，但线下门店并未因此受到太大的冲击，这是因为美妆实体店有着自己独特的优势。“首先商场营造了一个很好的节日氛围，趁此机会约上三五好友一起来逛街，也不失为一件乐事。”其次，对粉底液、口红等化妆品来说，合适才是最重要的。“来店里购物的时候，我们会给顾客提供试妆服务，先试后买的模式也让顾客不容易踩雷，少花冤枉钱。”植村秀门店工作人员王佳也表示，随着生活品质的提高，很多女性消费者会在节日来临时通过购物犒劳自己。从2月底开始，他们就推出了针对妇女节的优惠活动，客流量也有了明显增长，最多的一天接待了100多位顾客。

在美妆品牌“各显神通”之时，珠宝品牌也不甘落后，纷纷推出各式各样的促销活动。万达广场中国黄金门店推出了各种优惠，如黄金首克380元、银饰买一送一、钻石满1314减380等。据负责人朱新华介绍，带有国潮元素和兔元素的黄金饰品是今年的主打产品，最近电视剧《狂飙》的爆火也带动了剧中“大嫂同款”的销量。记者采访当天，市民张女士正带着母亲前来挑选黄金首饰，她说，“我一直都想给妈妈买条项链，今天特意带她过来看看，正好赶上了妇女节的活动，价格确实比平常便宜了不少。”



市民选购节日鲜花。