

市场经纬

本月3场展会在义举办

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 7月4日,从义乌市场发展委获悉,本月义乌国际博览中心将举办2023中国义乌喜庆用品博览会、2023义乌华夏家博会、2023中国义乌多元百货展暨杯壶、餐厨用品主题展共开设五个大馆,展出面积共50000平方米,预计参展商超2000人次,展出20000个新品爆款,预计到会采购商10万人次。同期举办万人网红直播选品大会,届时将有各大知名MCN机构、网红大咖莅临现场选品带货。

今年以来,我市抢抓市场复苏机遇,第一时间制定全年展览计划并向省商务厅备案,成为全国最先举办展会的城市之一。上半年密集举办市展,累计达成意向成交额达37亿元,增长105%(与2019年比)。同时,展会有效激活了酒店、餐饮、物流等产业的发展,带动市场相关行业人流量增长近20%,全市酒店入住率较日常增长8%以上。

全球主要目标市场 信息交流分享活动举行

全媒体记者 杨歌

本报讯 近日,市国际商会举办“先知先行——全球主要目标市场信息交流分享”活动。活动由市贸促会指导,商会副会长单位浙江金民电气承办,100余位会员代表参与活动。

当前国际贸易变化和不确定性因素较多,获取各个国家最新、最真实的市场信息非常必要,让已经走出去的企业与还未走出去的企业交流信息、分享体会,实现知而后行、先知先行,正是本次活动的初衷。

今年以来,义乌不少企业家纷纷出海考察市场拓展业务,了解掌握当地经济状况、市场需求、业态变化趋势等第一手信息。5位近期考察归来的企业家分享了欧洲、俄罗斯、东南亚、非洲、美国等全球主要市场的真实情况和考察感受,内容丰富、干货满满,受到商会会员企业的广泛好评。

几位嘉宾就走出去的感受、制造业转移、出境考察注意事项等问题进行交流。大家一致认为,出境考察十分必要,实地探访到的市场变化、当地业态、市场空间等内容与线上获取到的信息有很大差异,形势在变,只有不断开拓才能勇立潮头。

“义乌指数”周报点评 6个大类上涨 最大涨幅0.7点

全媒体记者 吴峰宇

据监测,“义乌·中国小商品价格指数”中小商品周价格指数上周为100.98点,环比下跌0.13点,网上交易价格指数和场内订单交易价格指数环比分别上涨1.17点和1.2点,出口交易价格指数和场内直接交易价格指数环比分别下跌1.31点和0.29点。

夏日持续高温,暑假如约而至,场内消费需求不断涌现,上周价格指数稳中微跌。受暑期来临影响,塑料三角尺套装、圆规、量角器等学习及教学产品近期内销需求走缓,但电子教育类产品迎来销售旺季,学生平板、学练机、点读笔、翻译笔等品类均有不俗的增长。此外,暑期研学旅游产品成为暑期旅游发展新趋势,主打历史人文、户外自然、科学技术类的研学产品最受欢迎,因此

各地客商近期加大备货力度,充气玩具类、民宿工艺品类、户外休闲娱乐用品等行业销势良好。各地高温天气持续,场内夏令产品内销需求全面放量,泳具类、洗浴类产品表现突出,席类、防蚊类产品持续旺销,同时,空调扇、刨冰机、除湿机等小家电产品亦有不俗表现。

15大类价格指数6涨8跌1持平,电子电器类、体育娱乐用品类、首饰类、文化办公用品类、针、纺织品类和鞋类6个大类出现上涨,最大涨幅为0.7点;箱包类、钟表眼镜类、护理及美容用品类、玩具类、日用品类、服装服饰类、五金及电料类等小家电产品亦有不俗表现。

摩托车电动车头盔有了新标准

全媒体记者 杨歌

本报讯 今年7月1日起,国家标准《摩托车、电动自行车乘员头盔》(以下简称“头盔新国标”)正式实施。

据了解,“头盔新国标”增加了电动自行车乘员(包括驾驶人以及乘坐人员)佩戴的头盔标准。新增了三个安全性能指标,分别为:头盔护目镜的耐磨性(雾度)、头盔壳体表面凸起结构的剪切力、头盔表面摩擦力。

在适用性方面,“头盔新国标”考虑到亚洲人的头型尺寸,头型由旧标准的大、中、小、特小4个头型修改为A、E、J、M、O等5个头型,兼顾了成人和儿童的需求;按照形状分为全盔、3/4盔(春秋盔)和1/2盔(夏盔),适应了不同季节的适用需求。

根据适应对象,头盔“新国标”将头盔分为A类盔和B类盔。A类盔为摩托车乘员头盔,适用于摩托车乘员和电动自行车乘员;B类盔为电动自行车乘员头盔,仅适用于最高时速

不大于25公里的电动自行车乘员。

近日,记者走访了我市几家电动车销售门店,其负责人均表示自己已对头盔实施新标准的消息有所耳闻。一家门店负责人王超云向记者展示了店内销售的几个头盔,记者发现这些头盔都具备国家3C标志,拎在手上也有一定的“分量感”。头盔内还有一些柔软材料,在遇到事故时能够吸收部分冲击力,让头部缓慢停止,大脑不会受到较大力度的撞击。不过这些头盔一般不随车赠送,价格普遍在60元以上。也有一些门店依然在销售旧国标头盔,其负责人表示后续会陆续更换。

值得注意的是,和其他日用品一样,头盔的购买也不会是一劳永逸的。一方面,安全头盔只要承受过撞击、发生过事故,即使外形没有明显损坏也建议更换;另一方面,安全头盔也有自己的使用寿命,一般为2到3年,因为头盔的制作材料会随着时间的推移出现损耗、破坏或者裂痕,从而不能保证其防护性能。



“冷”经济热了

高温“卖”清凉 做大“热文章”

全媒体记者 杨歌 文/摄

骄阳、闷热、大汗淋漓……进入7月,气温进一步升高,连日的高温让不少市民直呼“吃不消”。而据国家气候中心消息,今年以来,我国高温日数为1961年以来历史同期最多。今年盛夏,我国华北、华中中部和南部、西南地区东北部等地还将出现阶段性高温天气。

这个夏天,一块冰镇的西瓜,一杯降暑的饮料,一个开了空调的房间,似乎已经无法满足市民的需要。于是,敏锐的义乌商家使出浑身解数,瞄准商机大做“热文章”。

小风扇吹来大生意

走在大街上,时常能看到有人拿着一个棒棒糖状物体,把头发吹得飞起。那根棒棒糖状物体正是时下流行的手持小风扇,有着“夏季清凉神器”的美名。只要小小扇叶转动起来,就能掀起阵阵清风,卷走身边的所有炎热,加上外形小巧,便于携带,成为许多年轻人的必备之物。

打开淘宝,随机点进几个页面,记者发现手持小风扇月销量破万的商家不在少数。为了吸引顾客,各商家还纷纷在首页用醒目的字眼标明了自家的卖点,包括冰感风、高颜值、可折叠、高续航、静音等,各有特色,不胜枚举。

手持小风扇的线下销量也照样火爆。在义乌国际商贸城二区的一家店铺内,记者看到这里陈列着上百种不同款式、不同颜色的手持小风扇。除了造型的差别以外,有些手持风扇还附加了其他的功能,可谓“麻雀虽小,五

脏俱全”。经营户潘艳燕热情地给记者介绍起这些产品,“比如这个卡通形状的风扇,打开就可以变成自带LED灯光的化妆镜,今年已经卖出了超过5万个。”“这一款功能就更多了,它可以充当手机支架,也可以折叠起来放在桌面上使用。它还有个冷敷的功能。当你体感温度过高时,按下这个按钮,将风扇贴近皮肤,可以起到舒缓降温的作用。”此外还有针对儿童推出的手表风扇,也有安全性更高的无叶风扇等。造型之精美,功能之丰富,让人挑花了眼。

潘艳燕说,他们4月底就开始进入手持风扇批发的高峰期,“很多款式爆单,日销量突破一万个。像这种带加湿器的风扇,今年内销增长了百分之五十以上。还有一些热门款式的订单已经排到了8月份。”经营户袁菊芳也表示,今年手持小风扇的销量增幅明显,比去年同期增长了一倍以上。

记者采访当天,来自湖北的采购商殷翠兰正在打包自己的“战利品”,装了满满一大箱。殷翠兰告诉记者,她每年夏天都会和家人来义乌国际商贸城采购,主要是买些小玩意儿。这次采购的就有手持小风扇和泡泡枪之类的玩具。“我女儿上高中了,每年暑假我都会让她出去摆摊,一方面是锻炼她的能力,至于浪费了暑假的时间,一方面也能补贴一些家用。”

这一次,他们打算在当地的游乐园门口摆摊,“这些小商品不仅外形美观,价格也很实惠,我相信一定不愁卖。”殷翠兰笑着说。

防晒品有了新门道

随着气温一路上扬,许多人的防晒用品也进一步升级。防晒衣、防晒帽、冰袖、防晒口罩等“物理防晒”装备在近期卖得火爆。还有“脸基尼”“腮红口罩”等创新防晒装备,成了今年的爆款单品。

记者在国际商贸城一家专做防晒用品的店铺看到,光是防晒手套一样单品,就推出了十几种不同的款式。其中既有直接露指的,也有全包带触控点的,戴上不影响玩手机,对手机不离手的年轻人来说可谓是十分友好了。

在该店铺中,不同款式的“脸基尼”是店中的销量担当,其中戴帽檐的脸基尼,在这家店一共有4款不同的颜色,今年以来销量已超30万件。“去年开始,常规款的防晒口罩市场热度就在不断攀升,随着大家防晒意识的进一步提升,让‘脸基尼’这类产品的销量有了爆发式的增长,尤其是电商平台,拿货量较大。”经营户董薇介绍说。

防晒袖套也是防晒用品中的主力军。记者了解到,今年的防晒袖套不仅重视功能性,在美观度上也有提升,可以适合不同的服装搭配,让女性朋友在做好防晒的同时也能最大程度地保持美丽。“外观的创新也吸引了很多电商批发商采购。”

除了国际商贸城,工厂也是一派繁忙的景象。在一家清凉用品的工厂样板间,记者看到了各式各样的冰凉贴。“年少有为”“未来可期”“逢考必过”……这些融合了文创概念的冰凉贴是今年电商销售的爆款。负责人虞锋超介绍,作为今年的新品,他们一共

推出了24款不同的样式,平均每款都能卖出上万盒,也带动冰凉贴产品销量增长超过了20%。虞锋超还告诉记者展示了清凉眼罩,九宫格冰垫等,都是夏季的热卖产品。“因为冰垫面积更大,可以放在座椅上,降低体感温度,也可以放在办公桌上,给笔记本电脑等电器降温。今年销量也有明显增长。”

另一位负责人许伟告诉记者,今年还有客户定制大尺寸的冰垫作为宠物用品,成了新的增长点。作为小微经济的典型代表产业,宠物经济近年来备受关注。宠物作为很多现代家庭不可或缺

的“社牛成员”,正在催生更多新需求,也让许伟等商家找到了新的商机。电商平台数据显示,6月以来,冰垫类产品同比增长超400%,冰冻玩具、宠物冰垫、宠物空调等宠物清凉用品销量同比增长均超50%。目前,许伟已经卖出了宠物用的冰垫产品6万多个,销售额的占比达到了该类产品的30%左右。

记者手记:

炎炎夏日,走进国际商贸城,市场里的冷气开得很足,而在售卖手持小风扇、防晒用品等夏日解暑神器的店铺里,记者却感受到一阵“火热”。正在询价的采购商、忙着开单的经营户、仔细整理货架的店员,眼前一派繁忙的景象。与经营户交谈间,也时常被前来找货的采购商打断。“冷”经济之火爆,可见一斑。不少经营户也表示,今年夏天,他们明显感觉到各类防晒、降温用品的销量比去年同期有了大幅增长。同时,敏锐的义乌市场商户还主动链接“地摊经济”“宠物经济”,将“清凉”销往全国各地。

距杭州亚运会开幕还有80天 义乌体育用品淡季不淡

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

距杭州亚运会开幕还有80天,义乌国际商贸城内的体育用品销售如夏日高温一样热。有经营户告诉记者,往年六七八月是体育用品销售淡季,今年受益于“亚运热”淡季不淡,工厂排单到了10月份。

同样是多项目比赛,亚运会的关注度不及奥运会、世界杯,义乌真的感受到亚运经济的红利吗?海关的数据最为直观,今年1-5月,义乌出口体育用品28.5亿元,同比增长15.6%。

7月1日,在义乌国际商贸城三区的双才体育用品店,约旦外商阿卜杜拉正在挑选各种体育用品,采购清单上密密麻麻写着沙袋、健身车、跑步机、拳击手套等。

“目前,订了一个柜子的健身器械产品,还有足球、篮球、板球也在采购计划表上。我十分期待约旦国家队在亚运会上能获得奖牌,尤其是篮球、足球等项目拥有竞争力。”阿卜杜拉在约旦开设有两个店铺,主要经营体育用品及健身器械。店铺负责人谷淑兰通过阿语翻译热情地与他交流货品信息。很快,一单订单就此产生,这批货品将用于当地在亚运效应下开展的诸多民间赛事。

外销占9成左右的双才体育,今年前5月销量增长超过10%。这段时间,有很多合作多年的亚洲老客户陆

续来店看货下单,说他们仓库都卖空了。“毫不夸张地说,从开年到现在就没停过,外贸订单是一单接一单,这跟大型体育赛事相继举办不无关系。”这两天,谷淑兰每天差不多要接待3-5拨以上外商,还有一些大客户预约要求。

像谷淑兰这样的经营户,国际商贸城三区集聚了六七百家,品类涵盖篮球、足球、乒乓球、溜冰鞋、跑步机等各类运动体育用品及相关衍生产品。行业外向度高达75%,主攻中东、非洲、欧美、东南亚、日韩等国家。奥运会、世界杯、冬奥会期间的很多销售“奇迹”,就诞生于此。

要现货,得等一等。过去的3年,疫情对世界体坛造成巨大冲击,而在2023年,国际体育赛事全面恢复,国内中超、CBA等联赛也相继举行,成都大运会和杭州亚运会“虽迟但到”。对于义乌体育用品行业来说,各项体育赛事的举办,意味着体育用品需求回暖。淡季不淡,就是最好的佐证。

“现货早就卖光了,工厂订单排到了8月,根本忙不过来。”义乌左西体育外向度达90%,他们生产的足球、篮球、排球等,销往全球上百个国家。老板项莉莉表示,今年前5月,亚洲国家的订单开始增多,韩国、越南、马来西亚、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦的采购商,占据了公司外贸出口的20%份额,很大程度上要归功于亚运会,亚运会热潮带动了民间各类赛事、活动

的开展,“点燃”了体育用品消费潮。

项莉莉告诉记者,今年哈萨克斯坦客户采购了一批货值40万元,7万个足球。客户反馈,这几年哈萨克斯坦国足的进步很快,经常在国际比赛中击败欧洲强队,其他的竞技项目哈萨克斯坦也非常有竞争力,这次亚运会能否取得奖牌,我们拭目以待。

这段时间,备战“亚运”,成了义乌市场商户们的头等大事。位于廿三里街道的一家足球生产企业,工人们挥汗如雨,有的在压料,有的在缝制,有的在翻球,

大家配合默契,一天能做四五万个足球。“今年生意非常好,订单做不完,同比增长了50%,排单到了10月份。”义乌市鼎力体育用品有限公司负责人郑国群开心地说,今年工厂的外贸订单新增了菲律宾、越南等亚洲国家订单,客户一次就采购四五百件货。

从记者采访反馈来看,订单排满,工厂加班赶货是很多体育用品商户目前常态,加之国内外下半年赛事多,客户提前下的散单和大单交叉,造成工厂排单至年底。



随着国内外足球赛事的举行,义乌市场经营户项莉莉的足球生意很兴,客商也不断到店洽谈。