

市场经纬

张韶涵义乌演唱会现场,粉丝们拿荧光棒汇成星光点点



演唱会、音乐节、体育赛……那些舞动的点点星光,摇旗呐喊的助威声,都是义乌的“生意经”。

义乌制造你的“专属浪漫”

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

今年,随着文体市场的复苏,越来越多的演唱会、音乐节、体育赛事重启。其中,周杰伦、林俊杰、五月天、张韶涵等歌手的巡回演唱会陆续在各地开唱,五大洲足球联赛、NBA、CBA、中超、村BA、亚运会、大运会等各种大小体育赛事相继举行,火热的行情不仅“一票难求”,就连周边产品都卖疯了。以五月天北京演唱会为例,光是官方应援棒就销售出5万根,总额突破700万元,这引得不少网友发出灵魂拷问,“义乌为啥没有把荧光棒的价格‘打下来’?”

压力给到义乌。但同时网友的发问,也足见义乌市场在国内外大型文体赛事中的地位。

领衔气氛组 嗨翻演唱会
你的“专属浪漫”来自义乌

义乌被誉为全球最大的小商品集散地,号称“只有想不到的产品,没有买不到的商品。”演唱会、音乐节、体育赛事的周边产品,在义乌市场到底有多少种?这个问题没人能够准确地回答。

记者试图通过“大数据”来找答案。在义乌市场官方平台搜索关键词——演唱会周边,搜索结果显示为9394个商品,其中荧光棒、发光发箍、闪光棒、闪光手环成交量10万个以上的有很多。在淘宝电商平台搜索关键词一荧光棒,点击选择发货地为金华,搜索结果显示为8005件商品,其中绝大部分电商卖家来自义乌。

那么,在义乌国际商贸城,一根荧光棒、发光头饰、助威棒的批发价格到底是多少?7月15日,记者来到国际商贸城一区市场,深入了解荧光棒等演出、赛事周边产品的展销情况。

“随着线下演出和赛事的恢复,销量上升是必然的。”走访中,多位经营户表示今年以来,相关产品订单恢复明显,暑期也还将迎来一波持续性上涨。

“这个荧光棒怎么卖?”当天上午,在国际商贸城一区斯特文具店铺里,负责人金茂英正在接待一批省外的客商,他们打算预定5万根荧光棒用于即将举办的啤酒音乐节,“就这一款,



俄罗斯外商在采购文体赛事周边产品。

批发价在2块到3块多,随配的纽扣电池能保证荧光棒亮10多个小时。”在详细洽谈出货期限、物流、定金等细节后,双方达成初步意向。

金茂英告诉记者,这段时间,类似于啤酒节、草地音乐节等线下活动的订单接踵而至,造型各异的发光头扣、款式多样的荧光棒,以及沙锤、拍手掌、闪光棒等需求量大。这些产品作为线下演出、节庆活动的标配,国内绝大部分商家都会选择来义乌采购,零售利润至少能达到50%以上。

演唱会、音乐节的订单接得多吗?面对记者的发问,金茂英直言,义乌市场上的演唱会、音乐节、体育赛事周边产品,主要以出口为主,内销为辅。作为主要订单来源的欧美国家,演出、体育赛事启动较早,外贸订单比较稳定。从国内市场反馈看,今年演唱会、音乐节、体育赛事相继举办,但是大单不多,主要以散单为主。

金茂英的说法,也得到了浙江光源玩具有限公司负责人杨巧丽的认同,她经营液体(化学)荧光棒超20年,这些年外贸订单相对稳定,即便是受到全球经济形势不确定性的影响,义乌市场物美价廉的优势,依旧是外商采购的首选之地。

“今年上半年,外贸的新客户都明显多起来了,月销售额能达到150~180万元,随着天气越来越热,线下活动增多,销售额翻番不是问题。”杨巧丽表示,目前工厂内正在加班加点赶制西班牙、葡萄牙、马来西亚等国家的订单,货值从几万元到几十万元不等。

当记者试图寻找明星演唱会上的“高价荧光棒”时,义乌不少经营户指出,像五月天演唱会上140元一根的荧光棒与传统荧光棒还是存在明显不同,前者具有场控功能,更接近于一款电子产品,一般需要定制出货,价格在30到50元不等,这需要强大的供应链体系做支撑,义乌市场上此类产品不多。

谈及原因,义乌市场商户指出,演唱会上的荧光棒智能化趋势明显,也被赋予了精神价值和氛围加持,普通荧光棒如果没有加入场控,质量再好也会在人群中显得突兀,因此价格不是说打就能打下来的。



义乌国际商贸城一区汇聚了演唱会赛事周边产品,其中荧光棒占据了“半壁江山”。

提前准备 抢占先机
“义乌造”闪耀赛场内外

去年世界杯期间,义乌生产的旗帜、喇叭、哨子、足球、球衣、围巾、摆件、抱枕等,源源不断地漂洋过海抵达世界各地。今年,随着成都大运会、杭州亚运会开赛的脚步越来越近,神州大地再掀体育热潮,这怎能少得了义乌市场上的各种赛事周边产品。

义乌国际商贸城一区和三区,是文体赛事产品集中展示交易最为繁荣的区块之一。每天上午9点到下午4点,在6街大通道上,操着天南海北口音的国内采购商,说着不同语言的国外采购商,说着不同语言的国外采购商,吸引着他们的是摆在店铺门口的各类赛事周边产品,有加油助威的大喇叭、助威棒,有贴纸、横幅、挂件,有足球、篮球、羽毛球等。

销售演唱会及赛事周边产品的经营户过惠萍,店铺在国际商贸城一区大通道上,不时有国内外采购商进店询价,开单本密密麻麻记录着最近的外贸订单。过惠萍说,在杭州亚运会的带动下,接到了不少亚洲国家的订单,客户提出最多的要求,就是把国旗印制到产品上。

沙特客商穆罕奈德在利雅得Al Zel市场做生意。Al Zel是个

综合型市场,他的摊位摆满了来自义乌的赛事周边产品,大部分来自义乌市场。“C罗、本泽马、内维斯、坎特都来沙特足球联赛踢球,他们的粉丝数以万计涌入球场,为偶像加油助威,这带动了赛事周边产品的销售,其中助威棒已经卖出了5万个,足球卖出了10万个,这次来义乌就是补货。”穆罕奈德说,“义乌商品质量好、价格优,深受全球消费者喜爱,这些年我都在国际商贸城拿货,从未间断。”

今年以来,国际商贸城日均客流量达20万人次,日均进场外商达2000多人次,已恢复到疫情前水平。“客流即生意,我明显感觉生意好了很多。”经营户徐春丽表示,2023年无疑是体育“大年”,女足世界杯、男篮世界杯、杭州亚运会、成都大运会,一项项精彩大赛将接踵而至,赛事周边产品销售跟着热了起来,外商到店采购也是大手笔,几百件、一个柜的订单有很多。目前,徐春丽工厂订单排到了10月份,等忙完这波“行情”,她打算着手准备明年夏天巴黎奥运会的相关产品。

提前准备,抢占先机。徐春丽笑着说,“我们早一点,就能把握主动,客户也少些等待,多一些选择,互利共赢。”

虫害,无法达到流入市场的标准。不仅如此,受政策影响,许多药农都转向了种植粮食类作物。以上种种原因使得中药材的产量大幅减少。

然而近年来,随着人们的养生意识不断提升,对滋补类的中药材需求也愈加旺盛。俗话说,物以稀为贵,因此,中药材价格飙升归根到底还是市场供求关系不平衡造成的。至于何时中药材价格才能恢复常态,接受采访的几位经营户都表示很难给出确切的时间,一切都要根据市场变化而定。但可以预见的是,在未来的一段时间内,中药材价格依然会保持在较高价位。

得很厉害,三四个点的涨幅都算小的,很多药材的价格都是成倍增长,尤其是药食同源的大宗药材。我做了这么多年的药材生意,这样的价格是从来没有出现过的。”

为什么今年中药材的价格一路狂飙?记者在采访中了解到,中药材价格上涨的原因是多方面的。经营户战凤艳说,近两年的高温天气无法给中药材提供适宜的生长环境,有些药材的生长地甚至出现了干旱,“不少药材苗都旱死了,连长大的机会都没有。”还有一些药材在生长过程中出现了病

二手车出海有了新平台
义乌港二手车出口服务专区正式开业

全媒体记者 杨歌 文/摄

本报讯 7月14日上午,义乌港二手车出口服务专区举行开业仪式,义乌市商务局、金华市公安局交管局、义乌市公安局交警大队、义乌港务、市场集团等有关部门负责人出席活动,星联汽车、安夏汽车等10家二手车出口试点企业以及30余家外贸公司、货代企业、二手车市场商户等单位代表参加活动。

今年以来,电动载人汽车、锂电池、太阳能电池成为出口爆款产品“新三样”,标志着新能源汽车出口已进入新赛道。今年上半年,我市10家二手车

试点企业累计出口二手车1476台,总货值达3.1亿元,二手车出口呈现蓬勃发展态势。

在有关部门的大力支持下,义乌港整合多方资源,设立了二手车出口服务专区,为出口二手车提供整备、过户、注销、订舱、通关等一站式服务,将有效提升二手车出口效率,助力全市二手车便利化出口。

下一步,我市将以设立二手车出口服务专区为契机,进一步深化二手车出口试点改革,培育壮大二手车出口产业链条,逐步完善汽车出口生态,推动二手车出口成为义乌外贸发展新的增长点。



等待出口的二手车

“商城杯”东部赛区路演举行
竞逐最高30万元的金鸚鵡设计大奖

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 设计灵感来自八爪鱼造型的卡通帽子,富含宋韵文化的多功能创意文具、陪伴狗狗玩耍的“积木美食”……7月17日,第11届未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛(NCDA)创新创业赛道暨2023第六届“义乌中国小商品城”杯国际小商品创意设计大赛(以下简称“商城杯”大赛)东部赛区初审路演在义举行。

当天,东部赛区共有18组选手到场路演,12组选手通过线上录播。选手们通过PPT或实物展示等形式,围绕大赛发布的五大选题[冬季保暖套装(帽子·围巾·手套)的萌趣化设计、宠物玩具功能创新及系列化外观设计创新设计、“Z世代”的甜蜜告白婚礼礼赠用品设计、基于特定场景的礼品包装设计、文创文具之宋韵文化]分析了市场现状和前景,阐释设计思路和产品优势,呈现设计效果,并回答评委的现场提问。

本届大赛由义乌市人民政府、未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛(NCDA)组委会主办,以“创意义乌 首发全球”为主题,在全国分设6大赛区

(东部赛区、南部赛区、北部赛区、西部赛区、中部赛区、浙江赛区),按照“全球小商品竞赛主题发布”“全球设计人创意征集”“全球创意作品市场化竞赛”的流程举行。

据介绍,本届“商城杯”自发布征集令以来,得到了全球院校、知名机构及独立设计师的积极响应。截至6月中旬,五大赛区(不含浙江赛区)共收到来自150多所高校的5320件作品。无论是创意作品还是参赛高校,数量均创新高,可谓是名校荟萃、高手云集。其中,参赛的本科院校共计130所,占比90%,分布在全国20个省份、4个直辖市、3个自治区,大赛覆盖面进一步“扩容”。

记者了解到,随着各大赛区陆续开展初审路演,最终会有30件作品参与今年义博会期间上演的全国总决赛,竞逐最高30万元的金鸚鵡设计大奖。

接下来,入围的设计作品将进入“全球创意作品市场化竞赛”环节,由选题企业、运营导师等共同参与,将设计作品转化为产品,进入指定平台销售,综合市场化表现对设计作品进行评定。



华交会落幕

义乌展团展现新活力

全媒体记者 杨歌 文/摄

本报讯 7月12日-15日,第31届中国华东进出口商品交易会(以下简称“华交会”)在上海新国际博览中心举办。据统计,本届华交会吸引了来自119个国家和地区的采购商,到会的境内外客商超过3.5万人,累计进馆5.1万人次,成交额达21.8亿美元。

30年来,华交会坚持立足华东、辐射全国、面向世界的办展目标,坚持专业化和精细化的办展方向,坚持进出口贸易并举的办展方式,成为我国规模最大、客商最多、辐射面最广、成交额最高的区域性国际经贸盛会之一,也是国际市场的晴雨表和我过进出口走势的风向标。

本届华交会以“华章新启,精采而至”为主题,展示面积达10.52万平方米,使用9个展馆,设有服装服饰展、纺织面料

展、家庭用品展、装饰礼品展4大专业主题展,以及境外展区和跨境电商展区2大专业展区。一大批拥有新技术、新材料、新工艺、新款式的特色产品集中亮相,借助华交会平台勇拓新商机,助力实现外贸高质量发展。

本届华交会上,义乌分团共有56家企业参展,获得展位91个,其中26家企业为首次参展,多家企业进行新品展示。浙江珂莉科技有限公司专注于片状洗涤用品的研发和生产。这也是他们首次携带片状洗涤用品在展会上亮相,吸引了众多采购商。公司有关负责人林新福说,“展会期间,我们一共接待了62批次的客人,其中一半以上都是来自日本的客商,还有部分客商来自欧美国家,他们对我们的产品很感兴趣,明确表示了采购意向。可以说,本次展会效果远远超过我们的预期。”

全媒体记者 杨歌

日前,“杭州市民买14帖中药花费近千元”“浙江一药农卖元胡10分钟赚52万元”“中药材价格淡季不降反涨”等微博话题频频登上热搜,引发广大网友关注。今年以来,中药材价格持续上涨,而且多味中药材打破价格天花板,达到历史最高。义乌市场情况如何?近日,记者来到副食品市场一探究竟。

在副食品市场一楼六街,浓郁的药材味道扑鼻而来。这里既有虫草、鹿茸、灵芝等精贵药材,也有当归、八角及各类煲汤常用药材。环顾一周,记者发现大部

分经营户都处于休闲状态,前来采购的市民寥寥无几。

经营户黄权对记者说,端午节过后,药材市场本来就进入了淡季,“药材大幅涨价后,大家购买意愿明显减弱,生意没有往年好做了。”今年药材价格究竟涨得有多“离谱”?黄权举了不少例子。“当归、党参正常价格在35~40元每斤,现在已经涨到了100~110元每斤。西洋参的涨幅在10~20%,铁皮枫斗的涨幅也在20%左右。”

另一边,经营户骆庆丰也在密切关注中药材价格。骆庆丰指着手机上的数据对记者说,“现在各种中药材的价格都涨