

市场经纬



经营户展示高配版的“暖腿神器”

御寒用品焕新容
线上线下齐发力

冬季悄然而至,记者走进国际商贸城四区,围巾、手套等冬季用品已陈列在货架上,羊毛、羊绒、羽绒等多种材质的产品稳占“C位”。

在依德行纺织品有限公司店铺中,经营户龚玲玲这头刚回复完线上客户的消息,转头又忙着为客户拍照展示最新款产品。龚玲玲表示,10月份天气转凉,国内订单量有所增长,其中以电商平台居多。安可拉红风格、美拉德风格、豹纹图案等款式颇受欢迎,而今年的“爆款”当属国风款的披肩,它将传统的刺绣、流苏元素与现代的简约清新完美融合,展现出古典雅致的气质。“这款披肩是今年的新款,目前在线上平台的销量已超15万条。”龚玲玲说。

走进中国义乌山茂服饰有限公司店铺,五彩斑斓的“手套墙”映入眼帘,骑行手套、滑雪手套等款式琳琅满目。据经营户岑鸥娜介绍,8月初店铺内的产品就“更新换代”,下架防晒衣、防晒口罩、防晒伞等夏季产品,上架冬季用品,提早进入“御寒状态”。

“刚上架第二天,就有客户过来下单了。前两天有位东北老客一单就订购了20多万双手套。”岑鸥娜表示,该店铺的客户群体85%为国内客户,北方客户居多,采购时间也相对早一些。为了让客户有更多元的选择,该店铺上新了4000余款手

套,一方面对样式进行更新,加入了三丽鸥、蛋仔派对、小马宝莉等IP形象的最新图案;另一方面对款式进行升级,在指腹处添加可触屏材质,消费者佩戴手套也能轻松操作电子设备。

**保暖产品迎热销
新老款式齐上阵**

在义乌市洪英电器有限公司店铺内,工作人员正忙着给客户介绍新款保暖产品。“今年的冷空气来得稍晚一些。”经营户骆洪英告诉记者,以往9月份便开启了保暖产品的销售旺季,而今年由于天气多变,大部分客户转变策略,不再提前备货,视天气情况临时进货。

据骆洪英介绍,东北、河北等北方地区的冷空气来得比南方早,持续周期长,因此部分北方客户早在6月份便开始陆续下单,工厂在9月份之前就要将货运出。“这两天全国范围内天气降温明显,保暖产品的销量也明显提升了。”骆洪英表示,11月初开始,电热毯的销量比平时上涨60%,暖水袋、暖宝宝等便携式保暖产品的订单也开始出现增长态势,这种情况将持续至12月底。

除了常见的保暖产品,该店铺上新了一款高配版“暖腿神器”,在设计上充分考虑了人体工学原理,采用贴合腿部曲线的剪裁,紧密包裹住小腿和脚踝部分。此外,产品将原本的粘贴设计更新为卡扣式固

全媒体记者 何彦婕/文 王泽杰/摄

日前,全国各地普遍迎来立冬后的第一次寒潮降温,一股强冷空气自西向东影响我国大部地区,带来大风降温及雨雪天气。中东部大部地区气温普遍下降6℃至10℃,东北地区的部分城市降幅可达14℃以上。

随着气温持续走低,寒意渐增,从薄衣到棉服、冷饮到热饮,人们的换季消费趋势明显,推动义乌市场“暖经济”迅速升温。据义乌购数据显示,相较于8月15日至9月30日,10月1日至11月18日的棉服订单量增长335%,交易额增长532%;棉鞋订单量增长209%,交易额增长163%;围巾订单量增长416%,交易额增长173%。

室外天气寒意加深,而义乌市场却暖意浓浓。近日,记者走访义乌国际商贸城、义乌家电市场等地,探索“世界超市”冬令经济向暖的逆向生意经。

天气越“冷” 生意越“热”

气温骤降带暖“冬令经济”

定,同时引入了智能化开关与触屏操控,大幅提升了产品的便捷性和科技感。“这款产品很适合宅家或者办公时使用,现在已经有很多客户咨询下单。”骆洪英说。

另一边,在晓航电器有限公司店铺内,来自阿尔及利亚的外商Brahim正在挑选充电暖手宝。“1至3月份是我们国家最冷的时期,我提早过来挑选是否有合适的保暖产品。”Brahim表示,充电暖手宝可以在外出的时候随身携带,十分方便,便一口气下单了1000多个。

**取暖家电初上新
小型大型齐登场**

“这款取暖踢脚线的效果很好,有两档风力,而且可以移动,安全性较高,在家里用起来比较方便。”在我市一京东家店铺内,店员正在向市民郭玉玲推荐新款取暖家电产品。郭玉玲表示,自家孩子比较怕冷,以往天气一冷家里就开启了暖空调,空气便会很干燥,于是她想找一款既舒适,保暖效果又好的取暖产品。

店主丁勇告诉记者,近日气温下降得比较快,上周日刚刚上架取暖产品,当天就有顾客前来购买。“这几天,电热油汀、暖风机、小太阳等产品会陆续上新。”丁勇表示,今年的秋天比较长,11月下旬后取暖家电销量会逐渐上涨。

据了解,根据取暖效用不同,市面上的取暖产品分类为全屋供暖和局部供暖两大类,其中全屋供暖有暖气、地暖、壁挂炉、暖通空调等取暖产品,局部供暖则主要是小太阳、电热油汀、踢脚线取暖器等取暖小家电,现在的销售整体状况仍以局部供暖产品为主。

此外,记者走进义乌家电市场发现,空调、取暖器、暖风机等传统取暖设备均已上架,并且各商家结合全市的以旧换新消费补贴活动配套推出优惠促销活动,进一步挖掘消费需求。

除了价格和功率,质量是顾客在购买取暖产品时的重要考量。相关人士提



琳琅满目的“手套墙”



外商正在挑选暖手宝

在不同的季节走进义乌国际商贸城,总会让人眼前一亮。在炎热的夏季,市场内防晒用品、水上用品、清凉用品等一应俱全。在寒冷的冬季,市场内早就上架了冬帽、围巾、暖手宝等保暖产品,走入店铺便如同置身于温室中,让人感到一阵暖意。

面对不同的季节,商家们总会根据实际情况灵活调整商品结构,加强市场预测和分析能力,并拓展销售渠道,以此适应市场需求变化,让四季生意都有得做。

记者手记

看义乌市场的「季节窗口」

我市荣获2024会展
公共服务创新奖

全媒体记者 吴峰宇
实习生 马婷婷

本报讯 近日,由中国会展经济研究会主办的2024中国会展产业生态发展大会在南京成功举办。会上正式公布了2024年度中国会展创新案例,义乌市凭借“一类事”展会改革案例荣获“2024年度中国会展创新案例——会展公共服务模式创新”奖。

据悉,义乌市针对企业举办展会时面临的审批备案时间长、步骤复杂、服务保障不完善等痛点问题,主动作为,开发了浙江省首个展会领域省级数字化应用平台——“浙里展馆”。通过打造数字平台、强化服务体系、推进政策改革等多项举措,义乌市不断丰富为企服务场景,进一步拓展涉企服务的

广度和深度,完善涉企问题的高效闭环解决机制。

近年来,义乌市围绕“展前、展中、展后”全流程,开展会展“一类事”改革,集成各部门的便利化、增值化服务,为会展机构和广大展商打造最优的办展、参展、采购环境,进一步提升会展综合竞争力。

数据显示,今年1至10月,义乌市成功举办义博会、文旅博会、电商博览会等经贸性展览47个,同比增长17.5%;展览面积达96.67万平方米,同比增长16.2%;吸引境内外专业采购商147万人次,同比增长10.9%。展会平台不仅提供了新展品、新技术、新方案的集中展示机会,还促进了产业链上下游企业的面对面交流、洽谈、交易与合作,实现了产业资源的优化配置和高效整合。

义乌启运港退税政策实现扩面

全媒体记者 何彦婕

本报讯 近日,财政部、海关总署、税务总局联合印发《关于扩大启运港退税政策实施范围的通知》,明确我市启运港退税政策实现扩面,自今年12月1日起,除原有的新疆霍尔果斯、阿拉山口和宁波舟山港三个离境港外,还将增加内蒙古二连浩特和满洲里两个口岸作为对离境离港。

政策扩面后,符合条件的出口企业集装箱货物,从义乌国际陆港、金华华东联运港启运港启运报关出口,由国铁集团及下属公司承运,通过铁路转运运输直达上述五个离境离港离境,出口退税从清关离境后提前到境内启运港启运即可办理,可有效推动营商环境优化提升。

2023年9月,全国第二家陆路启运港退税政策试点正式落地金华、义乌。我市第一时间建立工作机制,构建“数据直达、服务直享、政策直通”的启运港退税模式,深化全方位联动,全覆盖宣传、全过程服务,切实为中小微企业运转赋能增效。一年来,义乌企业通过义乌、金华海关以一般贸易方式报关出口的陆路启运港出口货物达49773万元,可实现退税5823万元。

此次扩面新增的内蒙古二连浩特、满洲里口岸,与俄罗斯、白俄罗斯等东欧国家直接相连,有利于进一步深化我市与俄罗斯等地的经贸合作。未来,预计政策覆盖出口业务将显著提升,助力更多企业降本增效,提高我市国际陆港竞争能力,推动我市外向型经济高质量发展。

义乌跨境电商全球资源生态大会举行

全媒体记者 陈聪

本报讯 11月15日,由义乌自贸区管委会、义乌市市场发展委员会、商城集团主办的“2024义跨境·通全球”——义乌跨境电商全球资源生态大会举行。

据悉,大会吸引了亚马逊、速卖通、SHEIN、Coupang、Shopee、Lazada等6家电商平台,以及来自义乌及周边城市的200多位跨境电商企业代表,共同探索跨境电商迎来的机遇与挑战,旨在发挥义乌产业链及市场环境的优势,推动义乌跨境电商产业的融合发展,以高质量招商赋能高质量发展。

大会伊始,商城集团相关负责人带来“跨境新时代,行业新浪潮——行业变局下的义乌优品产业升级”的主题分享,为与会人员就如何通过产品优化升级来拥抱跨境电商新渠道提供了思路。时值义乌跨境电商产业园区开园前期,以此次大会为契机,商城集团就跨境电

商产业园做进一步推介。据了解,跨境电商产业园是义乌自贸区管委会为跨境电商产业打造的重点平台之一,位于义乌市城西核心地块。自2021年底开建以来,义乌自贸区管委会紧锣密鼓开展招商工作,目前已有10余家电商头部企业相继落位,为产业集聚发展打下了良好的基础。

此外,大会还邀请了6位知名电商平台的相关负责人分享其平台规则及成功经验,让与会人员充分了解不同国际市场的机遇与挑战,旨在发挥义乌产业链及市场环境的优势,推动义乌跨境电商产业的融合发展,以高质量招商赋能高质量发展。

义乌是全球跨境电商的重要聚集地,此次大会整合了多家跨境电商平台、行业优秀商家和服务商资源,促进跨境电商与义乌市场深度融合,打造义乌跨境电商高质量发展新高地。未来,“义跨境·通全球”系列活动将持续开展,深度整合政府、企业、协会、平台及服务商资源,助力义乌商品跨出国门、迈向全球。

“义乌指数”周报评

15大类价格指数4涨

全媒体记者 吴峰宇

据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为101.29点,环比下跌0.82点,出口交易价格指数、场内订单交易价格指数环比分别上涨0.44点、0.28点。网上交易价格指数、场内直接交易价格指数环比分别下跌1.84点、0.91点。

上周五及电料类周价格指数环比上涨16.19点。近期家居装修市场持续火热,建筑装饰五金类产品需求扩张,闸刀、插座、插线板、绝缘胶布等电工类产品订单增多。

“双11”采购热潮仍在继续,消费者购买力释放,小家电类周价格指数环比上涨1.55点。天气转凉,蒸汽挂烫机、电热水壶、踢脚线取暖器等日用小家电受周边采购商青睐,询价下单行为增多。此外,电动剃须刀、电动

牙刷、面部按摩器等个人护理小家电销量也有所增加。

圣诞节临近,场内圣诞用品有少量补货订单,带动圣诞树、圣诞挂件等商品销量稳中有升。首饰类、服装服饰类、鞋类由于前期备货较为充足,订单量增速有所放缓,上周周价格指数下跌。临近年底,日用品类、工艺品类产品旺季需求或将提振,相关品类市场复苏可期。

15大类价格指数4涨11跌,五金及电料类、首饰类、休闲娱乐用品类、玩具类4个大类出现上涨,最大涨幅为16.19点;文化办公用品类、箱包类、护理及美容用品类、钟表眼镜类、辅料和包装类、针纺织品类、日用品类、鞋类、电子电器类、工艺品类、服装服饰类11个大类出现下跌,最大跌幅为4.95点。在97个二级类别中,上涨比例为28%,下跌比例为32%,持平比例为40%。

篁园服装市场
购销两旺

冬意渐浓,在篁园服装市场三楼,每家店铺前都簇拥着三五成群的顾客,在精心挑选着各式服装。“开店才两个小时,我们已经迎来了四五十位顾客。”一位经营户介绍说。当前正值冬装进货的高峰期,尽管普通消费者仍对秋装情有独钟,但随着气温的进一步下滑,冬装销量将迎来显著增长。

全媒体记者 陈秋池 摄



创意毛绒玩具“火”出圈

全媒体记者 陈聪/文 陈秋池/摄

“这是您点的草莓蛋糕,帮您打包好了!”最近,一种充满创意性与互动性的玩具购买方式在国内风靡起来。所谓的“草莓蛋糕”,其实是以其为原型设计的毛绒玩具。这类毛绒玩具打破传统造型,可谓花样百出,它可以是蔬菜,也可以是美食,还可以是动物。

日前,记者在义乌国际商贸城一区东扩市场便找到了这样一家因创意毛绒玩具而火遍社交媒体的商户。记者走进蜜蜜Mimi饰品百货直播基地,店铺正中间的展台上摆放着琳琅满目的创意毛绒玩具,涵盖近60个款式。“这些毛绒玩具都是9月份上新的,销量都很不错。”据经营户林璐介绍,像茄子、奶茶、企鹅等造型的毛绒玩具,每天放在展台上的样品很快就会售罄,不停补货。“有一款西高地犬造型的毛绒玩具已经卖断货了,至少要等一个星期才能出货,即便这样也有很多顾客愿意等。”林璐提到,对很多顾客而言,不仅仅是买到了一个玩具,

更像是交到了一位“朋友”,不断给他们带去情绪价值。毛绒玩具的更新频率很高,每隔3至5天,店里就会上架新款,不断给顾客带去新鲜感。

胖嘟嘟的茄子、手臂长的奶茶、丑萌的企鹅……这些毛绒玩具不仅手感柔软有弹性,上面绘制表情也是十分可爱,让许多顾客都爱不释手。据林璐介绍,店里的毛绒玩具在布料、填充物和工艺等细节上各有不同,且性价比比较高,得到了许多顾客的青睐。“今天有几位从新疆赶来进货的客户,每个款式都拿了一样,后续视销售情况再来补货。”林璐说道。

前不久,在上海2024中国玩具展上,义乌设计师何佳雯带着她的“下午茶”产品火出了圈。近日,记者来到她的店铺中,只见店员们正忙着给顾客配货、发货,一片忙碌景象。“像草莓蛋糕、提拉米苏、美式咖啡这类的‘下午茶’毛绒玩具,都是近期的热销品,不仅造型美观可爱,还兼具了实用性,能用作包挂、发夹、发箍等等。”据何佳雯介绍,现在店里的产品大多

出自她的设计,且每周都在大批量、高频次更新,让顾客每次看样品都能眼前一亮。“我们过去以内销为主,这次因为‘下午茶’系列产品成功接到了不少海外

的订单。在汲取‘下午茶’系列产品的成功经验后,我们也开始策划下一个系列了,让创意毛绒玩意不断玩出新花样。”何佳雯说道。



奶茶造型的毛绒玩具软萌可爱