

市场经纬



数据来源:义乌中国小商品城海外投资发展有限公司

全媒体记者 吴峰宇 何彦婕 实习生 吴思培 文/摄

烙印——是品牌(Brand)最早的含义,品牌的核心作用是降低消费者的选择成本。而品牌的意义,远比我们想象的重要。2023年9月,义乌正式启动“义乌中国小商品城”品牌出海计划,通过海外分市场、海外仓、海外展厅、海外站和海外展五大模式,致力于打造全球布局、国际知名的“义乌中国小商品城”品牌体系。令人欣喜的是,在一年多的时间里,义乌不断加快品牌出海的步伐,在欧洲、非洲、中东、南美、北美、中亚留下了义乌品牌的足迹。值得一提的是,今年1月10日,Yiwu Selection品牌出海集合店首店在义乌国际商贸城二区开业。集合店精选了23个行业的优质商品,首日订单签约1.2亿元。短短数月,Yiwu Selection便展现出惊人的扩张力,已成功签约落户肯尼亚、南非、智利、沙特、意大利、巴布亚新几内亚等多个国家,完成从0到1,再从1到10的跨越式发展,成为“义乌好货”走向世界的强力助推器。

破局 从“产品出海”转向“品牌出海”

2001年,中国正式加入世界贸易组织,为义乌市场打开了通向全球的大门。面对络绎不绝的外商,广大市场经营户主动求变,白天做生意、晚上学外语,做起了国际贸易,小商品漂洋过海销往五大洲,“拨浪鼓”敲响全世界。彼时,大家对品牌还处于摸索阶段,走的大多是低价路线,品牌力的缺失,使得产品虽然走入各国消费者的生活,却没有占领中高端消费市场,且经常容易受到竞争环境以及其他外部因素的影响。近年来,义乌积极深入实施商标品牌战略,全方位优化品牌环境,市场经营户的品牌意识显著提升,纷纷开启在国外注册品牌商标的进程。此前,多年品牌代工的深厚积累,为义乌培育出一批具备自主品牌运营实力的企业,促使义乌实现从“产品出海”到“品牌出海”的跨越。“我们以前承接外贸订单,靠的是OEM代工模式,优点是风险小、收入稳定,缺点是代工贴牌销量再好、品质再好也是在给国外品牌打工。”在义乌市场做了几十年生意的浙江星宝企业有限公司董事长张吉英一语道出品牌建设的重要性。她举例,同样的一款晴雨伞,贴牌出厂价15块钱,贴上自主品牌后海外售价变30块钱,甚至达到100块钱。于是乎,OEM代工模式做得不错的张吉英,有了做自己雨伞品牌的想法。2010年,通过多年

积累的国际“朋友圈”,她很快联系上了法国巴黎的一个设计团队,与他们达成了海外宣传形象和品牌设计合作。紧接着,RST品牌应运而生。RST,这句英文缩写展开来叫“Real Star”,翻译成中文是“真正的明星”。经过多年的沉淀发展,RST目前畅销于全球五大洲百余个国家,有3000余个款式,并在100多个国家和地区注册了品牌商标,每年申请的图形专利有100多个,筑起了品牌护城河。在义乌,像张吉英一样做自有品牌的商户,还有从事五金工具的陈燕贞。2002年,陈燕贞与丈夫投身五金行业,从卖螺丝刀起步。随着市场发展,产品同质化竞争愈发激烈,客户流失问题随之而来——不少客户越过她这个“中间商”,直接联系生产商。为提升产品附加值,2005年陈燕贞注册自有品牌FINDER,并自建供应链和工厂。凭借统一logo与形象包装,店铺产品焕然一新,成功吸引众多客商关注。如今,陈燕贞已注册超10个商标,且在全球170多个国家和地区完成品牌注册。一把小雨伞,一个螺丝刀,正是义乌从“产品出海”到“品牌出海”的一个缩影。从贩卖商品到自产自销,从贴牌生产到自有品牌,折射出“义乌制造”向“义乌品牌”转型升级的步伐。从生产爆款到制造爆款,承接全球订单的义乌不再只是靠低价、靠“卷”价格取胜,而是向价值链中高端的设计、创牌攀升。

品牌出海打出“组合拳” “义乌好货”集群出击加速全球化布局

拓展 品牌集合店多点布局全球开花

“不出海,就出局。”从2023年开始,这句话就在整个义乌市场里不断回荡,终成共识。多年来,“出海”不再是星宝企业、凯瑞包装、丽挺衣架、鼎信织带等头部企业的“孤勇者”行为,而是从当初的一个可选项,发展到如今大家心中的必选项。其实,面对品牌出海,义乌市场商户有的是主动为之,加速全球业务布局;有的是被动选择,跟着客户到海外做配套;更多的是商户创牌意识的觉醒。在此背景下,2024年,义乌市品牌发展促进会应运而生,肩负着推动义乌品牌走向世界、提升国际话语权的重大使命。2025年,在商城集团的指导与支持下,由义乌市品牌发展促进会联合义乌各行业头部品牌共同打造的出海项目——Yiwu Selection品牌出海集合店正式亮相。今年1月10日,Yiwu Selection品牌出海集合店1号店于国际商贸城二区市场5楼开业。此后,拓展步伐加速:1月18日,全球2号店落户肯尼亚;2月19日,全球3号店落户意大利;3月3日,全球5号、6号店分别落户巴布亚新几内亚、沙特;3月6日,全球7号店落户智利;3月11日,全球8号店落户南非。紧接着,全球9号店即将落户墨西哥,10号店也提上了日程……

“我们计划用2年时间,将集合店规模扩大到200家以上。”Yiwu Selection品牌出海集合店欧洲首店合作方——意大利EMI集团董事长王剑接受记者采访时表示,义乌市场拥有7.5万个摊位,210万个单品,如果单靠人力去找产品,不仅要付出大量的时间,还有更高的成本,而品牌出海集合店则是精选了市场优质品牌,可为公司提供高效、便捷的一站式采购体验,降低采购成本,同时确保商品品质和供货稳定性。义乌优质商品以统一鲜明的“义乌品牌”形象面向全球消费者,更易于形成强大合力。义乌市品牌发展促进会会长何犁红表示,Yiwu Selection品牌出海集合店开创了义乌品牌抱团出海新模式。相比单个品牌独自闯荡,集合店能整合多个行业优势,形成规模效应,提升议价能力。同时,企业入驻集合店有较高门槛,需满足三大条件:在国外完成品牌注册,拥有合法海外品牌身份;具备自主研发能力,保证产品独特性与创新性;企业有强烈出海意愿,愿与协会携手开拓全球市场。“我们的愿景是,品牌出海集合店开到全球各地。”何犁红说,自1月10日,Yiwu Selection品牌出海集合店1号店开业以来,已入驻企业品牌达到188个。义乌中国小商品城海外投资发展有限公司相关负责人认为,义乌企业品牌出海可遵循“三定”策略。先精准定位,梳理自身优势、特色,结合市场环境,与目标受众,找准品牌定位,明确“我是谁”。接着是定价,兼顾成本、市场需求、竞品价格,确定保障利润又符合消费者预期的价格体系。最后是定义品牌,综合考虑传播渠道、营销策略、产品创新等,向全球传递独特品牌价值,塑造鲜明形象,以此在国际市场站稳脚跟。当然,品牌出海之路并非坦途,也面临诸多问题。为此,义乌拟组建出海服务联盟,通过政府引导、资源整合让优质机构“抱团”服务,构建覆盖市场调研、品牌孵化、跨境电商运营、国际物流清关、海外仓储配送、金融结算、知识产权保护、跨境合规咨询等全链条的出海服务生态体系,共同为义乌企业出海提供全面、可靠和优质的服务。

Brand Going Global 品牌出海大事记 2023-2025. Timeline showing milestones from 2023 to 2025, including store openings in various countries like Kenya, Italy, and South Africa.

护航 国际商标注册助力企业品牌出海

义乌市震业办公用品商行(以下简称:震业商行)位于义乌国际商贸城三区的店铺内,负责人周作正向记者介绍新添射孔器。作为一家成立于2013年的外贸企业,目前店内产品出口占比已达50%,主要销往中东、东南亚、南美等地区。“越来越多的外商一进店就会询问产品是否有品牌。”周作正告诉记者,在外商眼中,没有品牌背书的产品往往被归入中低端行列。这一现象让他深刻认识到品牌建设的重要性,也促使他下定决心打造企业自主品牌。事实上,“震业商行”早已在国内注册了“Bright Office”商标,但在拓展国际市场时却遇到了瓶颈。“注册申请国际商标程序复杂,成本高,这对我们中小企业来说是个不小的挑战。”周作正坦言。转机出现在2018年。这一年,义乌成为全国最早获批开展马德里商标国际注册业务的国家知识产权局商标业务窗口之一,实现了知识产权快速授权、快速维权、商标变更、转让、续展、许可备案等多项国家级、省级知识产权服务资源的集聚,为当地企业提供了全方位知识产权保护。

“在了解到马德里商标国际注册的便利性后,我便组建专业团队,系统性地准备申请材料。”周作正告诉记者,今年2月,该企业便完成了50多个国家的商标注册申请。“马德里体系真正实现了‘一站式’国际商标注册,企业只需提交一份申请,缴纳一组费用,就能在多个成员国同步获得商标保护,这让我们中小企业‘走出去’的门槛大幅降低。”周作表示,这种高效便捷的国际商标注册方式,为企业在全球市场布局提供了有力支撑。据统计,自马德里商标国际注册业务开展以来,义乌市知识产权局维权服务中心受理马德里商标国际注册申请95件,平均每件申请指定18个马德里缔约方国家或地区。目前义乌市通过马德里商标国际注册窗口注册的国际商标数,位列国家知识产权局各试点窗口首位。近年来,随着义乌企业品牌意识的觉醒和国际市场竞争的加剧,通过马德里体系注册国际商标已成为义乌企业开拓海外市场的利器。通过这一国际商标注册体系,义乌企业实现了从“贴牌代工”到“自主品牌”的华丽转身,为“义乌制造”走向世界铺就了一条品牌化发展之路。



品牌集合店签约授牌现场。



品牌集合店首店开业盛况。

短评: 品牌出海机遇与挑战并存

2023年,义乌涌起出海潮,众多本土品牌向国际市场迈进,涉及日用百货、五金工具等多领域,“不出海,就出局”呼声渐高。出海对品牌意义重大,既能开拓新市场、获国际认可,实现身份转化,寻找新增长点,减轻对单一市场依赖,还能利用全球资源,提升竞争力与创新力。但随着义乌企业大规模进军海外,中国式思维与海外市场

碰撞频发。原本在义乌奏效的模式、文化及管理方式常“水土不服”。此时,市委、市政府主动作为,发挥资源整合与政策引导优势,组织国际商贸交流活动,为企业牵线海外伙伴,拓展销售渠道;开展针对性培训,提供海外法规、文化、营销等指导。有效规避企业出海面临的市场认知不足、文化冲突等风险,为义乌品牌成功出海助力。

义乌框画展和工艺品展 意向成交额超3亿元

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 3月25日,从义乌市市场发展委获悉,为期三天的第24届中国框画与装饰画展览会暨影楼后期产业博览会、2025义乌家居装饰工艺品展览会于22日闭幕,累计实现意向成交额3亿元。据悉,两展会展览面积超2.7万平方米,设国际标准展位1400个,吸引全国产业带企业502家参展,累计吸引采购商超3万人次。其中,第24届框画展举办了人工

智能助力跨境出海主题论坛、AI+行业创新论坛等,邀请专家与龙头企业分享实战案例,推动技术与产业深度融合。记者了解到,今年义乌拟举办56场展会,这意味着每周平均至少有一场展会。“今年我们将继续引导行业协会办展,引进国内外知名展览机构和国家级行业协会,借助广交会、进博会等国内大展进行引流,推动展览业向国际化、专业化、品牌化方向发展。”义乌市市场发展委相关负责人说。

2025义乌发博会昨开幕

全媒体记者 吴峰宇 实习生 吴思培

本报讯 3月25日,2025中国义乌国际时尚发制品及美发用品博览会在义乌国际博览中心开幕,展期共3天。在许昌非凡发制品有限公司的展位,各式各样的假发制品琳琅满目,从轻盈的空气刘海发片到自然逼真的全手织假发套,吸引不少采购商前来试戴、挑选。“本次参展,我们诚意满满,带来了全新打造的‘潮发新势力’品牌系列产品。”负责

人荣梦阳告诉记者,作为参展多年的“老店铺”,公司始终紧跟潮流步伐,不断推陈出新,这次带来了超200款新品,充分满足了消费者对个性化、时尚化发制品的需求。据悉,本届展会吸引了全国400余家优质企业参展,展出面积超15000平方米,汇集了许昌、郑州、太和、青岛、义乌等全国主要发制品产业带,为国内发制品行业构建了一个从人发原料、假发产品、美发工具、门店配套、品牌定制到跨境出口的全产业展示平台。

第八届“商城杯”大赛 全国高校宣讲启动

全媒体记者 吴峰宇 实习生 吴思培

本报讯 近日,第八届“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”)高校宣讲活动在四川、上海、浙江三地联动启幕。宣讲现场,来自业界的选题导师团立足义乌市场特色,聚焦消费市场前沿趋势,围绕消费者体验、环保包装革新、品牌形象塑造三大核心板块展开深度解析,用丰富的行

业经验和详实的案例帮助学生迅速把握要点。互动环节中,高校学子们就设计软件技术瓶颈、创意同质化破局等热点问题与导师展开激烈探讨。据介绍,自2018年首届举办以来,“商城杯”创意设计大赛持续深化与国内外知名设计院校的合作,有效推动了义乌创新设计产业的发展和市场的升级。截至本届赛事启动前,已成功举办七届,吸引了来自全国的设计师积极参与,参赛高校超过500所,累计参赛设计师超过40000名,征集到的创意设计作品超过30000件。