

■ 市场经纬

“清凉经济”不清凉 供需两旺提前升温

□ 全媒体记者 陈聪 陈秋池 文/摄

夏天还没到,义乌市场的“清凉经济”却提前“热”了起来。一些清凉用品还“玩”出了新花样,成为消费者的“宠儿”。从备受孩子欢迎的水枪玩具,到消暑降温的手持风扇,再到时尚清凉的防晒用品,眼下,市场经营户们备货出货忙不停,为夏日来临做足准备。



经营户展示新款电动水枪。



经营户向客户介绍热销防晒口罩。

3 防晒用品购销两旺

“师傅,北下朱的货在左侧,麻烦您核对下订单再取。”“五爱的货在我这儿呢,您仔细瞧瞧单子,可千万别拿混咯。”4月11日下午,在国际商贸城四区一楼,经营户刘女士忙得不可开交。店里刚打包好的几大包防晒口罩,不一会儿就被快递员取走,送往各个电商公司。与此同时,刘女士的手机微信提示音不断响起,全是客户发来的询价消息。随着气温逐渐攀升,防晒用品的需求愈发旺盛。

“自年后复工,工厂就一直处于满负荷生产状态,订单都排到5月份了,日产量能达到3万只。”据经营户陈嘉介绍,今年防晒口罩的销量较往年同期增长了约30%,其中内销占比高达94%。“目前店里卖得最火的是防晒透气护眼角口罩和无痕一片式防晒口罩。”陈嘉一边说着,一边拿出两款产品进行展示。防晒透气护眼角口罩堪称店里的“明星产品”,年后已售出20余万只。它采用网布拼接设计,佩戴起来更加透气舒适,大版型能适应多种脸型,还将口罩上方延伸至眼角处,防晒范围更大。

不远处,荣晖(义乌)针织



防晒口罩造型丰富,功能多样。

有限公司的店铺里,不时有外商拿着样品前来询价。“布料有锦纶、涤纶、蚕丝,制作工艺分单面和双面。”经营户董薇热情地接待着客人,“帽檐可拆卸式防晒口罩是3月底出的爆款,当时,3万只现货一晚上就被抢购一空,工厂出货的速度根本赶不上客户下单的速度。”据介绍,这款口罩适用于室内外多种场景,深受年轻人喜爱,不仅具备实用的防晒功能,还融入了时尚元素,紧跟潮流趋势。

“今年的热销节点比往年提前了近1个月。”董薇补充道,近年来,随着人们防晒意识的不断增强,防晒产品的销量逐年攀升。如今,防晒产品已不再局限于单一品类,而是朝着多样化、个性化的方向发展,以满足不同消费者的需求。



各式手持风扇摆满了货架,款式超千种。

1 水枪玩具备受追捧

谈起当下炙手可热的清凉玩具,水枪定然占据一席之地。“最近‘两头忙’,一边忙着处理中东市场的外贸订单,一边又在不断上架新品,为内销旺季做准备。”经营户周桂蕊一来到商铺,就忙碌地整理货架上的各式水枪玩具。她说,去年年底起许多国外客户就已经开始预订水枪玩具,年后我们一直在马不停蹄地出货,高峰期日均出货量近6000件(个)。随着气温逐渐升高,国内市场需求也日益旺盛,从4月中旬开始,内销订单大幅增长。周桂蕊翻看着手中的订单介绍着:“这是来自芜湖的客户,一口气挑选了10多种款式,总量超3万多支。这是来自北海的客户,这是宁波的……”

内需外贸双旺,不仅推动了市场销量的上升,也促使义乌商户们在设计上不断创新。周桂蕊拿起一款“超级狙击炮”加压水枪介绍说:“这款超大号水枪是我们最新上架的产品,路过的小朋友都要多看两眼。这样一把70厘米长的水枪,射程达6至10米,蓄水量有3升多,让大人孩子一次玩个够。”

在经营户方维梅的商铺,1000多种水枪款式琳琅满目,其中电动水枪最为畅销。“这款电动喷水枪是我们店的‘爆款’,枪头加入了灯光模拟喷火效果,顶部还安装了望远镜,功能比普通水枪丰富得多,前两天刚有欧洲客户回购了。”方维梅说,为了延续热销势头,她正准备尝试电商直播,吸引线上消费者,进一步拓宽销路。

2 手持风扇持续出新

多巴胺色彩、卡通动物造型、精致的配件设计……在国际商贸城一区的红燕子玩具店内,各式手持风扇琳琅满目。“老板,这款洞洞鞋造型的手持风扇好特别,怎么卖?”来自河北的采购商陈明刚走进店内,一眼就被展台上这款手持风扇所吸引,当即挑选了几件样品。

据经营户徐旭艳介绍,当前正是手持风扇的外贸销售旺季,东南亚、非洲市场的客户纷纷抛来订单,洽谈合作。同时,内销生意也渐入佳境,不少国内客户来到市场看款式、问价格。“今年我们在款式设计上融入了更多流行元素,比如熊猫、卡皮巴拉等卡通图案,杏色、棕色等流行色。”徐旭艳说,“一些别具创意的款式也在陆续上新,比如汉堡、洞洞鞋等

造型的风扇,都是近期的新品。”

走进经营户温子豪的店铺里,一阵“凉意”便扑面而来:各式各样的手持风扇满满当当,款式超千种且还在不断增加中。随着市场需求日渐旺盛,经营户不断推陈出新,以满足消费者的不同喜好与需要:在风扇尾部加上一个钥匙扣,既方便携带,还能充当支架稳稳放在桌面上,解放双手;安装显示屏,以直观的数据显示电量和风速,相较于普通风扇,风速调节更加精细,多达100档可调;缩小风口,集中风力,能够轻松吹动400克左右的物体,让使用者感受到更为强劲的凉意……这些创新设计不仅丰富了手持风扇的功能,兼顾实用、便携与美观,更提升了用户体验,是抵抗高温的“清凉神器”。

春季健身潮“来袭” 体育用品备受追捧

□ 全媒体记者 何彦婕 文/摄

随着气温大范围持续升高,全民健身热情再度被“点燃”。记者近日走访市场发现,市民健身需求与市场体育用品销售热度持续攀升,户外用品销量也增长明显。业内人士指出,眼下正值春季健身潮,季节性消费叠加健康意识提升,带动健身行业进入年度销售旺季。

健身热持续升温

4月14日19时,夜幕降临,稠城街道一家健身工作室里,灯火通明,器械区传来铿锵有力的金属撞击声,健身爱好者们正挥汗如雨,举哑铃、骑单车、拉伸肌肉,一旁的教练耐心指导,纠正动作,确保每位学员都能安全高效地锻炼。

该店负责人胡会东告诉记者,每天17时至21时是店内人流高峰期,随着春季气温逐渐回暖,近期到店健身人数较冬季增长了约3倍。“为应对持续增长的健身需求,我们特别新增了高位下拉训练器、爬楼机等专业器械。”胡会东表示,这些新设备的引入不仅能够满足会员多样化的训练需求,更能显著提升锻炼效果和运动体验。

这样的场景同样出现在江东街道的一家健身中心内,跑步机上的身影汗流浹背,瑜伽垫上学员们专注地做着各种体式,据负责人李晨曦介绍,近期新会员注册量呈现明显上升趋势,各类健身课程预约更是供不应求。据统计,约90%的健身人员都将减脂塑形或增肌训练作为主要健身目标。“最近天气转暖,晚上在家闲着也是闲着,不如来运动锻炼。”家住附近的李昊告诉记者,他特意预约了晚上8点的私

教课程。“既能科学健身,又能充实业余时间,一举两得。”李昊说。

体育用品销售旺

随着健身热潮的持续升温,体育用品市场也迎来了销售高峰。在义乌国际商贸城三区,各类体育用品销售火爆,球类、健身器材、运动服饰等商品销量显著增长。

走进富爱乐体育用品店,一整面色彩缤纷的羽毛球拍展示墙映入眼帘。经营户盛妙亚一边整理货架一边介绍:“最近羽毛球拍销量同比增长了20%,现在下单都需要排队等货,现货至少要等一周,定制款则需要20天左右的制作周期。”盛妙亚表示,随着球拍热销,手胶、羽毛球等配套产品的销量也跟着水涨船高。

“今年马卡龙色系特别受欢迎。”盛妙亚拿起一支蓝粉色拼接的球拍向记者展示,“这款梦幻配色的球拍尤其受年轻女性喜爱,有客户一次性就订购了30箱同色系产品。”盛妙亚告诉记者,目前店铺销售额中内销占比达50%,每年3月至5月的春季健身潮和11月至次年2月的冬季运动季是销售高峰,此外七八月暑假期间也会迎来一波小高潮。

走进大成体育用品店,店内人头攒动,顾客们挑选着各类运动装备。经营户蒋小仙正向顾客方国庆介绍一款折叠式乒乓球桌。“现在全民健身这么火热,我们也不能掉队。”方国庆笑着告诉记者,家里人都喜欢打乒乓球,这次准备购置一套完整的乒乓球装备,包括球拍、球网,周末一家人切磋球技,既能锻炼身体又能增进感情。

据蒋小仙介绍,近期店内客流持续爆满,根本来不及接待。今年运动用品市场异常火爆,整体销售额同比增



经营户介绍各种重量的沙绑腿

长了20%,特别是羽毛球、乒乓球、篮球等热门品类,多种产品长期处于缺货的状态。

“以专业羽毛球装备为例,像尤尼克斯EB63羽毛球线,现在下单至少要等3个月才能到货。就连最基础的人门级球拍,每次进货也只能分到15支左右,远远不能满足市场需求。”蒋小仙表示,客户下单都需要排队等待,很多热销商品一上架就被抢购一空。

“现在正值销售旺季,我们的生产线和物流团队都在满负荷运转。”在身体力行体育用品店内,经营户陈建功一边查看订单系统一边介绍,该店专注于室内健身器材领域,主营臂力器、哑铃、拉力带等专业训练装备,95%的产品销往海外,主要面向东南亚、中东和南美等市场。据陈建功介绍,像沙绑腿、负重沙衣这类力量训练装备特别受男性健身爱好者青睐,日均出货量保持在100箱左右。而瑜伽系列产品,包括瑜伽垫、瑜伽球、泡沫轴等,销量较为稳定,日销量可达

30箱,持续受到女性消费者的喜爱。

户外装备增长快

除了健身器材外,运动服饰和户外装备也迎来了销售热潮。“我需要这款大容量的登山背包,请问还有其他颜色可选吗?”在一户户外休闲用品店铺,一位美国采购商正在挑选户外产品,经营户王萃欢热情地介绍着不同款式的功能特点。

“随着气温回升,户外运动装备的销量明显增长。”王萃欢向记者介绍,夏季户外产品特别注重功能性,消费者最关注的就是透气性、防晒性能和速干效果这三个核心卖点。他拿起一件防晒衣举例说明:“像这款UPF50+的防晒衣,采用特殊透气面料,既防晒又不会闷热,是我们店的热销款。”

王萃欢表示,随着盛夏临近,防晒类产品的市场需求将迎来新一轮爆发性增长,预计下个月速干衣、防晒衣等产品的销量将比现在再增长20%左右。

携手全球客商共绘数字贸易发展新篇章 全球数贸中心宣传口号“出炉”

□ 全媒体记者 陈聪

本报讯 4月14日,全球数贸中心宣传口号征集活动落下帷幕,共角逐出16个极富创意的口号。以此次活动为契机,全球数贸中心向全球客商抛出“橄榄枝”,携手共建以跨境电商等数字贸易为核心、引领全球小商品贸易新风尚的新一代市场综合体。

为了更好地宣传和推广全球数贸中心,商城集团此前在全国范围内发起口号征集活动,共收到3000余条极富创意的口号。经过激烈的投票与评审环节,“数贸领地,@未来!”“义·个中心,乌·限可能”“跨境无界,义乌有解”等口号位列前三,备受瞩目,充分彰显全球数贸中心的领先地位和未来潜力。

“领,代表着全球数贸中心在数字贸易领域的领头羊地位,@,代表着互联网,综合寓

意全球数贸中心将成为数字贸易的风向标。”作者王涛表示,希望通过这一口号,吸引全球目光,激发更多合作机遇,推动数字贸易繁荣发展。

当前,全球数贸中心的建设正如火如荼地进行中,工人们正紧锣密鼓进行各项施工作业。作为第六代市场核心标志项目,全球数贸中心精心规划了市场、商务写字楼、商业街区、公寓、数字大脑五大板块,着力打造时尚化、国际化、现代化、数字化、低碳化的全球贸易标杆地。

据悉,全球数贸中心将于今年10月正式开业,届时将举办一系列丰富多彩的开业活动,以网红地标、数贸展区、四大礼遇、对接采洽会、五洲美食、体验活动等吸引全球生产企业、贸易商、服务商、创业者的目光,让更多的义乌商品走向世界。

中国广告协会户外委 六届二次常委会在义乌召开

□ 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 4月11日至12日,中国广告协会户外广告工作委员会六届二次常委会在义乌举行。中国广告协会户外广告工作委员会、浙江省广告协会、商城集团及我市有关部门负责人,还有户外广告工作委员会常务理事单位代表、行业嘉宾等共70余人参会,共同探讨户外广告行业的发展现状、面临的挑战及未来趋势。

浙江中国小商品城集团股份有限公司副总经理龚腾昊致欢迎辞,介绍了义乌市场的资源优势以及承办方浙江义乌中国小商品城广告有限责任公司在媒体创新发展方面的举措,表达了与广告同行加强沟通合作、共享商机的期望。中国广告协会户外广告工作委员会主任

郭力群回顾总结过往工作,部署了2025年工作计划,鼓励成员单位在困境中寻找转机,表示协会将围绕会员面临的难题开展工作。

在会议专题研讨环节,与会代表围绕“户外广告如何走出困境,更好适应环境发展”深入交流、各抒己见。浙江中国小商品城集团股份有限公司副总经理朱幸平介绍了与广告行业的合作前景,探索“贸易+广告”新模式。深圳海外传媒、阿里羚羊智能科技等公司代表分别分享了行业现状、趋势以及数智化产品。

会议期间,参会人员实地考察了全球数贸中心、国际商贸城等,深入了解义乌市场发展历程,感受其强大的辐射力和发展潜力。



健身房内,教练耐心指导学员锻炼



市民在跑步机上锻炼



经营户介绍热销羽毛球拍