

■ 市场经纬

从“端午刚需”到四季生意

解锁香囊订单里的生意密码

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

屈原在《离骚》中写道“扈江离与辟芷兮，纫秋兰以为佩”，据此推测其所佩之物当为香囊，所用香料是辟芷、秋兰。如今，端午节除了佩香囊、吃粽子、挂艾草、驱五毒这些传统习俗，义乌市场还紧跟时代步伐，根据客户需求推陈出新，光一个香囊就极尽巧思，赋予万千变化。如“福祿”（葫芦的谐音）“柿柿如意”“高粽”等各种寓意吉祥的香囊，结合国家发布的“体重管理”相关行动方案推出的减肥中药香囊，还有可驱蚊的中药香囊……成功将端午相关产品类从节令商品做成全年生意。

眼下，距离端午节不到20天，在“世界超市”义乌，端午相关商品

已接近出货尾声。经营户们告诉记者，5月10日左右，他们已不再接端午大单。从内销层面来看，旅游景区和商超是端午相关商品采购的主力军，下单周期通常是2024年年底至2025年5月初（端午节前一个月）。外贸层面看，海外华人、华侨是端午产品的主要采购群体，采购产品主要为传统的艾草香囊、五彩绳等，但订单较为分散。据悉，有工厂专门生产艾草、薰衣草、茉莉、白芷、苍术香囊，至今已出货200万个，同比增长20%，目前仍处于供不应求的状态。有店铺“柿柿如意”“逢考必过”香囊最高日出货量20万个。同时，今年“国潮风”持续火热，国潮生肖香囊、国潮脸谱香囊、五彩绳手链等产品成为爆款。

创新节令商品 “端午经济”走出新行情

“去年端午销售季一结束，我们就启动了新品研发工作。今年1月，全新设计的端午产品就陆续上架。目前，大批量生产任务基本完成，仅余部分电商客户还在小批量补货中。”5月10日，在义乌国际商贸城一家工艺品店内，店长宋飘飘指着展示架上的香囊介绍道：“今年的‘爆款’都在这儿！既有传统艾草香囊，也有印着‘夺魁’‘高粽’‘逢考必过’等吉祥字样的树脂工艺挂件，还有方形、圆形、球形等造型各异的香囊，市面上能见到的款式，我们这儿基本都有。”

问及今年香囊的新变化，宋飘飘介绍道：外观不再以粽子形状为主，加入了柿子、葫芦、南瓜、钱袋、元宝、荷花、龙舟造型，更加符合年轻人需求，同时在花纹样式上添加许多时尚元素，还在填充物和挂件上做起文章。在香料选择上，除了传统的艾叶、藿香、佩兰等中草药，还融入了玫瑰、茉莉、薰衣草等天然花香料。中草药配方驱蚊避秽，花香料则带来清新宜人的芬芳，满足不同消费者的偏好。挂件制作以树脂工艺为主，造型设计别具匠心，既有憨态可掬的卡通形象，也有寓意“福祿

安康”“金榜题名”“端午祥瑞”等美好祝愿的创意款式。

此外，不少电商卖家敏锐捕捉到手工DIY市场的需求，精心搭配了彩色丝线、填充香料包等制作材料，并附赠详细的编织教程视频。这种充满趣味与成就感的DIY体验，一经推出便受到手工爱好者的热烈追捧，相关产品销量持续攀升，成为端午周边市场的又一亮点。

值得一提的是，今年国家卫健委联合教育部、体育总局等16部门启动“体重管理年”活动，并制定《“体重管理年”活动实施方案》。这

一政策的出台，让市场经营户看到了潜在的机遇。

“今年，我们携手多家中医馆与药店，共同研发了中药材系列香囊。每个香囊放置5至10克药材，精选白芷、苍术、藿香、佩兰、薄荷、丁香等天然中药材，以确保最佳效果，分别具有提神醒脑、醒脾开胃、发表解暑、疏散风热等功效。”义乌若兰结艺工艺品厂负责人陆兰娟告诉记者，中药材系列香囊至少已经出货了200万个，某知名连锁药店订购了70万个香囊，目前还在加班加点生产之中。

打破“端午限定” 产业布局要有新思维

距离义乌国际商贸城半小时车程，陆兰娟的工厂就设在东阳市画水镇月峰村。“留守在村里的大爷大妈，还有带孩子的宝妈们，都是我的‘员工’。”陆兰娟一边向记者介绍，一边领着大家走进村里的加工点。这里没有机器的轰鸣声，只有人们专注工作的身影，以及夹杂其中的家常闲聊声，处处透着闲适温馨的氛围。

尽管香囊日产量已达5000到10000个，但市场需求仍远远得不到满足。为此，陆兰娟果断在江西、福建两地建立加工厂，加工厂拥有500余人，产能得以显著提升。“今

年，我们对香囊产品进行全面升级，整体向中高端迈进。如今，无论是药店、中医院，还是精品商超，都更倾向于选择礼盒包装的产品。”陆兰娟拿起一盒封装好的香囊，拆开包装向记者展示。精美的礼盒内整齐摆放着三只造型别致的小香囊，葫芦造型谐音“福祿”，柿子造型寓意“事事如意”，还有取“高中”谐音的粽子造型，寄托着“逢考必中”的美好祝愿。“别看这些香囊批发价仅几元，到了零售端能卖到几十元。产品的附加值主要体现在创意设计、优质材料和精致包装上，不过消费者也愿意为此买单。”

过去，粽子、香囊等节令产品节日过完便停止生产销售。但这几年，义乌市场经营户们开始积极探索破局之道，不再局限于传统节庆款式，而是思考如何将生意拓展至四季。

“端午经济的辐射范围远比想象中更广。”义乌市语香工艺品有限公司总经理郑奇凡介绍，端午节后紧接着就是中高考，市场需求随之转变。如今的香囊不再局限于粽子造型，借助树脂工艺制作的各类挂件层出不穷，巧妙融合了节日元素与实用价值，成功打破了产品的季节性限制。“今年我们设计了近20个系列的香囊。”郑奇凡向记者介

绍，这些产品主要销往国内旅游景区、大型商超，日均出货量突破20万个。同时，公司在各大电商平台也成绩亮眼，日均订单量达7000余单。

在该公司的生产车间内，工人们正手脚麻利地赶制着香囊，快递打包区内工作人员将包装精美的香囊整齐码进纸箱，飞速地粘贴快递面单，准备发往全国各地。郑奇凡说：“今年的订单虽已接近尾声，但工厂不会停下来。设计团队已着手筹备明年的新品研发，力求在传统工艺与现代设计的融合上实现新突破。”



新产品在打样制作中



工作人员在进行质检



经营户将琳琅满目的香囊产品摆上货架



村民在加工点制作香囊



五颜六色的香囊产品

采访札记：

让节令商品走出“保质期”困局

端午将至，义乌香囊生产却已进入出货尾声。但销售数据给我们更多思考：某款中药香囊出货200万个仍供不应求，药店、旅游景区和商超订单占比达60%——当传统节令商品突破“端午限定”，成为全年畅销的文化消费品，其背后折射的正是传统产业拥抱创新转型的智慧。

看义乌香囊产业的破局，首先在于经营户对市场需求的精准解码。从瞄准“体重管理年”政策推出中药功能型香囊，到紧扣中高考节点设计“高粽”“逢考必过”等吉祥挂件，再将柿子、葫芦等民俗符号转化为年轻人青睐的国潮元素，义乌经营户展现出敏锐的市场嗅觉。他们不再被动依赖节庆流量，而是主动挖掘“后端午”商机，让香囊从单一的节令饰物升级为承载文化寓意与实用功能的文创产品，实现了从“节日刚需”到“日常消费”的跨越。

破局的另一关键在于价值链的重构。乡村加工点里，留守劳动力与

跨省产能布局形成“本地生产+来料加工”的独特模式，带动群众共富；礼盒包装打入药店、精品商超等中高端渠道，让小小香囊通过设计赋能实现数倍溢价。这印证了一个道理：传统产业的竞争力不仅在于产能规模，更在于对“附加值”的深度挖掘。当艾草香邂逅时尚设计，当手工缝制融入文化叙事，产品就超越了物质层面，成为承载情感与审美的文化载体，换来消费者“为创意买单”。

一个香囊的蜕变，为传统产业转型提供了启示：在文化自信与国潮崛起的当下，唯有打破“季节限

定”的思维定式，将传统民俗转化为可触摸、可体验的现代消费品，才能让“老手艺”焕发“新活力”。从跟风生产到定义需求，从依赖节庆到经营四季，这背后是对“创新”二字的深刻诠释——传统产业插上创意的翅膀，节令经济的“保质期”，终将在传承与突破中不断延长。

义乌发起全球数贸中心
电商引力加速计划

市场经营户可报名参加电商平台线下推介会

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 记者日前从商城集团获悉，本月20日，以“聚势义乌 共擎未来”为主题的全球数贸中心电商引力加速计划将正式发起。该计划联动 TikTok、Shein、Temu、AliExpress、百度、淘天集团等17家国内外电商平台，融合“政策牵引+平台对接+AI助力”三大核心要素，开展企业培训培育活动。同时启动全球数贸中心市场开放日活动。

你是否想了解 Amazon 的欧美爆品逻辑、TikTok 的社媒运营秘籍、Shein 的供应链运营打法？活动期间，17家国内外电商平台核心团队将齐聚义乌，现场拆解流量获取、本地化运



今年一季度直播带货23.36万场
同比增长19.78%

5月13日，苏溪镇YOYOSO韩尚优品(总部)仓储基地内，坐拥拼多多226.7万粉丝的人气主播“晴天老板娘”正热情洋溢地推介商品。场均销售额稳定在200万元。作为义乌国内直播电商领域的头部企业，YOYOSO韩尚优品实力雄厚，拥有4万平方米的仓储空间，在各大主流直播平台的粉丝总量突破千万。

直播电商是数字经济与实

体经济深度融合的重要引擎，也是义乌打造世界小商品之都的关键抓手。近年来，义乌全力推进“数字赋能·AI驱动”战略，创新“直播+产业+平台”模式，持续优化跨境电商生态。今年一季度，全市开展网红直播带货23.36万场，同比增长19.78%。如果按月计，日均直播带货7.79万场。

图为“晴天老板娘”在仓储时遇到前来采购的外商。

全媒体记者 吴峰宇 摄

2025义乌春季汽车展收官
实现意向成交额1.32亿元

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 5月11日，为期三天的2025义乌汽车文化节春季展销会在义乌国际博览中心圆满收官。本届车展汇聚47家知名车企，展览面积达2万平方米，累计吸引2.8万人次观展，实现意向成交额1.32亿元。

“本次车展参展商主要以义乌本地车企经销商为主。”据车展主办方介绍，很多汽车品牌在4月下旬的上海车展上发布新车后，都开始加大力度宣传，而本次车展就是增加品牌

和新车曝光率的绝佳平台。

新能源汽车无疑是当下的热门，尤其在汽车报废更新、置换更新等政策性补贴的刺激下，各大车企都展出了今年的最新款，并将各项政策优惠和车展福利放置在显眼位置。在跨界品牌展区，2025年新款M8、M9等展车前不断有观众排队等候试车，询问相关优惠政策。参展商表示，车展人气还不错，“主要来推广一下新车，也准备了一些购车和置换礼遇，给打算购车或换车的市民提供更多选择。”

“减重经济”火了！
义乌瑜伽服生产企业爆单

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 今年以来，以“体重管理年”为契机，一股全民减肥热潮席卷而来。与此同时，与体重管理紧密相关的“瘦身经济”正悄然兴起。

眼下，随着消费者越来越重视体重管理，义乌的瑜伽服产业正迎来新的机遇。在浙江熹辰服饰有限公司直播基地里，主播沈雅博抓起一件雾蓝色修身款瑜伽服举到镜头前，腰间的立体剪裁在灯光下形成流畅弧线：“姐妹们看好了！这件瑜伽服采用的是四向弹力冰丝面料，跑步暴汗不黏身，瑜伽倒立不卷边。”她突然凑近镜头压低声音：“今天直播间破价福利——现在点击下方购物车只要75元！库存只剩最后200单，后台小哥准备上链接……”

弹幕瞬间被“已拍”“求加

宝妈为主，而现在18至25岁的年轻女性也逐渐增多。”

在义乌国际商贸城三区，经营户陈月蓉最近接到了一笔瑜伽服内销大单。原本主做外贸生意的她，特地加大了内销市场研发投入，紧跟消费者审美变化，每月更新20多款新产品。在她的微信里，今年已经收获了30多个国内采购商及直播电商的新客户。“你看，这是4月份客户发来的订单，其中有个客户每天都在补货。今年一季度，订单量相比往年增长了20%左右。”

销售的火爆直接传导到工厂端。在廿三里街道某瑜伽服生产企业里，记者看到工人们坐在拷边机、平车机前，一刻不停地忙碌着。车间主任孙东青介绍说，眼下正在赶制发往杭州四季青服装市场的2万件瑜伽服，这笔订单本月底要全部生产完毕，紧接着就安排生产其他客户的订单。“我们目前有4条生产线，订单已经排到8月份，还有不少客户前来下单，预计下半年基本没有空档期。”孙东青说。