市场经纬

各种形态的宠物清凉玩具

带篷游泳圈能提升消费者的入水体验感

清凉经济升温
义乌市场又“卷”出了新花样

首席记者 何彦婕 文/摄

5月11日,义乌正式入夏。

季节的每一次转身,义乌市场总是最先感知到。室外气温节节攀升,市场里的“清凉经济”也同步火热起来,客商络绎不绝,新品层出不穷,采购商争相抢购各类防暑降温产品。

眼下正是订货高峰期,当大多数人还在感叹天气变热的时候,义乌的商家们早已将市场需求转化成了一个个实实在在的订单。如今的“清凉经济”,早已不是一把扇子、一顶草帽那么简单。实用又不失美观,新颖又要兼顾功能,采购商各种复杂的心思,早已被敏锐的经营户精准捕捉。

义乌,再一次抢先接住了这个夏天。

不只是可嬉水,还要“卷”舒适度

说到高温,很多人第一时间想到的就是玩水。无论是跳进泳池,还是奔向海边,与水为伴总是夏日里最痛快的消暑方式。这份对清凉的渴望,让义乌市场的水上用品格外火爆。

5月19日,位于义乌国际商贸城一区的“义乌申翊塑胶制品”店铺内,经营户黄允三迎来了一年中最忙碌的季节。多位客商正在看样订货,洽谈声此起彼伏。

“现在天气变热,我过来采购沙滩用品,打算销往美国。”专程从宁波赶来的外贸商朱翊文告诉记者。他在店铺里逛了一圈,挑中了冲浪板,还对店内的浮排非常感兴趣。

“这款浮排是今年的新款,基本上进店的客户都会问上一嘴。”黄允三介绍道,浮排两头采用游泳圈材质,中间为网格设计,充气后往水面一放,便能轻松浮起,可承受五六十公斤的重量。人们可以惬意地躺在上面,尽享水上的凉爽。不用时放气即可折叠,随身携带十分方便。目前店内浮排有两种尺寸,既可躺也可坐,并提供十多种花色。自年后上架以来,这款产品备受追捧,截至目前已售出约15万个。

黄允三告诉记者,今年热得比往年稍早一点,从4月初开始,店内水上用品的销量就明显增长。动物造型泳圈、泳镜、泳帽等常规产品的销量,较淡季提升了20%。“店内每天接待上百位客户,当前以国内采购商为主。”黄允三说,等到7月迎来内销的订货高峰,预计销量相较现在还会再增长30%,一般会持续至8月,随后便是外贸订单接力,墨西哥、巴西、阿根廷等国家的外商将会陆续前来下单。

水上用品的火热行情,在“繁星塑料玩具厂”内同样可见一斑。走进店铺,墙上挂满了各式游泳圈,款式琳琅满目。据经营户楼冬芳介绍,目前店里有上千种款式的游泳圈,直径从50厘米到120厘米不等,其中获得三丽鸥、迪士尼等IP授权图案的游泳圈尤为热销。去年《疯狂动物城2》电影上映后热度不减,楼冬芳抓住这一热点,将电影主角形象印在游泳圈上,上个月上架后已售出1万多个。

随着气温持续上升,当前店内订单稳步增长。“现在大家不仅要凉快,还追求舒适度。”楼冬芳拿起一款带篷游泳圈介绍道。这款产品在常规游泳圈的基础上增加了遮阳篷,具备防晒功能,客户在玩水的同时也不用担心头顶烈日暴晒。

不只是要降温,还要“卷”功能性

在义乌国际商贸城二区的洪英电器店铺,货架上陈列着样式各异的清凉小家电。“现在看到的产品全都是今年新款。”经营户骆洪英告诉记者,今年从3月初开始,就陆续有采购商前来选购清凉用品。

与往年不同的是,今年的消费者不再只满足于“能吹风”,而是对产品的颜值和附加功能提出了更高要求。正是捕捉到这一变化,骆洪英在便携式风扇的新品研发上,不仅追求外观的极致精致与时尚升级,更注重功能的多元化集成,以满足消费者对实用与美观兼具的更高期待。

其中,无叶风扇备受青睐。相较于传统有叶风扇,无叶风扇无外露叶片,安全性高,吹出的风感柔和,用户体验更佳。“一位做电商的客户,就看中了这款产品,直接下了一批订单。”骆洪英说道。

此外,记者在货架中间看到几款外观较为酷炫的风扇,这些是专为户外场景设计的便携式风扇。该产品采用充电式设计,续航时间长达10小时。除了基础降温功能外,这几款风扇在顶部还集成了太阳能板和装水容器。“这些是我们额外设计的附加功能。”骆洪英介绍,在户外,太阳能板能够自动储能为风扇充电;另一款则可以喷出水雾,清凉感加倍。她表示,这类多功能风扇非常受欢迎,基本上进店的客户都会下单。

这股从“单一功能”向“多功能”转变的趋势,同样在宠物用品领域得到了体现。在曼卡兰宠物用品店铺,经营户贾巧花正在向客户介绍专为宠物设计的凉凉衣。这款衣服放入冰箱冷藏后给宠物穿上,既能带来明显凉感,又具备吸水功能。此外,还有冰丝材质的凉凉垫,透气性好,底部特别添加了隔尿材质,兼顾实用与卫生。

“铲屎官”们也愿意为宠物清凉下单。贾巧花告诉记者,每年一到换季升温,宠物清凉产品便十分畅销,许多老客户都会在这个时间段下单。“凉凉垫每箱20个,客户一拿就是一两百箱,不断发往俄罗斯。”

在店铺的一面墙上,挂满了夏款宠物服饰。“这就是宠物的防晒衣,根据不同宠物的特性,有两腿款、四腿款,有的带拉链,有的是背心式,款式各异。”贾巧花说,从去年年底开始设计,今年3月正式生产上架,共上新40余款。目前,店内的宠物清凉用品销量较之前增长了30%。

从事宠物用品生意十多年的贾巧花深有感触:“现在大家养宠物,除了提供最基础的保障外,还愿意为它们添置各类配饰,更加注重宠物的舒适体验。”

不只是挡阳光,还要“卷”独特性

“这两天防晒衣的销量很好,每天都忙着接客。”5月19日,喜牧郎店铺经营户金晨红一边忙着写订单,一边告诉记者。从今年正月开市之后,店里就陆续上架了十多个新款,那时已有客户前来采购。进入四月份,防晒衣正式迎来销售旺季,这股热度将持续至九月初。“上个月主要是实体店客户拿货,而这个月电商客户明显多了起来。”

该店主营儿童防晒衣。近年来,金晨红明显感受到客户对产品品质的要求越来越高,对新事物的接受度也在不断增强。正是基于这一趋势,她不断根据客户需求调整和更新产品。

这种升级首先体现在产品性能上,店内防晒衣的紫外线防护系数在50+的基础上得到进一步提升,远超国家标准(UPF值大于40)。而在面料方面,今年的新品也从原来的聚酯纤维改为锦纶,后者的透气性明显更好。而锦纶又分为两种,其中针织锦纶冰凉感更强,梭织锦纶则更轻薄。“以往市面上客户会更偏向针织锦纶的防晒衣,但今年市场对梭织锦纶的接受度更高,说明大家会愿意尝试新产品。”金晨红介绍道。

这种“愿意尝鲜”的心态,在款式选择上体现得尤为明显。今年,带有蝴蝶结等元素设计、颜色饱和度偏低的款式格外受欢迎,成为拉动增长的新引擎。与此同时,常规款也保持了稳健的销售势头,销量已超过3万件,新旧款式共同托起了市场的热度。

与此同时,一款“巴掌遮阳帽”近期火遍全网,义乌市场经营户陈果仅用半天时间就实现了量产。

该产品在兼顾遮阳防晒功能的同时,吸引大众的关键在于其新颖独特的设计。想象一下当你走在路上觉得阳光刺眼时,会下意识地将手掌放在额前遮挡阳光,而这款帽子正是还原了这一动作。

“当时刷到一个视频,觉得很有趣。这个帽子戴起来,就像有人帮你遮太阳。”陈果敏锐地捕捉到这一商机,连夜联系建模团队,利用3D打印技术制作出样品。随后,他在自己的自媒体账号上发布了一条产品介绍短视频,很快便收到大量询价评论,线下前来了解产品的客户也是一批接着一批。

在量产的基础上,他还对产品进行改良,通过改变色彩和造型,使之更贴合消费者需求。“这个概念出来后,不光是单手遮阳,大家也很容易想到双手遮阳是不是也可以实现。”陈果坦言,“生意的逻辑不仅仅是创意,本质上还是要将创意落地,变成拿在手上看得见、摸得着的商品。”

浮排可以让人们“坐”在水面上

无叶风扇受到客户青睐

宠物防晒产品热销

经营户整理游泳镜

2026义乌礼品展
达成意向成交额4亿元

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 5月18日,为期三天的2026义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会在义乌国际博览中心圆满落幕。展会人气高涨,三天共吸引专业采购商4.9万人次,达成意向成交额4亿元,各项核心数据均实现同比增长。

“我们协会这次拿到500平方米展区,以‘泰迪爱兰’IP为核心,组织12家企业抱团参展,还配套举办了IP产业论坛、模特走秀、打卡互动等活动,走出了一条‘组团打品牌’的新路子。”义乌市IP产业协会会长李登科说。与以往企业“单打独斗”不同,这次12家参展企业实现了“三个统一”——统一主题形象、统一展位设计、统一IP视觉风格,打造出一个高辨识度的“超级IP地标”,在展馆里格外吸睛。

如今,IP授权正成为传统制造企业转型升级的新风口。浙江一帆日用品有限公司负责人山峰告诉记者,公司去年拿下“泰迪爱兰”IP授权后,在垃圾袋、一次性烤盘、抹布等日用品上融入IP形象,不仅颜值提升,附加值也明显提高。“客户对IP联名产品的认可度更高,下单意愿更强。今年我们参加上海、台州等地展会,每场都能新增40多家客户。这次在义乌礼品展,新增客户预计能超100家。”

展会期间,主办方还同步推出三场高质量论坛,聚焦“IP跨界”“AI赋能”“全球贸易”等热点话题。在“泰迪爱兰IP产业跨界融合发展论坛”上,专家提出“IP+”模式可将情感价值转化为市场溢价,带动产品溢价提升约30%;“AI赋能全球贸易新机遇”论坛则展示了人工智能在产品设计、生产排程和供应链管理中的实际应用,助力企业提质增效。

记者从同期举办的“跨境外贸多元增长大会”上了解到,随着东南亚、中东等新兴市场电商快速发展,礼品行业正迎来新的增长蓝海。据统计,本届展会不仅促成数万笔意向订单,还推动18家制造企业与IP运营方、AI科技公司达成“产学研”合作,加速向高附加值转型。

作为华东地区礼品行业的“风向标”,义乌礼品展正以“IP+AI+外贸”的融合打法,为全球小商品升级提供“义乌方案”。

客商在义乌礼品展采购毛绒玩具。

义乌小商品标准首秀印尼
助力跨境贸易提质增效

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 5月12日至14日,2026义博会印尼展在雅加达国际会展中心举行。其间,义乌小商品标准集中亮相,标志着义乌小商品在“产品出海”的基础上又实现“标准出海”,为义乌企业更顺畅地走向世界、提升全球竞争力提供有力支撑。

近年来,义乌聚焦小商品标准化建设工作,以标准引领市场规范、赋能产业升级。目前,已累计制定127项小商品标准,并同步推出英文、阿拉伯文等外文版本,为标准走出国门、对接海外市场筑牢基础。

展会期间,主办方专门设置标准宣介专区,通过图文展板、多语种手册和现场讲解,向海外客商普及标准内容。“有了统一标准,我们采购更放心,验货也更高效。”一位印尼采购商表示。

记者了解到,依托“标准+展会”双轮驱动,本届义博会印尼展成效显著:129家义乌企业参展,三天吸引专业买家超2.2万人次,达成意向订单1000余笔,意向成交额5500余万元,现场成交950余万元。

义乌海关数据显示,2025年一季度义乌对印度尼西亚出口26.2亿元,同比增长6.4%;而2026年一季度,这一数字进一步攀升至34.5亿元,增幅达31.9%。业内人士指出,小商品标准“出海”,不仅提升了中国制造的可信度,也为共建“一带一路”高质量发展和市场规则对接提供了实践样本。

据悉,义乌今年计划新制定40项以上小商品标准,并继续通过海外展会平台推动小商品标准国际化,以“软联通”支撑外贸高质量发展。

义乌举办视频号实战培训

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,Chinagoods平台联手腾讯在义乌全球数贸中心举办了一场超实用、零门槛的视频号实战培训,超100名经营户踊跃报名,现场座无虚席,学习氛围热烈。

“真的太适合我们了,全是大白话,一听就会。”不少经营户刚听完账号注册和企业号开通的讲解,便忍不住连连称赞。此前,大家常因视频号开通流程繁琐、资质要求不明而困扰。特邀讲师任美嘉将企业号与个人号的区别、认证流程、资质准备等要点讲解得清晰透彻,并重点提示了主体绑定、对公账户验证等易踩坑环节,帮助大家少走冤枉路。

最让经营户们受益的是内容合规与短视频创作板块。“原来发视频有这么多门道,以前随意上传容易违规,现在知道如何避坑了。”“一直以为拍视频就是随手录,没想到‘黄金3秒’、封面设计、标题构思这么关键。”众人感慨,拍摄视频并非随意为之,而是需要技巧与逻辑支撑,简单优化便能显著提升吸引力。

针对“不会写脚本、不懂剪辑、没时间做内容”三大痛点,任美嘉现场演示了AI工具一键生成带货文案、快速搭建脚本、智能剪辑视频等功能。操作简便易上手,零基础也能轻松掌握。

从“不敢拍”到“AI代劳”,从“不会写”到“一键生成”——通过AI赋能社交媒体营销,义乌老板们的视频号正变身24小时永不打烊的“云上档口”。

马斯克儿子带火“新中式”童装
义乌商户:我们早有准备

全媒体记者 陈健贤

“马斯克儿子穿着新中式马甲亮相走红后,我们店铺的童装汉服也迎来热销。”昨日下午,在篁园市场5楼,商户鲁仕领一边整理着刚到货的夏季新款,一边笑着对记者说。

最近,特斯拉首席执行官马斯克6岁的幼子“X”以一身浅蓝灰色新中式桑蚕丝马甲亮相,瞬间成为全球社交媒体的焦点。远在义乌的鲁仕领手机消息就没断过。“好几个老客户截图来问类似的汉服款式。”鲁仕领翻出聊天记录给记者看,“这种新中式马甲,我们已经做了快两年了,春秋款特别受欢迎。”

记者在市场里走访发现,不少童装的商户店门口都挂着古风、新中式的服装,但像鲁仕领这样专门做童装汉服的商户并不多。鲁仕领告诉记者,她原本从事女装,因为读幼儿园的女儿很喜欢穿汉服,她开始研究汉服、新中式。“童装汉服市场这几年越来越火,小孩子皮肤娇嫩,料子一定要好。”鲁仕领说,自己合作的厂家主要在湖州、苏州、杭州等地,且坚持做原创汉服。

谈到款式设计,鲁仕领如数家珍。“现在给小孩子做的汉服,基本上都是改良过的。传统款式相对较为复杂,孩子穿着不方便。”她拿起一套夏季新款介绍,“像这种,看着有汉服的元素,但穿脱和普通衣服一样方便。”

记者问起最近是否有客户专门来找“马斯克儿子同款”。鲁仕领笑着说:“有好几个问了,其实大家更多是觉得‘原来新中式这么好看’”。

对于马斯克儿子带火的“新中式”风,鲁仕领认为这并不突然。“接住这‘东风’,我们早有准备。”她说,在男童款中,日常穿着以新中式居多,传统汉服则集中在端午节、中秋节、春节等传统节日时购买。“学校有活动、演讲比赛、古筝表演,家长都会来选。”

颜色方面,女童款以粉色最受欢迎,款式越“仙”越好卖;男童款则以素雅新中式最受欢迎。“但不管是哪款,安全是第一位的,系带长度、装饰物牢固度我们都特别注意。”

让鲁仕领意外的是,自己的店不仅吸引了本地客户,还成了外国游客的“打卡点”。“好多人专门从网上搜了地址过来的。”她说,外国客人特别多,来自各个国家。“他们买回去当礼物送人,就像买中国特产一样。”在批发业务上,东南亚国家的订单尤为活跃。“泰国、印尼那边的客户比较多。”对于价格,鲁仕领介绍,店内夏款童装汉服大多在100元到300元之间。