

市场经纬

# 全球儿童的快乐 “世界超市”来承包 看义乌玩具如何“玩”转全球



“六一”当天,义乌国际商贸城一区,身着亮色服装的NPC在街上巡游,并与小朋友合影留念

“六一”儿童节期间,“世界超市”义乌比以往更热闹,一场围绕孩子们的“快乐”消费风暴在这里席卷而过。这几天,义乌商家将热销玩具以批零兼营的方式售卖,让孩子们以更低的价格,收获更多的快乐,特别是各种“六一”限定礼盒,为节日拉满仪式感。据统计,今年1月至4月,我市玩具出口额达82.7亿元,同比增长11.6%。

全媒体记者 陈聪/文 陈秋池/摄



家长陪小朋友逛玩具店

5月30日,在国际商贸城一区的玩具区,一场专为孩子们举办的“六一”玩具嘉年华在此拉开序幕。

数十个来自义乌国际商贸城商铺的玩具摊位在步行街上依次排开,各类玩具、挂件、手作琳琅满目,家长和孩子们边走边逛,几乎人人手中都抱着满满的“战利品”。

“玩具便宜卖,喜欢的都可以看看!”在奋翔玩具摊位里,10岁的吴佳琪化身“小老板”,熟练地招呼着客人,向大家介绍热销款玩具。

儿童节带来的采购热潮,不仅在小小的“玩具嘉年华”里逐渐升温,更在国际商贸城一区玩具区的各个角落热烈上演:AI互动玩具一圈惊呼连连;毛茸茸的玩偶挂件造型可爱,让大小朋友们爱不释手;益智类玩具同样人气不减,寓教于乐的方式帮助孩子增长见识。

在主营充气水池、大型充气玩具的义乌市昕昕玩具商行,负责人张丽娟说:“儿童节的到来让近期的订单有了明显增长,做电商的客户每天都来拿货。”

连日来,欣飞塑胶玩具经营户朱巧君也忙得脚不沾地。她的店铺外立面上,挂满了一整面五彩斑斓、造型百变的卡通挂件。“这里都是Hello Kitty、史努比、疯狂动物城的

在义乌市场深耕28年的朱巧君,最初以水晶泥玩具起家。近年来,她将重心转向授权IP挂件,同时开拓零售业务,店里的生意再度火爆起来。每逢周末,她的一整面“挂件墙”总能将年轻人和孩子们牢牢吸引住。

“我们都是根据市场趋势走的。”她发现,玩具早已不是儿童的专属,越来越多的年轻人也将捏捏乐视作放松压力的出口,而造型可爱的挂件也成了年轻人包包上的必备装饰。

她指着货架上的一排捏捏乐说:“像这些包子、奶酪造型的捏捏

## 市场里的“玩具嘉年华”

从小就在市场里长大的她,经营起自己的小摊也是有模有样。她指着一旁的泡泡机和积木骄傲地说:“这是我们卖得最好的玩具,今天第一单就赚了30元。”吴佳琪的妈妈在一旁笑着补充:“今天我们一起挑来了眼下最受孩子们喜欢的玩具,在这里做零售,方便大家选购。”

不少参与活动的商铺这几天都在推零售。在义乌市嘉和光学仪器有限

公司的摊位上,既有造型可爱的儿童望远镜,也有专业级天文望远镜,激发了不少孩子的兴趣。“像这台天文望远镜,能清晰地看到月亮环形山。我们今天第一天拿出来做零售促销,没想到一上午就卖出去2台。”负责人姜艳玲说,如今这种高端科普玩具正悄悄走进越来越多的家庭。

当天,专程从金华赶来的陈煜然小朋友在定鑫玩具的摊位前左挑右选,最



小朋友在玩“足球投篮”

终选中了一套洞洞乐盲盒。店主边打包边说:“现在各种盲盒类玩具特别畅销,今天带来的现货已经快卖空了。”

“采购像这样的盲盒,最多的就是班级订单,班里的每个孩子都能收到独一无二的惊喜。”义乌市晓梦文化用品有限公司负责人何仁辉说,盲盒类的产品正从玩具延伸至文具,其公司已推出盲盒、盲袋、手提盒等多种款式的文具大礼包,覆盖小学至高中各学段的需求,让孩子们在学习之余也能收获意外的惊喜。

何仁辉说,针对儿童节的采购热潮,早在5月中下旬就如潮水般涌来,订单量较平常增长近10倍,热门产品每天的出货量轻松破万。他指着一款宇航员图案的文具盲盒说:“像这款产品的订单早就排满了。有来自俄罗斯的客户,为了儿童节一次性预订了1万多套,前两天刚安排发货。”除此以外,来自东南亚、共建“一带一路”国家的订单也在持续攀升。

功能性的边界,成为承载实用、美观与情绪价值的多元载体。“小册子做成异形,给中性笔加一个小挂件,或加一点新功能,可玩性大大增强。”

察觉到儿童节为文具盲盒带来爆发式增长后,何仁辉敏锐地将这一形式拓展至各类节假日,成功把文具盲盒打造成店里的爆款。“俄罗斯的采购商,每年都采购200多万元的文具盲盒,产品深受当地市场青睐。”他说,节日只是产品消费的催化剂,真正的秘诀是产品背后的不断创新,从外观设计到功能创新,从单一形式到多元组合,始终紧扣消费者的真实需求和情绪价值不断推陈出新。

## 精准服务助力国产玩具出海

在义乌市启蒙塑胶玩具制品有限公司的生产车间里,一台台注塑机正全速运转,五彩斑斓的塑料积木颗粒经自动装配线加工,摇身变为一个个包装精美的益智玩具,即将运往海外市场。这家主营塑料拼装积木、雪花片、智慧魔盘等益智类玩具的企业,凭借自主品牌“启蒙塔”系列积木玩具出口订单稳步增长,企业营业额已突破1500万元,跑出了品牌出海的“加速度”。

为更好地护航我市玩具企业品牌出海,义乌海关持续优化知识产权服务,建立重点自主知识产权企业库,对入库企业实施“一企一策”精准帮扶,确保备案产品快速通关。此外,海关还联合地方市场监管部门,为企业提供免费政策指导、维权援助等全方位服务,让“义乌智造”玩具带着自主品牌走向更广阔的国际市场。



“六一”当天,义乌国际商贸城一区人头攒动,采购氛围浓厚

记者手记:

## 玩具生意不止于儿童,也不止于节日

曾经,记忆中的那些积木、玩偶、赛车,是独属于孩子们的礼物。如今,这些玩具早已不是孩子们的专属,而成为年轻人的“解压神器”“情感陪伴”。在这个看似普通的“六一”儿童节背后,我们看到的不仅是孩子和年轻人脸上的笑脸,也有义乌商家对市场的敏锐洞察

与果断布局。授权IP、原创设计、自主品牌,正以前所未有的动力驱动着义乌玩具产业向高品质升级迈进。义乌的玩具生意,从不执着于一时一地的热闹,而在于以每一件产品为支点,撬动义乌小商品走向全球大市场,让义乌制造的玩具能成为每个人日常的温暖陪伴。

# 今年前4月义乌对俄出口超35亿元 增速创近三年同期新高

全媒体记者 吴峰宇 文/图

近年来,义乌与俄罗斯在经贸、文化等领域的合作越发密切,来义乌经商采购的俄罗斯商人逐年递增,而俄罗斯已经成为义乌市场最重要的出口目的地之一。据义乌海关数据,今年前4个月,义乌对俄罗斯出口35.8亿元,同比增长56.9%,增速创近三年同期新高,在义乌主要出口市场增速位居第一,服装、箱包、化妆品、体育用品出口增速均超80%。

6月2日,在义乌国际邮件互换局,一批饰品等义乌小商品经过海关监管,随后分袋装车发往俄罗斯。为了小包裹高效出口,义乌海关持续完善“邮+海、陆、空、铁”多式物流格局,建立“智能分拣+同屏比对+自动分流”模式,减少人工干预,提升邮件通关效率30%,实现到站邮件“当日运抵、当日验放”,加快“义乌制造”出海步伐。今年前4个月,义乌海关累计验放出口俄罗斯邮件2079万件,

创同期历史新高。在义乌铁路西站,一辆满载110标箱纺织品、日用品等小商品的浙江中欧班列(义乌—莫斯科)在义乌海关的监管下,从铁路西站鸣笛启程,预计15天后抵达莫斯科。

“这并非一次简单的发车,而是中欧班列运营模式的一次创新。”义乌海关监管二科科长周华伟介绍,今年4月份,浙江中欧班列“义乌—莫斯科”双枢纽互联互通班列开通,全程运输时效较普通中欧班列提升约25%。义乌海关持续应用“铁路快速通关”“铁路通关跨部门信息化互联互通”等通关便利化举措,进一步压缩货物通关时长,降低企业成本。今年前4个月,浙江中欧班列累计从俄罗斯进口15928标箱,主要为化工产品、食品饮料等,出口货运量9020标箱,主要产品为服饰鞋帽、机械设备、五金工具、日用品等。

优拉(杭州)国际供应链有限公司主营跨境电商出口,在尝试开展

“TIR+跨境电商”模式后,公司选择将服饰、户外用品等货物经国际公路运输(TIR)出口至俄罗斯,新模式运输时效较海运提升6倍,成本较空运下降25%。公司负责人孙松伟介绍,公司现在把跨境电商出口退货商



在义乌国际邮件互换局,海关工作人员对出口俄罗斯邮件进行检查

品,通过这一渠道运回国内,不仅运费较空运便宜,还能有效填补TIR回程载货缺口,进一步降低物流成本。“海关推出‘口岸+属地’的协同机制,叠加全天候预约通关,让我们的货物享受到‘即到即查’的高效。”孙松伟说。

# 义乌老板娘自研出“爆款” “防蚊爆香珠”上市首月销量达数十万颗

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 眼下,国内多地气温逐渐升高,义乌驱蚊品类迎来销售热潮。记者走访义乌全球数贸中心时看到,一款“防蚊爆香珠”,上市仅1个月便售出数十万颗,成为今夏国内市场的爆款产品。

经营文创周边十余年的“多多鱼”品牌负责人周宁宁今年首次跨界转型,原创推出“防蚊爆香珠”。据介绍,产品研发前她花了半年调研市场,瞄准年轻群体“闻香识人”的消费偏好,选用香茅、柠檬桉、薄荷等天然植物精油配方,捏爆后可在10平方米空间留香10—15天,兼顾驱蚊功效与舒缓情绪功能。“现在选品逻辑早变了,过去只看功效,现在要‘颜值+体验’双达标,不然连被消费者尝试的机会都没有。”为此,周宁宁一改传统驱蚊产品灰暗单调的风格,产品外包装色彩明

快、造型精巧,店内布置也更像潮流文创买手店。

据悉,这款产品打破了驱蚊场景限制:居家出行可驱蚊、放车内当香氛,贴工位作清新剂,挂衣柜能增香,多场景属性让其复购率较普通驱蚊品高出30%。采购商夏丽萍反馈说:“我的客户说现在出门不带一颗,总觉得少了点什么,既能解压又能驱蚊,社交平台晒单率特别高。”

为适配不同市场需求,周宁宁还把爆珠嵌入冰箱贴、挂件、节庆饰品中,推出鲤鱼、醒狮等中式造型,还针对海外节日开发圣诞限定款,积极布局2026美加墨世界杯主题周边,眼下正陆续收到东南亚、欧美采购商的批量订单。

义乌小商品城日用百货行业商会相关负责人表示,当驱蚊产品不仅具备刚需属性,还叠加设计感、香氛体验与情绪价值,便跳出了传统品类竞争红海,也为义乌小商品升级提供了新样本。