

义乌何以“货通天下”

2 把“捕捉热点”迭代为预判需求

这两天,产自义乌的小风扇出货量呈爆发式增长,在欧洲市场热销。不少人感叹:“义乌又一次找准了风口。”在前不久结束的美加墨世界杯上,印着各国队徽的旗帜、定制款球迷服、球星积木等赛事周边,许多都是从义乌昼夜不息地发出去。换言之,把远方的消费脉动第一时间接回本地市场,才是义乌真正厉害的地方。

“别人还在追热点,义乌已经发货了”,这样的故事今年以来已经上演了不止一次。比如年初,一

批缝反了嘴的“哭哭马”意外戳中打工人,义乌商户紧急增设生产线;还有“只手遮天帽”,上午刚刚在全网刷屏,下午义乌商家就生产出了成品,还开发出“双手遮天帽”“兰花指遮阳帽”等升级版。网络上一句热梗、网友一个“许愿”,别人看到的是热度,义乌读到的是信号;别人追的是流量,义乌拼的是交付。

早年“鸡毛换糖”攒下的商业嗅觉,在数据、算法和平台能力加持下,如今更升级成了能提前预

3 从代工贴牌迈向品牌出海

说起义乌制造,过去外界总爱给它贴上“代工贴牌”“低价竞争”的标签。起步阶段的义乌,要在全球市场杀出一条“血路”,拼的首先是产品本身,至于品牌、设计这些“看不见”的投入,一度顾不上。结果是货卖到了全球,牌子却往往不是自己的,企业辛苦赚吆喝,却始终难以掌握话语权。

但市场竞争走到今天,光靠“卷产品”“卷价格”已经很难走远,如何从代工贴牌迈向品牌出

海,成了义乌制造的“必答题”。比如有企业抓住3D打印的商机,做出自有品牌,畅销海外;有企业把品牌店开进迪拜主流商场;也有企业专注IP开发,让中国传统文化跟着商品一起走出去。

品牌化转型的本质,不是简单从“做产品”转向“做品牌”,而是把制造能力、供应链效率等产品“硬实力”,与品牌塑造、设计创新、文化表达等“软实力”深度融合,推动义乌从“Made in Yiwu”

4 从“单车穿巷”升级为“四港联动”

放眼国内外,对外开放走在前列的地方,大多手握港口、交通、区位等“天赋牌”。先天条件并不占优的义乌,却偏偏打出了一手“王炸”。从一座内陆小城一步步成长为辐射全球的开放“桥头堡”,凭的正是那股“无中生有”的开放思维——没有海,就“借港出海”;不在交通干线上,就主动嵌入国家战略大通道,把地理短板一步步变

成联通世界的跳板。

陆港、海港、空港、信息港“四港联动”,织就一张联通全球的立体物流网。陆上,“义新欧”中欧班列累计开行超1.5万列,成为穿梭欧亚的“钢铁驼队”,在地缘冲突的复杂环境下,稳住了外贸“生命线”;海上,义乌深度对接宁波舟山港,实现“一次报关、一次查验、一次放行”,去年这一海铁

5 从“允许你们干”转向“支持你们闯”

回望义乌的崛起,始于民间的破冰突围,成于“有效市场”与“有为政府”的同频共振。20世纪80年代初,百姓摆摊经商屡遭约束,义乌以“四个允许”为小商品交易松绑,激活民间商业活力。后来,发展中体制机制束缚显现,在习近平同志的关心支持和推动下,“换上大衣服”的义乌发展活力不断释放。

比如针对县级市的要素资源指标不够用等问题,2006年,浙江启动义乌扩权改革,赋予其更大经济社会发展管理权限。又如,针对义乌小商品出口爆发式增长带来

的“小马拉大车”问题,2009年,原金华海关义乌办事处升格为义乌海关,提高了通关效率。再如,针对传统外贸模式滞后的问题,义乌成为全国首个由国务院批准的县级市国际贸易综合改革试点,2011年到2023年,义乌的外贸进出口总额增长了20多倍。2024年底新一轮国贸改革以来,义乌再一次赶制新“衣”,进出口规模不断攀升。

可以说,政府这只“有形之手”,始终为市场“无形之手”腾空间、清障碍、增助力,形成“市场做

判消费市场新变化的前瞻眼光,甚至反向创造“爆款”的能力。借助“世界义乌”商贸大模型,商户们能够一键生成多语种带货视频,让数字分身替自己“吆喝”。

从“有什么卖什么”到“要什么造什么”,再到“造什么火什么”,义乌靠的从来不是运气,而是把全球市场的细微变化与本地制造的快速响应牢牢接在一起的能力,不怕热搜会换、爆品会变。如今,“世界超市”的货架上摆着的,早已不只是商品,更是一种将风潮“变现”的本事。

加快迈向“Design by Yiwu”。

伴随着“义乌中国小商品城”品牌出海计划,通过海外分市场、海外仓、海外站、海外展厅和海外展会等模式,义乌已累计布局海外项目92个,帮助数千家经营主体开拓海外市场,更把义乌标准、义乌服务输出海外。低价能打开市场,品牌才能赢得市场,文化才能让市场走得更远,义乌正把短期价格优势沉淀为长期竞争实力,在全球价值链中地位不断攀升。

联运通道累计业务量突破100万标箱,把出海口“搬”到家门口;空中航线与数字通道同步发力,平均每分钟2.6万件快递从义乌发往全球。

山海之间的物理距离没有变,但借着制度创新和通道重构,义乌真正实现了通江达海、顺畅出海。这种连接陆海的开放突围,正是义乌人善于借势破局、敢闯敢试给出的硬核答案。

能做的事,政府做该做的事”的治理默契,这正是义乌持续焕发活力的深层密码。

最深厚的发展动力来自民间,最有效的治理之道在于改革创新。义乌连接起来的,不只是供需,内外和陆海这些看得见的要素,更无形中成就了市场与政府相向而行、活力与秩序相互托举、首创精神与制度创新“双向奔赴”的良性格局。也正因此,小商品闯出大市场的故事不会停留于“过去时”,而是不断续写在新的时代风浪中。

来源:浙江宣传

2026年民生实事追踪

全媒体记者 傅柏琳

中医“治未病”健康理念,正深度融入市民常态化健康养护。

作为2026年省、市政府重点民生实事项目,“名中医惠老医养健体服务”已在我市全面落地。项目依托名中医下沉基层、实用技法传授、个性化健康咨询及适宜技术体验等多元服务模式,切实提升老年人健康素养与生活质量,让优质中医药普惠服务直达基层。

今年3月至6月,我市紧扣时令节气、重要节日节点,有序推进“名中医惠老医养健体服务”系列惠民活动,先后走进绣湖公园、老年大学、各镇街基层点位,开展义诊咨询、养生教学、适宜技术体验等便民服务;同时还统筹整合全域中医药服务优质资源,搭建专业化中医药专家库,精准调度省、市、区级名医资源下沉一线,充实基层诊疗服务能力。截至目前,全市已累计开展16场专项医养健体服务,省、市、区级名中医下沉坐诊累计服务群众2074人次,其中老年群体1274人次,参与占比达61.4%,有效实现城乡老年中医药服务均衡发展,真正把专业、贴心的中医药服务送到群众家门口,持续提升中老年群体的健康获得感与幸福感。

我市面向全域公开征集活动点位,综合片区老年人口规模、出行便利度、场地配套条件、老年群体聚集程度多方因素择优筛选,最终确定覆盖山区村居、礼堂广场、镇街社区、养老中心、老年大学、文化礼堂中医保健等多元服务阵地。“以前自己随便按穴位总找不到门道,跟着专业医师学习规范的穴位按压手法,调理完感觉浑身舒展。”在惠老中医健康文化特色专场活动现场,接地气的中医药科普服务让大家切实掌握实用养生技能,收获看得见的健康福利。

据了解,“名中医惠老医养健体服务”系列活动现场,均设置多元化体验板块,兼顾知识科普、实操教学与理疗体验。现场开设体质辨识、健康咨询、中医适宜技术体验等功能区,专业医师为市民一对一辨证体质,结合个人身体状况讲解专属养生要点;耳穴压豆、刮痧等简易中医理疗项目因操作便捷、体感舒适,广受中老年市民青睐。同时,中医师范教学八段锦、太极拳等传统养生功法,同步传授多款居家简易养生技巧,引导参与者熟练掌握3种及以上实用养生方法,实现“学完就能用、日常能坚持”的良好科普效果。

依托多样化活动场景,我市精准对接不同群体差异化健康需求,让中医药服务更接地气、更贴民心。系列活动专门开设老年大学专属专场,聚焦离退休干部及广大老年群体核心健康诉求,特邀省、市级名中医团队下沉定点服务。活动现场,名中医团队耐心细致问诊查体、答疑解惑,一对一为老人辨证体质、定制个性化调理养护方案,有效破解了老年人“看名医远、慢病养护难、用药不规范”的民生难题,让城乡老年群体在家门口就能享受高品质、专业化的名医诊疗服务。

同时,我市延续传承传统中医师承育人模式,系统培育本土中医药后备人才,持续完善中医药人才梯队建设,让源远流长的朱丹溪中医药文脉在义乌薪火相传、生生不息。

市卫健局相关负责人介绍,义乌作为朱丹溪故里,持续推动优质中医药资源下沉城乡基层、惠及全域群众。接下来,我市将常态化、长效化推进“名中医惠老医养健体服务”,推动特色中医药服务全面走进社区、乡村、千家万户,持续擦亮“仁义丹溪”中医药特色金名片,以全方位、普惠性、精细化的中医惠民服务,悉心守护全市群众身心健康。

(上接第一版)

浙江蝶妃化妆品有限公司总经理胡永安在家中通过电视收看了专题片。“倍感振奋、深受鼓舞!总书记对义乌的关心和厚爱,是我们所有市场主体奋斗的不竭动力。作为在义乌创业发展的企业一员,我由衷感到骄傲和自豪,也更加坚定了感恩奋进的信心和决心。”胡永安动情地说。他介绍,蝶妃从“前店后厂”起步,30年专注主业,厂房规模成倍扩大,产值连年攀升,是“义乌发展经验”的受益者和践行者。“作为在民营经济一线奋斗了30多年的‘老兵’,接下来我们将继续坚守实业初心,精耕主业、做强品牌,以实际行动回馈这片热土。”

看到专题片里熟悉的朋友、市场和自己的画面时,常驻义乌的尼泊尔客商王子心中涌起一股暖流。2002年,初来义乌的他被这里琳琅满目的商品和开放包容的氛围所吸引,就此扎根,将生意拓展至南美、中东、非洲等地。2018年,他成为一名外籍调解员,并热心投身公益事业和志愿活动。在王子看来,义乌的发展看似“莫名其妙”,但其真正的魅力在于城市精神的开放与包容——它让每一位远道而来的追梦者都能在此找到归属感。王子表示,未来他将继续用自己的视角,向全球合作伙伴讲述义乌“莫名其妙”的发展故事,让更多人了解这座“世界超市”的独特精彩。

省委生态环境保护督察第8批3件群众信访举报件送达

7月23日,义乌市收到省委第二生态环境保护督察组交办的第8批3件群众信访举报件。从信访举报件生态环境问题类型来看,涉及水1件、大气1件、垃圾1件。截至当日,义乌市已累计收到省委第二生态环境保护督察组交办的信访举报件19件,举报件已及时转交相关部门和镇(街道)处理,环境信访交办件的办理情况将按照相关要求反馈督察组,整改和处理情况会及时向社会公开。

省委生态环境保护督察群众信访举报转办和边督边改公开情况一览表(第二批2件)

截至2026年7月23日,对省委第二生态环境保护督察组向义乌市交办的第二批2件群众信访举报件,各责任单位均按要求上报调查处理情况。群众信访举报转办和边督边改公开情况一览表详见义乌市人民政府网站“生态环境保护督察”专栏: http://www.yw.gov.cn/col/col1229451240/art/2026/art_cb1467d4353341409b9181eb2f788d6d.html

1 从『小商品市场』进化为『全球数贸中心』

义乌不靠海、不沿边,没有大宗贸易的天然优势。它只能从鸡毛、纽扣、拉链这些不起眼的小东西着手。可别小看这些东西,它们背后连着千家万户的日常生活,需求最广、根基最深。

习近平同志在浙江工作期间曾指出,“推进专业市场的扩张提升,这是义乌发展的龙头和基石”。一直以来,义乌始终沿着“兴商建市”的路子,走出了一条以市场兴产业、以产业强城市的发展路径。市场之于义乌,除了提供交易空间,更是聚合供给、牵引需求的平台,也因此,服装、饰品、玩具等产业得以集聚发展,“前店后厂”也不断迈向“现代智造”。

去年10月开业的第六代市场全球数贸中心,整合前五代市场积累的供需组织、资源配置、数字协同能力,向信息枢纽、金融节点、规则试验田跨越升级。信息流、货物流、资金流在此加速汇聚,选品、撮合、交易、履约全链条高效运转。多款AI贸易工具让中外客商沟通零障碍,市场日均客流达6万人次,“商二代”“创二代”“新生代”经营主体占比超五成,一座“买全球、卖全球、智全球”的现代化贸易枢纽已然成型。

义乌的发展史,从表面上看是“小商品市场”一步步演进为“全球数贸中心”,深里看则是高效衔接最分散的供给和最广泛的需求,并把这种连接能力持续做大做强的过程,如同“一个小孩长成了一个彪形大汉”。变大的不只是体量,更是发展的底盘、能级和动能。

从一片荒山到货通全球的电商枢纽——义乌横塘崛起一座“云端陆港城”

“现在,每天早上叫醒我的不是乡村的鸡鸣声,而是世界各地客商在我网店下单的‘叮咚’声。”站在自家位于义乌市城西街道陆港社区陆港一区39幢5楼的阳台上,望着不远处在原横塘村旧址上拔地而起的一片现代化大楼,村民吴晓佟满脸自豪,“小鸡变凤凰。昔日荒坡地,如今已成为活力满满的义乌电商产业新枢纽。”

20年前,横塘村是义乌郊外的一个小山村;如今,这里“无中生有”地崛起一座货通全球的“云端陆港城”,集聚900余家电子商务及产业链上下游企业,其中年销售额超亿元的企业有30家。每天,数以千万计的商品从这里发往全球各地。

习近平总书记近日作出重要指示,强调“把‘义乌发展经验’进一步总结好、运用好”。回望横塘村的蜕变,正是这一发展经验的鲜活注解。

时间回到2006年6月8日,一场关于义乌发展经验的座谈会,在义乌横塘村村委会会议室召开。座谈会上,时任浙江省委书记习近平同志将义乌的发展精辟概括为“‘莫名其妙’的发展、‘无中生有’的发展、‘点石成金’的发展”。

那一年,刚大专毕业、一心想创业的吴晓佟,兜兜转转成了一名物流配送员。转机出现在2011年,横塘村启动村集体土地征收,以推进义乌国际陆港电商城一期建设。嗅到商机的吴晓佟果断辞职,和妻子

回到横塘村做起淘宝电商,主营头花饰品。如今,他的网店全网年销售额已突破千万元。

横塘村党总支书记、村股份经济合作社理事长金向明说,横塘村虽距义乌主城区不到10公里,却一度因交通不便发展缓慢。义乌国际陆港电商城的规划建设,彻底打开了村庄发展新格局。2016年,建筑面积约30万平方米的电商城一期投用时,像吴晓佟这样返乡创业的村民已有近百人,许多原本“拿锄头”的村民“敲起了键盘”,当上了老板。

电商城首批入驻商家、新义乌人、帕森眼镜公司负责人孙成文感慨,入驻初期,电商城周边连一家像