

市场经纬

“世界超市”开卖“UFO”?



全媒体记者 吴峰宇/文 陈秋池/摄

近日,一段“义乌开始卖 UFO 了”的视频在社交平台刷屏——在义乌全球数贸中心,有一台酷似科幻电影中飞碟造型的载人飞行器,吸引不少海内外客商专程赶来打卡。

在义乌全球数贸中心四楼深圳智航无人机有限公司(以下简称“智航无人机”)展厅里,记者第一次见到那台“飞碟”。透明座舱折射着展厅的灯光,几个客商围着它拍照。这台飞行器并非影视道具,而是“智航无人机”自主研发的飞碟形载人 eVTOL(电动垂直起降飞行器)。

据介绍,该飞行器采用碟形机身与 360°全透明球形座舱,主体材质为玻璃纤维、碳纤维、铝合金及航空层板,可搭载 1 至 2 名乘客。它运用垂直起降技术,无需跑道,支持自动驾驶,主要面向低空观光、景区游览、飞行表演等场景。其“六桨”涵道设计将螺旋桨完全包覆于机身内部,具备水陆两栖起降能力,抗风等级达五级。

“这款载人飞碟售价 80 万元,飞行高度约 30 米,续航 15 分钟,已获得中国民用航空局颁发的民用无人驾驶航空器特许飞行证。”“智航无人机”驻义乌全球数贸中心展厅负责人黄扬告诉记者,自载人飞碟进场展示以来,日均接待中外客商十余拨,询价者络绎不绝。考虑到载人版价格较高,公司同步推出玩具版遥控飞碟,单价 268 元,深受采购商和消费者喜欢。

最引人关注的是订单规模。据该公司透露,载人飞碟产品分为“载人版”和“展示版”两类,去年,公司与琼海海上跳伞有限公司(以下简



工作人员展示飞碟形载人 eVTOL (电动垂直起降飞行器)衍生物



民用无人驾驶航空器特许飞行证



客商驻足参观



外观设计专利证书

称“琼海海上跳伞”)正式签署飞碟·eVTOL 预售协议,“琼海海上跳伞”将向“智航无人机”采购 68 台两座载人版飞碟 eVTOL 及 86 台静态展示版飞碟,总金额近 1.2 亿元。这笔订单背后,是低空经济从概念走向商业化的真实注脚——而义乌,恰好站在了这条赛道的交汇口。

今年 4 月,义乌全球数贸中心四楼“IP 潮品”与“智能科技”两大业态正式亮相。其中智能科技区块打造了义乌首个“低空经济+智能机器人+消费电子”一站式采购高地;无人机领域汇聚极飞、道通、亿航、智航等全球领军品牌;机器人赛道集擎朗、普渡、智元、宇树等顶尖企业,覆盖服务、人形及四足机器人等前沿品类;智能消费设备则引入 SKG、萤石、VR 星际空间等知名品牌,将最新科技成果与场景体验直接送到采购一线。义乌不仅

是“小商品集散地”更加速迈向“全球智能科技产品集散地”,无人机、机器人、AR/VR、低空装备等新品类集中涌入。

对“智航无人机”而言,入驻义乌全球数贸中心意味着产品直面全球采购商——省去异地奔波与漫长展期待,交易窗口就在展厅之中。“这里吸引了众多优秀载人飞行器和工业无人机企业入驻,大家看中的是义乌的外贸资源、物流通道和一流营商环境,这也是我们的核心考量。”黄扬说,后续公司新研发的产品会同步在展厅上架。

有网友调侃:“以前来义乌批发袜子、玩具,现在来义乌看载人 UFO。”这句话背后,是义乌市场的一次迭代:它仍在卖商品,但卖的已不只是日用百货,而是中国智造、低空经济和新生活方式。而这一切的答案,在于市场属性的深层蜕变。

记者手记: 义乌的魔力,在于它总能把“不可思议”变成“可以批发”。从前是圣诞树、圣诞老人,现在是人形机器人、载人飞碟。拨浪鼓摇出的商路,如今通向低空经济的新蓝海。但比产品更动人的,是那些站在飞碟旁询价的人。黄扬说,有人问能不能真的飞,有人问批发什么价格——一问懂憬,一问生意,两句话道尽了人们对新事物的全部态度。 当科幻照进现实,当梦想进入货架,新质生产力不再是一个抽象的概念。它是一台可以批发的飞碟,是一群敢为人先的客商,是一座城市把“无中生有”变成“无所不有”的魔法。义乌用它的方式告诉我们:创新不是空中楼阁,它可以飞,也可以飞入寻常百姓家。

全媒体记者 何彦婕 文/摄

如何用一张纸,让人静下心来专注,放松治愈?走进义乌全球数贸中心的芯陌文创集合店,答案便藏在这片温润明亮的文创空间里。

9 月 14 日,记者来到该店铺,原木展架有序排列,中岛展台与两侧货架满满当当,陈列着手帐本、贴纸、便签、贺卡等各类纸类文创产品。只要目光扫过货架,人们便忍不住停下脚步细细挑选,就连周边商铺的经营户,也常会抽空过来逛逛。

从手帐本到贴纸,从 IP 到造景,芯陌用一张纸,不断玩出新花样,也一步步解锁了新赛道。

10 年前,芯陌最开始做的是手帐本。那时候,团队一门心思打磨本册,从封面工艺到内页版式反复推敲。

“后来我发现,玩手帐,肯定缺不了胶带、贴纸。”经营户邱佳庆告诉记者。但贴纸赛道的纸制品技术门槛太低,跟风快、通货多、价格战是常态。因此,邱佳庆决定想办法做差异化,做自己的产品,走能持续输出的路线。

2023 年,“芯光少女”IP 由此诞生。据邱佳庆介绍,“芯光少女”是一个以主题玩法为核心的少女换装叙事 IP。它不预设固定主角,而

义乌“纸”造新玩法 解锁情绪文创赛道



“卷卷”抽拉式胶带深受客户喜爱



已粘贴完成的造景贴纸

用 IP 做差异化,用情绪价值“出圈”

是让每个少女在换装中完成自我表达与内在蜕变,并通过系列性持续更新,逐步串联成一个容纳所有少女审美想象的平行宇宙世界观。

“芯光少女”换装贴纸册一上架,就成了爆款。在这本册子里,有着青春靓丽的少女形象和几百张服饰贴纸,消费者可以根据自己的喜好自由搭配。

店铺内,一面墙上全是“芯光少女”系列的产品,如今已更新至 13.0 版本,每个版本风格各异,涵盖古

风、民族服饰、哥特风、赛博朋克、梦幻婚礼等主题,累计销售超 5000 万本。此外,爆改系列、美甲、剧情换装等不同主题,也已产出近 200 款产品。

此后,“闪闪”IP 登场,产品种类和玩法更多,不再局限于平面,食趣捏捏乐、安静书、扭蛋等不同品类更富趣味性。

今年,芯陌又上架新 IP“卷卷”,俘获年轻人的心。“不卷是我的态度”,正是它的口号。

造景贴纸新玩法,市场迭代再“破圈”

面积贴纸,芯陌便推出 A4 纸大小的竖版贴纸,再拓展到折叠式、盒装式、本册式等形态,并根据市场需求不断更新迭代,加入定位线、辅助贴等设计。

从去年开始,造景贴纸爆火,店内这类产品几乎生产多少卖多少,补货又售空的状态反复循环。造景贴纸迅速破圈,高峰时,单这一个品类月销售额就能接近百万元。直到现在,它依然是店里的销量担当。今年,造景贴纸销量同比增长 50%,芯

陌甚至专门成立了一个设计团队。除了国内客户,加拿大、美国以及对造景贴纸很感兴趣。“沉浸式码货收纳系列,他们一拿就是几十箱,不断返单,累计销量超一百万本。”邱佳庆拿起产品向记者介绍,这两天,3.0 和 4.0 版本即将上线。“新版本的视觉效果更好,在贴纸的色彩搭配以及裁切上都有所升级,消费者的体验感也会更好。”

前段时间,芯陌又开发了一种

第 11 届中国义乌汽摩配用品交易会闭幕 吸引专业采购商超 3.7 万人次 达成意向成交额近亿元

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 9 月 14 日,为期三天的 2026 第 11 届中国义乌国际汽摩配用品交易会在义乌国际博览中心收官。本届展会设标准展位 2030 个、展览面积 38000 平方米,吸引 1700 家企业参展,三天累计吸引专业采购商 37021 人次,同比增长 2%;其中来自 100 多个国家和地区的展商达 6123 人。现场达成意向成交额 9975.5 万元。

从汽车灯具、发动机、底盘、轴承、轮胎、橡胶制品,到新能源汽车配件、汽车改装用品、摩托车配件,汽摩配产业链多个品类集中亮相。海外采购商目标明确:找产品、比价格、谈订单。埃塞俄比亚采购商穆罕默德说:“我们主要从中国采购汽车配件,

销往非洲市场。这次来义乌逛展会,就是找价格更有竞争力、质量稳定的供应商。”

外贸属性是本届展会最鲜明的底色。采购商来自中东、非洲、东南亚、南美等市场的外商和外贸公司为主。首次参展的参展商黄继涛把二手的集卡车、工程车带到现场:“非洲市场特别欢迎这类产品,常驻义乌的非洲外商有很多,都是我们的潜在客户。”同样首次参展的孟伟则表示:“我们主做轮胎产品,目前义乌市场已有代理商,这次还是想再拓展一些新客户,整体效果不错,后续会跟进洽谈。”

据悉,下届展会将继续依托义乌市场与外贸通道优势,进一步打通汽摩配产业带与全球采购网络,助力更多中国制造“按市场定制、顺着供应链出海”。

中秋国庆假期来袭 义乌旅游市场提前升温

全媒体记者 陈聪

本报讯 中秋、国庆“双节”即将来临。连日来,“请 3 休 13”的超长拼假攻略在各大社交平台刷屏,早早点燃了人们藏了许久的出游热情。9 月 15 日,记者走访我市多家旅行社了解到,今年“双节”的旅游热已经提前到来。

“最近长途专列出游热度比较高,东北、新疆等都是热门线路。”悦华旅游负责人傅兵介绍,“双节”假期即将来临,前来咨询和报名的市民正逐渐增多,而中老年群体则是其旅行社中的主力军。专列出游,既能沿途欣赏风景,又能免去舟车劳顿,成了中老年群体出游的首选。“我们推出的热门专列线路,报名情况都非常火爆,不少市民已经抢先错峰出游了。”

除了专列出游这种轻松漫游的旅行方式,小团游、短途游也备受青睐。“国庆期间刚好要去台州参加婚礼,我准备和朋友组一个省内短途游,去神仙居爬爬山,再去云上草原欣赏秋日美景。”市民陈璐杰表示,今年的秋日气息来得比以往更早一些,趁此机会去大自然里感受秋意,是假期里最惬意的安排。

傅兵表示,近期其旅行社收到的此类短途游订单正不断增加,多以家庭亲子、朋友结伴为主,行程集中在两三天。“目前,中秋假期的周边短线游都已陆续成

团。”他举例表示,省内的云和、乌镇、建德等,省外的苏州、南京等都是热门目的地。从价格上来看,今年旅游产品价格总体平稳,性价比比较高。

与往年不同的是,今年的中秋假期和国庆假期之间仅间隔 3 天,在“请 3 休 13”拼假方案和假期间隔较短的双重带动下,今年旅游市场将迎来“超长版黄金周”,让长线游热度持续攀升。

途牛《2026 中秋国庆出游趋势预测》显示,中秋国庆假期出境游、境内长线游用户预订和出游周期明显前移,喀什、阿勒泰、西双版纳等地区预订量增幅明显。同程旅行发布的《2026 中秋国庆旅行趋势预测报告》同样表明,长线游持续领跑,相关旅行产品预订热度同比增长超 30%,新疆、云南、四川等西北、西南地区的核心目的地的预订量领衔增长。

这一趋势,在浙江寰亚旅行社得到了印证。“今年假期长,很多来咨询的人都会比较向往云南、贵州、新疆等长线路。”工作人员杨谨榕表示,连日来门店收到的长线游咨询量明显上升,这类长线游颇受年轻人青睐。

与此同时,出境游热度同样不减。“目前比较热门的是西欧国家,气候与国内差不多,加上暑期高峰过后,这个时间段的性价比比较高。”此外,希腊、土耳其等也是热门选择。

国际商贸城二区 采购商服务季活动落幕

全媒体记者 陈聪 文/摄

本报讯 9 月 14 日,以“秋日暖商·采购正旺”为主题的国际商贸城二区采购商服务季活动暖心落幕。在这场为期 5 天的活动中,海内外采购商在市场上享受到了休闲休息、便捷采洽等暖心服务。

据悉,此次采购商服务季活动分别在国际商贸城二区 21 号门二楼四街和 42 号门一楼场中街设置了采购商服务驿站,为往来采购商免费提供柠檬水、咖啡、果汁等饮品,并配备桌椅、按摩器等休闲设施,供大家歇脚休憩。

“上午在商场里逛了一圈,刚好路过这里可以休息一下。”9 月 14 日一早,来自上海的采购商徐延杰便来到国际商贸城二区采购。从工作人员手中接过一杯冰凉的柠檬水,他笑着说:“这是我第一次来义乌,市场比想象中大得多,产品也很丰富,逛得有点累,这个服务

驿站设置得非常贴心。”他此行的目的,是采购一批宠物用品带回上海销售,在工作人员的引导下,他很快找到了几家合适的供应商,准备进一步洽谈采购细节。 服务驿站同样吸引了不少外商的目光。扫描二维码、提交采购信息,来自尼日利亚的采购商奥马在工作人员的指引下,轻松完成了采购需求登记,并兑换了一杯冰咖啡。“义乌市场的产品非常新颖,这里的服务也很周到,给我留下了很好的印象。”奥马竖着大拇指连连称赞。

商城集团国际商贸城第二分公司相关负责人表示,秋日来临,此次活动重在增强采购商的体验感和获得感,不仅免费提供冷饮、热饮,还特别延长了服务周期,让更多海内外采购商享受暖心服务,提升客商黏性,助力经营户稳客拓单、增收提效,持续擦亮市场优质商贸服务名片。



采购商服务驿站一角