

市场经纬

课程设置紧跟市场脉搏 及时回应交易现实需要
义乌市市场外语“早自习”持续开课

全媒体记者 吴峰宇
实习生 余喆文/摄

日前,在义乌国际商贸城三区60号门中庭,外语晨练培训如期开课,培训时间为8:40—9:20。数十名从市场各区块赶来的经营户手持精编商务英语教材,在义乌中国小商品城商学院实战讲师的带领下逐句跟读、反复练习,现场学习氛围浓厚。

记者从外语晨练培训主办方商城集团了解到,该培训已持续开展20多年,从满足贸易环节的语言“刚需”出发,帮助经营主体掌握一门甚至多门实用外语,且所有课程面向国际商贸城全体商户免费开放,累计培训市场主体已超60万人次。

今年,外语晨练培训首期课程于3月23日在义乌全球数贸中心启动,随后逐步覆盖国际商贸城一区至五区。课程以商务英语、西班牙语、阿拉伯语口语为核心,并结合8万多个摊位经营主体在贸易推介、客户洽谈等实际场景中的用语需求,新增俄语教学,全年计划举办220场。截至9月底,外语晨练培训已开展超180场,数万名市场经营主体和国内外客商从中受益。

在晨练现场第一排,义乌国际商贸城二区经营户赵晓玲格外专注,手中的学习卡上已密密麻麻记满要点。赵晓玲主营雨具生意,日常需频繁与外商对接,英语、阿拉伯语和西班牙语是其与客户沟通的主要语种。“以前我完全不会讲外语,基本全靠翻译机。”赵晓玲回忆,2024年她开始跟随外语晨练培训学习英语,逐步掌握了商贸场景中的常用语句,与外商沟通渐趋顺畅,光是外语学习笔记就记满了5本。此后,随着全球客商数量持续增加,她又陆续学习了阿拉伯语、西班牙语和俄语,生意也越做越好。在她看来,外语能力是打开国际贸易大门的“金钥匙”,语言基础薄弱,业务往往难以突破。“我就想一门心思把几门外语学好,把生意在国际市场上越做越顺。”



英语讲师正在为经营户授课



市场经营户学习热情高涨

义乌国际商贸城三区经营户蒋秀玲报名参加了当期的英语晨练培训,20多天来积累了不少实用的词汇与句型。她深有感触地说:“课堂上学到的内容,当天就能直接用在与进店外商的交流上,这种‘学以致用’的模式,让每一次学习都迅速转化为实实在在的在经营助力。下一期培训,我还要继续参加。”

“50多岁,正是‘闯’的年纪。我们义乌做的是全球生意!”同样通过学习外语找到商机的,还有国际商

贸城四区老板娘姚宝娟。她坚持参加外语晨练多年,如今已能使用英语、西班牙语、俄语、韩语和阿拉伯语五种商务用语,与全球客商直接对话。在她看来,掌握多门外语,不仅能跨越语言障碍,更能与不同国家的客商建立深度沟通。相比依赖翻译或机器,用对方的语言交流,既拉近了彼此距离,也为生意往来注入了更多诚意与温度,这正是她在国际商贸舞台上站稳脚跟的“法宝”。

报价、产品介绍、订单沟通——

供需两端“双向奔赴”
义乌国际仿真花及配件市场举办采洽会

全媒体记者 吴峰宇
实习生 余喆文/摄

本报讯 “我以为这束玫瑰是真的,没想到是仿真花,制作工艺太精湛了。”阿富汗客商萨拉曼被会场的仿真花吸引。日前,来自德国、波兰、俄罗斯、巴基斯坦、哥伦比亚等国家的60余名外商齐聚义乌国际仿真花及配件市场,参加2026金秋采购季采洽会。萨拉曼常年义乌、广州等地采购小商品,仿真花是其主要采购品类之一,年出口量达400个集装箱,目的地包括阿联酋迪拜、阿富汗、沙特等国家和地区。他告诉记者,仿真花在海外市场需求旺盛——既可作为家居摆件点缀生活空间,也广泛应用于餐厅、酒店、婚礼等场景。

在鸿威仿真花摊位前,有外商

看中样品便与经营户互加微信,约定后续详谈。看着经营户们手捧鲜花、热情推介的身影,义乌中国小商品城花类配件行业协会秘书长吴华英感慨道:“仿真花类商户集聚义乌市场以来,商城集团国际生产资料市场分公司为区块繁荣做了大量工作。采洽会的好处实实在在:商户不用坐等客来,采购商不用盲目寻货,供需两端精准对接,市场人气越聚越旺。”姐妹仿真花经营户李来燕说,线下采洽会让外商能直观感受产品质感,相比线上沟通,成交意向明显更高,“今天已经加了十几个外商微信,后续跟进很有信心。”

供需两端的“双向奔赴”,让这场采洽会的效率远超预期。对外商而言,这种集中联展的模式同样解决了以往的痛点。“以前采购需要在



境外采购商与仿真花类商户洽谈

市场里一家家跑,比较费时间。这次采洽会集中行业优质商户联展,还邀请19家重点商户进行新品发布推介,不用跑遍市场就能一站式选齐各类仿真花产品,非常方便。”波兰客商伊莱在接受记者采访时表示,“你看,这些经营户多热情,刚聊了没几句,微信就加了一堆,样品和报价单也直接发过来了,非常高效。”

据介绍,义乌国际仿真花及配件

比特这个名字,在工业无人机圈子里并不陌生。与常见的消费级航拍无人机不同,科比特早已针对不同工业场景推出了差异化产品,比如适配轻型小型便携巡检的“小旋风”系列,适配大载重作业的“入云龙”系列,适配通讯中继及物资运输的“插翅虎”系列,覆盖了应急救援、农业植保、文旅表演、测绘巡检、教育培训等领域,在各行业的工业作业场景中都扮演着重要角色。

“我们的理念很简单,客户有什么问题,我们就站在客户的角度去解决问题。”郑志强介绍,科比特自创立之初便聚焦工业无人机,围绕真实场景做产品。“客户也许不懂产品参数,但一定懂自己的应用场景,我们要做的就是让产品去适配场景,而不是让客户去迁就产品。”

在农田上空播撒种子的无人

机、在城市夜空绽放光影效果的无人机、在应急救援现场投送物资的无人机……在科比特航空,不同国家的客户带着不同的需求而来。

一外商在对接中提出,希望找到适合播撒玉米种子的无人机,并对作业容量提出了明确需求。“结合当地地形和种植特点,我们推荐了相应产品,但与客户期望的容量并不完全一致。”郑志强介绍,团队没有简单回绝,而是围绕客户实际使用场景反复沟通,并依托义乌完善的供应链体系,对现有产品进行针对性微调,提出更适配的容量方案。通过这样的对接,客户对产品的适配性和定制服务能力有了更直观的了解。

科比特的无人机产品目前已经远销南美、中东、非洲等区域的80多个国家和地区。入驻义乌市场以来,企业正借助义乌市场的全球辐射力,进一步深耕海外市场。郑志强表示,工业级无人机在许多国家尚未完全普及,近两年企业正大力拓展海外市场。“义乌汇聚了全球各地的采购商,能让我们更快触达目标客户。”

国产头部动漫与义乌产业协同出海
“熊出没”IP
全球数贸中心旗舰店开业

全媒体记者 吴峰宇
实习生 余喆文/摄

本报讯 10月11日,“熊出没”IP与义乌产业融合发布会暨旗舰店开业活动在义乌全球数贸中心数贸港举行。这是华强方特旗下“熊出没”IP在义乌落地的首个实体项目,标志着国产头部动漫IP与义乌市场在双向赋能、协同出海方面迈出实质性一步。

作为国内头部动漫IP,“熊出没”自2012年推出以来,已累计出品15部电视系列片、12部院线电影,系列大电影总票房超96亿元,总观影人次超2亿。其作品被译成100多种语言,发行至全球130多个国家和地区,拥有广泛的受众基础。

华强方特集团副总裁、华强方特(深圳)文创产品有限公司总经理陈祖尧表示,义乌拥有完整的制造链条和高效的打样能力,是IP落地的重要优势。此次合作不仅是“熊出没”从主题乐园走向全球零售货架的尝试,也将加速该IP从国民文化符号向全球消费品牌跨越。

“熊出没”IP旗舰店负责人赵素云认为,依托义乌完备的设计智造能力及全球贸易网络,有助于拓宽IP出海版图;同时,义乌商户也能借助IP赋

能,提升产品附加值,打造具有中国文化属性的特色商品。

开业首日,旗舰店上架了涵盖毛绒玩具、配饰挂件等品类的400余款“熊出没”主题商品。发布会上,“熊出没”还披露了IP视觉体系战略升级成果,在保留经典形象亲和力的基础上,融入现代设计语言,推出更多元的设计图库,以适配跨品类开发需求。面向义乌本地客商的专属授权政策也同步发布,旨在降低产业带企业对接头部国漫IP的门槛。

业内人士指出,“熊出没”与义乌的合作,是国产原创动漫IP与国内优势产业集群深度融合的新探索,将为“国民IP+中国智造”协同出海提供新路径。

今年以来,商城集团全球数贸中心分公司积极对接全球知名IP,推动迪士尼、三丽鸥、小猪佩奇、奥特曼等IP授权落地,助力“世界超市”从产品出海向品牌出海升级。10月12日至13日,义乌全球数贸中心IP服务中心联合中央广播电视总台(CMG)IP义乌授权中心,连续举办4场IP专场发布活动,邀请天云文化、中国动漫集团、央视动画等机构参加,为市场商户提供从IP遴选、商务洽谈到锁定合作意向的一站式服务。



市场经营户采购商代表在“熊出没”IP海报墙合影留念

助推“设计师进市场”
义乌全球数贸中心
引入优质设计资源

全媒体记者 吴峰宇
实习生 余喆

本报讯 近日,义乌全球数贸中心举办“设计师进市场”专场对接活动。50余位创意设计人才分批次走进潮玩、时尚珠宝专区,与场内商户开展精准对接,旨在通过引入全球优质设计资源,破解产品同质化难题,推动义乌市场从“卖产品”向“卖设计、卖文化”转型升级。

活动现场,设计端与供给端的互动频繁。来自上海的独立设计师林星星与经营户陈素环就中药手串的材质组合与起订量进行了深入洽谈。陈素环现场展示了不同药材珠子的搭

配逻辑,双方就后续定制方案达成初步合作意向。

“掐丝工艺在‘新中式’‘轻古风’等细分赛道中市场反响热烈。”来自宁波的设计师周微微在对接中表示,目前独立设计面临生产承接能力弱、接单渠道有限等痛点。依托义乌成熟的市場销售渠道,有望推动设计产品从零散小单向批量出货转化,实现设计价值的规模化落地。

义乌中国小商品城商会时尚珠宝行业协会秘书长钟敏表示,此次活动有效打通了创意图纸到市场爆款转化通道,为传统饰品赋予了更高的文化附加值与溢价空间。



境外采购商向参展商咨询产品细节

义乌机械展
打造农机产业交流平台

全媒体记者 吴峰宇
实习生 余喆文/摄

本报讯 10月12日至14日,2026中国义乌植保农机、水泵及机电产品博览会(以下简称“机械展”)在义乌国际博览中心举办。展会以“精准对接供需、赋能产业升级”为主题,展览面积3万平方米,设国际标准展位1100个,吸引近800家企业参展。

展会现场商贸对接高效推进。荷兰客商约翰在武义史夫克工具股份有限公司展位了解电动割草机参数后,达成初步采购意向,随后又在相邻展位对接金属网采购需求,实现一站式采购。沧州哈尔工具制造有限公司负责人张金朋介绍,公司已连续多年参展义乌展会,依托展会渠道每年对欧

美、中东市场的出口额超5000万元,并通过义乌窗口持续获取海外市场反馈,迭代产品性能。数据显示,义乌机电产品出口保持两位数增长,2025年出口额达2689.4亿元,同比增长25.1%,占全市出口总额的36.8%。

本届展会聚焦农机核心配件、水泵设备及智能农机装备全产业链,配套开通展馆至义乌国际生产资料市场的专属接驳大巴,实现展馆与市场无缝联动。同时举办采购商嘉年华、定向对接会等活动,前期精准匹配供需信息,提升商贸对接效率。展会同步搭建线上线下推广体系,线下深入全国重点专业市场,行业展会开展巡回宣推,线上依托多社交平台全域传播,打造永不落幕的农机产业交流平台,助力农机产业全球协同发展。