

■ 聚焦义博会

展场无缝衔接 服务创新升级

义博会转换“短期流量”成“长效动能”

□ 全媒体记者 吴峰宇

10月22日,百余名南美采购商组成的“超级采购团”刚结束义博会观展,便直奔义乌国际商贸城二区、义乌全球数贸中心及商城集团旗下重点产业园区。在义乌新能源产品市场,秘鲁采购商威廉姆斯·布斯塔曼特一下车便直奔太阳能储能店铺选品。像这样“展场无缝衔接”的场景,展会期间每天都在义乌市场上演。

“逛完义博会,就马不停蹄地来到市场和产业园区!”这不仅是一届义博会采购商的真实写照,更是展会与市场、产业园区“展场园联动”的生动缩影。记者了解到,本届义博会创新服务模式,全面强化展会、市场与产业园区三方资源的高效联动。展会期间,主办方特别开通穿梭巴士专线,精准组织百余个国内外专业采购商团组,先后赴义乌国际商贸城各区域及商城集团旗下重点产业园区开展实地对接,真正实现从“展馆看样”到“市场下单”再到“园区探厂”的全

链条贸易对接。

“展场园联动”的便利,采购商感受最深。在义乌国际博览中心E1馆出口处,准备乘车的哥伦比亚外商桑德罗·马丁内斯对义乌并不陌生,但今年义博会与市场的“双向奔赴”让他倍感惊喜:“从展会到市场非常方便,有免费的巴士直达。义博会上看到了新品趋势,但我想了解工厂的常规爆款和最新产能,所以必须来市场看看。”在义乌全球数贸中心,他的目标明确:重点采购智能装备与户外装备。从AI机器人、AI翻译机到便携式帐篷、户外储能设备,他逐一询价咨询。经过一下午高效对接,桑德罗·马丁内斯与多家商户敲定合作意向,初步采购金额达8万美元。他笑着表示:“还要去电商园区,那里的跨境业态更让人期待!”

“桑德罗·马丁内斯们”的采购热情,折射出南美采购交易团的整体活跃度。据商城展览公司相关负责人介绍,本届南美采购交易团成员来自巴西、阿根廷、秘鲁、哥伦比亚、玻利维亚

等国家,重点采购小商品、家居日用品、五金工具等义乌优势出口品类。据不完全统计,开展以来,南美采购交易团已与参展企业、市场商户达成意向采购金额人民币500万元。

双向联动不仅让采购商受益,也让参展商和市场商户尝到了甜头。从展位到摊位,义乌市场经营户桂海琴的“联动生意经”颇具代表性。“展会前几天是‘看样、比价、加微信’,后面几天,客商就顺着导航找到了我在二区的商铺。”桂海琴笑着说。在她看来,“展场园联动”的好处实实在在。大型展会上,客户群体往往具有复合采购需求——来看厨卫的,顺带就把日用百货也看了。“客户来一趟不容易,相关联的品类一起看完,对我们参展商来说就是最大的红利。”除了订单,展会更是她的“资源库”:和同行聊聊天,行业新动向、新品趋势了然于胸;现场对接的货代公司,让出口渠道多了新选择。

除了南美采购团,其他国家和地区

采购商同样步伐匆匆。展会期间,蒙古国、非洲及国内采购商团组深入各市场,按清单分头看样比价。外商的采购劲头十足——有人为比对一款配件的材质,连跑多家店铺;有人为赶在市场闭市前锁定样品,一路小跑。这份拼劲背后,离不开商城集团的全链条服务支撑:从志愿服务、市场导航,到物流快递、跨境结算,让外商“买得放心、走得顺畅”。非洲采购商雷金感慨:“上午在展会看趋势,下午在市场找货源,这就是义乌的效率。”

外商的赞叹背后,是主办方对“展场园联动”的持续深耕。商城展览公司相关负责人表示,今年以来,公司将“展场园联动”作为重点攻坚任务,着力将展会的短期集聚效应转化为市场的长效动能。同时,与集团旗下各兄弟公司积极对接,开展形式多样的展场联动活动:一方面,组织优质市场经营户及采购商走进义博会展馆,实现“商户看趋势、买家找新品”的双向奔赴;另一方面,配备专职人员全程带队服务,确保对接活动高效有序。

展位间“新奇特”与“老文脉”交相辉映

义博会上探秘义乌商贸文化魅力



多头3D打印机器受欢迎



双童吸管展位

□ 全媒体记者 陈张彪 文/摄

客商云集,展品琳琅。连日来,第32届中国义乌国际小商品博览会(以下简称“义博会”)现场热闹非凡,亮点纷呈。来自全球各地的采购商穿梭于各个展位,看样、询价、洽谈,在这场盛会里,既有瞄准海外市场的创意好物、硬核前沿的科创装备等“新奇特”展品吸睛出圈,也有承载城市根脉的“鸡毛换糖”文化打卡点温暖亮相。新潮产品释放外贸新活力,厚重的义乌精神浸润展会现场,传统底蕴与前沿创新交织碰撞,勾勒出世界小商品之都生生不息的发展图景。

硬核科创产品成为展会上亮眼的“新势力”。首次亮相义博会的浙江飞熊三维科技,带来国内少见的8头3D

打印机样机,引得不少客商驻足观摩。“这就是高科技产品的魅力,我们已经对客商的热情关注习以为常。”销售经理林超介绍,这款新机预计12月正式推向市场,相较于市面上比较流行的4色打印设备,这款产品可实现8色打印,兼容工程材料,换料损耗更低、更加省料;设备支持Wi-Fi联机,导入3D模型即可打印。

科创尖货之外,文创好物同样收获海外采购商青睐。在义乌市美雪浓工艺品的展位上,客流络绎不绝。清新雅致的圣诞主题瓷器整齐陈列,明快柔和的色彩、精巧别致的造型,吸引了不少海外采购商的目光,大家俯身细看样品,现场询价,洽谈氛围火热。负责人单娟穿梭在客商之间,忙得不停。

“海外节日订单需求旺盛,这类主

题瓷器,是我们多年深耕海外市场的主打产品,每次展会都能收获不少意向客户。”单娟说,依托对海外节日消费偏好的持续研究,企业持续迭代节庆文创瓷器,持续开拓海外市场,义博会正是对接全球客户的重要窗口。

展品之外,一抹镌刻城市记忆的亮色,在展馆内引发持续关注。双童展位不只有各类吸管产品,更把义乌创业文脉搬进了义博会展场。

“没想到在义博会现场还能感受到义乌的创业文化,让我很惊喜。”客商周文文在“双童商学院打卡点”打卡后感慨道。记者看到,在该点位,古朴竹扁担挑起两只竹编箩筐,搭配带玻璃橱窗的老式货匣,完整复原敲糖帮货郎担,再现了早年义乌货郎走村串户、闯荡谋生的模样。

打卡点的背景展板,形成巧妙对照:一面是企业牵头制定的多项国家、行业标准,国家高新技术企业、浙江省出口名牌等一长串荣誉;另一面写着“员工自主创业共享平台”“机制创新激发员工创造”,承载企业创新创业培育的实践。一担敲糖旧物,一张现代智造成绩单,串联起从鸡毛换糖、走街叫卖,到深耕标准、面向全球智造的发展之路。

往来客商络绎不绝。新产品、新技术、新文化在展会上同台绽放。一件件“新奇特”展品,是企业敏锐捕捉全球需求、持续创新的写照;而“鸡毛换糖”的老行当,静静诉说着商城的创业故事。新活力扎根老底蕴,老文脉赋能新发展,在义博会这个开放平台上,义乌故事正持续向世界讲述。

□ 全媒体记者 陈雨萌

本报讯 10月22日,2026“金贸全球”供采对接会(中东、东盟专场)在义乌国际博览中心举行。本次活动创新推行“国别专场+产业专场”双线办会模式,构建多市场覆盖、多产业联动、供采精准对接的办会体系,旨在为广大外贸企业打造常态化“家门口拓市”平台。

此前已成功举办非洲专场、五金专场、俄罗斯中亚专场三场活动,累计达成正式合作金额约5100万元,意向合同金额约6.2亿元,成效丰硕,赢得供采双方一致好评。本次活动聚焦中东、东盟两大核心外贸市场,进一步拓宽全球重点区域合作版图,为外贸企业出海赋能增效。

中东、东盟是金华外贸基本盘:近5亿人口的中东市场体量可观,轻工产品进口需求旺盛,2025年金华对中东出口1244亿元;超6亿人口的东盟市场依托RCEP红利,与金华市产业联动紧密,2025年金华对东盟国家出口921.75亿元,五金建材、餐厨家电、日用百货等产品广受当地市场认可。本次活动联动义博会,针对两大市场差异化采购特点做精准设计,瞄准中东客商看重品质工艺、大批量采购,东盟客商偏好小批量试单、柔性定制的不同诉求,提前完成供需匹配,将展会流动客流转化为高质量贸易线索,助力企业高效洽谈。

活动现场设置40家企业组团的精品展示席位,集中展现金华轻工全链条产品,80家中东、东盟采购商携上百个采购清单到场询价,与近200家金华供应商面对面磋商。洽谈现场,供采双方围绕产品定制、采购规模、跨境物流、区域代理等业务细节充分交流,不少企业现场敲定后续样品寄送、小单试产安排,贸易线索转化率进一步提升。活动现场签订正式协议金额达1700万元,意向合作协议金额超1亿元。金华市国际商会与穆罕默迪亚企业家联合会(SUMU)在活动现场签署了经贸合作协议,为供采双方搭建起信息共享、客商互通的合作纽带。

金华市贸促会负责人表示,“金贸全球”系列活动不追求一次性热闹,重在构建可持续的国际贸易对接平台,助力企业精准抢抓海外市场机遇,不断提升“金华制造”的国际市场竞争力。义乌伊拉克人商会长海德表示:“这次活动产业匹配度高,产品品类丰富,为我们一站式寻找合作伙伴提供了很大的便利。”

“这已经是我们企业今年第四次参加‘金贸全球’供采对接会系列活动,平台精准匹配海外采购商,省去自己到处找客户的成本。”金华骏风电动工具有限公司负责人表示,系列专场针对不同海外市场的采购特点做定向对接,本次中东、东盟专场,现场就对接上多家意向采购商,拿到了样品订单意向,实实在在帮企业把产品推到海外市场。

金华市市晟工具有限公司负责人同样深有感触,“‘金贸全球’每一场专场都能接触到不同区域的优质客商,为我们工具类产品出海搭建了稳定的对接渠道,不用远赴海外参展,在家门口就能对接海外市场,对中小外贸企业十分友好。”

据介绍,中东、东盟专场结束后,以新能源绿色赛道为专题的中国(浙江)—非洲新能源产业合作洽谈会将于11月13日举办。

承接参展热潮

室外展馆人气爆棚

□ 全媒体记者 陈健贤

10月23日下午,第32届中国义乌国际小商品博览会(以下简称“义博会”)迎来第三天,展馆内热度依旧。火爆的参展需求让室内展馆“一位难求”,主办方因此还在展馆外搭建了1155平方米的篷房——W1馆,设立了515个展位。展位前,采购商举着手机翻译界面与摊主热络洽谈,报价、比样、拍照一气呵成,人气丝毫不输室内主馆。

在义乌东龙电器有限公司的展位前,参展商钟明宇正忙着接待来自斯里兰卡、中东等地的客商。这家广东湛江的企业已连续十多年参展,旗下“Su Tai”品牌主打外贸市场,产品销往全球80多个国家和地区。“我们从最早只做电热水壶,到现在已经发展到约600个SKU,每个月还在持续更新。”钟明宇介绍。展台上,触摸屏产品显款、不锈钢与玻璃材质的新品整齐排列,吸引了一批又一批客商、谈及参展感受,钟明宇坦言:“义博会一年比一年好,规模越来越大,服务也越来越完善。我们提前两三个月就备好了新品,都是为了在义博会上亮相,从而拓宽渠道、结识新客。”

浙江亚宏新材料科技有限公司展位同样人气颇高。外贸经理尉女士告诉记者,企业参加义博会已经有七八年了,主营墙贴、地板贴等产品,99%面向外贸市场。从早期的大理石纹到如今流行的仿软装、仿墙布自粘材料,产品不断迭代升级。开展三天来,企业已与多位老客户达成意向,其中一笔发往古巴的订单涉及7个货柜,目前正在就价格进行最后磋商。“每年参展都能接触到新客源,今年的效果也很不错。”尉女士对参展效果表示满意。

首次参加义博会的鸿旺达晾衣架设计专家李超正向外国客商介绍产品。这家位于河北的工厂,主打高品质晾衣架。“哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦的客户都对我们的产品很感兴趣。”李超说,虽然是第一次参展,但义博会客流量大、国际化程度高的特点让他印象深刻,“很多外商会直接带着翻译软件来洽谈,也有不少人中文说得很好,沟通非常顺畅。”李超对义乌的商业氛围赞不绝口,“这里客流量大,我们从早忙到晚,尤其是让全球客商都聚在一起,效率高。明年我们肯定还来。”

“产区+市场”,拓展外贸出海新路径

□ 全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 10月21日至24日,第32届中国义乌国际小商品博览会(以下简称“义博会”)在义乌国际博览中心举行。素有“中国水暖之都”之称的福建省南安市组织40家水暖卫浴企业参展,集中展示全品类水暖卫浴产品。

展会期间,南安同步举办优品专场对接会,依托义博会国际化商贸平台,推动“南安制造”对接全球采购资源,拓展国内外市场。南安市商务局及相关行业协会代表,与常驻义乌外商、外贸公司、市场经营户等共50余人到会推介洽谈。

据悉,南安是国内水暖卫浴核心产业集群,集聚700多家水暖卫浴企业,产品远销全球120多个国家和地区。近年来南安持续布局海外仓,国际供应链集散中心,2025年水暖卫浴外贸进出口额达205.11亿元。

福建科勒卫浴有限公司相关负责人孙煜,今年已经是第4次带着产品来到义乌。从最初“试水”义博会,到后来常态化对接义乌国际商贸城客商,南安卫浴企业看中的,正是义乌这张“世界超市”的全球贸易网络。“前面几

次参展效果不错,真金白银的订单是最直接的反馈。”孙煜说,通过义博会和义乌外贸渠道,公司此前已拿到多笔外贸订单,最大的一笔就在去年,金额40多万元。对一家主打水暖卫浴、花洒龙头和卫浴五金的南安企业来说,这样的转化验证了“产区制造+义乌出海”的路径。

更稳定的合作,发生在展外。孙煜介绍,如今在义乌国际商贸城,不少经营水暖五金、卫浴产品的商户已与福建科勒卫浴建立供货与代销合作——南安企业负责源头生产、品控和打样,义乌商户负责接单、组货、发往海外,“就像把南安车间和义乌前台连在了一起”。

“义博会的平台非常好,让我能一站式式对接到众多源头工厂。”来自莱索托的采购商雷金表示,自己平时在义乌国际商贸城就经常采购卫浴产品,而这次南安优品专场对接会让他直接对接到了一手货源。“这次我加了很多南安水暖卫浴工厂负责人的微信,拿到了大量报价单和样品,为后续采购提供了极大便利。”雷金对未来的合作充满期待。

现场对接环节气氛热烈。按照前期供需配



参展商和客商洽谈

安参展企业分组落座,定向配对洽谈与自由交流相结合,现场配备多语种翻译保障沟通顺畅,双方围绕产品规格、贸易条件、长期合作模式深入磋商,同步收集意向合作登记表,挖掘订单机遇。

南安优品专场对接会主办方相关负责人表示,本次南安采取“专区

实体展示+专场供需对接”组合模式,实现产品展示、产业宣讲、精准贸易对接一体化。接下来,南安将深化与义乌的合作,推动“南安制造+义乌出海”进一步走实,链接海内外优质商贸资源,助力水暖卫浴企业拓宽出海路径,携手全球伙伴共促水暖产业高质量发展。