



商户(左)向埃及客商介绍足球产品。
新华社发

随着2024年巴黎奥运会开幕的日子日益临近,巴黎已经提前进入“奥运时间”。同样忙起来的还有一座来自浙江的小城——义乌。

欧锦赛激战正酣,足球迷们迎来狂欢。千里之外的中国浙江义乌,不少接到客户补货订单的商家正忙着备货,以便这些琳琅满目的商品能够及时抵达欧洲,满足球迷的需求。



正在通关的集装箱货车有序离港。

【欧锦赛】

爆单了! 义乌又出手
这些产品在欧洲卖爆

随着2024年欧洲杯足球赛激情开赛,浙江义乌国际商贸城的商家们也紧抓“欧洲杯”商机,外贸内销齐发力。

温从见在义乌经营球衣生意十余年,今年欧锦赛他也接到了不少订单。

因为款式新颖,球衣颇受欢迎,欧锦赛还没开始,他就已经往欧洲卖出了30多万件球衣。

“像法国、德国、西班牙、波兰、土耳其、意大利等队,我们全部开发了原创球衣。”温从见说,今年欧锦赛、美洲杯等足球赛事效应叠加,公司外贸订单销售同比上一年提升了30%。

在一家主营聚会用品的公司里,工作人员在回复平台上的信息,产品链接正是店铺里最新的爆款产品——足球套装。

经营户介绍,从6月初开始,国内欧洲杯相关产品的订单量持续增多。

除了足球系列产品,有声响、能发光的玩具,也成了欧洲杯必不可少的观赛道具。三段式喇叭、泡沫棒、手摇铃,都是本次欧洲杯的热门周边商品。

欧锦赛和即将到来的巴黎奥运会带动了体育消费热潮,世界各地的采购商抓住商机,提前来到义乌采购各式各样的体育产品。

主营足球产品的吴晓明同样在忙着给客户发货。“现在我的仓库里有一个柜子的货要发往法国,还有一个西班牙的客户已经返单,预计近期发货。”吴晓明说。

除了国内市场,欧洲杯相关商品的海外订单也十分火爆。记者从义乌一家货运代理公司了解到,相关产品的运输主要集中在3月底到4月份,其中欧洲国家的订单占80%左右。

据义乌海关统计,今年1到5月,义乌出口体育用品及设备41.0亿元,同比增长44.4%。



法国客商试戴球迷所用的假发和太阳镜。



法国客商试戴球迷所用的假发和太阳镜。

【奥运会】

不管哪里举办奥运
爆单的都是这里

作为“世界工厂”,几乎全球任何一个大型集会,都少不了义乌制造的身影。

一次次重大赛事,义乌缘何总能抓住商机、赢得市场青睐?

穿行在义乌商贸城,7.5万个经营主体,26大类210多万种商品,产品数量多得让人眼花缭乱。

这段时间,备战“奥运”,成了义乌市场商户们的头等大事。义乌国际商贸城三区体育用品区块处处洋溢着比赛氛围。各种型号的篮球、足球、羽毛球,以及旗帜、挂件、运动服等体育用品,被市场商户们摆在了商铺“C位”。其实,今年初,不少市场经营户就在构思,如何抓住奥运会的热度,把相关体育用品销售到国内外。

“这是巴黎奥运会乒乓球比赛官方指定用球,最近卖得非常好!”前不久,经营户周坚参加了双鱼乒乓球巴黎奥运球启运仪式,连续代理双鱼26年的她,这次成为巴黎奥运会乒乓球的经销商。奥运加成,这款球不仅卖得多,而且利润高。

在义乌国际商贸城三区的“金尊奖杯”店铺里,金灿灿的奖杯、奖牌摆满了店铺,老板叶德模笑着介绍道,只要有大型赛事,体育用品销售就热,他们的生意就会红火。“无论是奥运会,还是其他业余赛事,奖杯、奖牌是刚需,市场潜力巨大。今年对欧出口增长较快,其中法国、英国、德国的采购商,订购的金色奖牌、奖杯总数约有10万枚,目前已陆续出货。”叶德模跟记者打趣道,“你看,奖杯上的飘带,都是法国国旗的颜色——蓝白红。”

据叶德模介绍,不同国家的人,对奖杯、奖牌的喜好略有不同,给亚洲、美洲客户做的奖杯、奖牌要是土豪金的,越亮越受欢迎;欧洲客户就更喜欢淡淡的金色,低调里藏着点奢华感;国内的客户也喜欢金色,采购款式多为通用款,任何比赛都可以用,但需激光打印上赛事名字在奖杯、奖牌上,这一点跟外贸有所不同。

义乌市体育健身用品行业协会会长王强指出,体育用品行业是不倒翁行业,采购周期性很明显,随着海内外各大赛事的举办逐步发展,义乌商户的商机嗅觉非常敏锐。以迎接巴黎奥运会的采购潮为例,不少商户甚至一年前就开始布局,对接当地采购商,囤原料并设计新款。

法国客商试戴球迷所用的假发和太阳镜。

不管哪里举办奥运
爆单的都是这里

作为“世界工厂”,几乎全球任何一个大型集会,都少不了义乌制造的身影。

一次次重大赛事,义乌缘何总能抓住商机、赢得市场青睐?

穿行在义乌商贸城,7.5万个经营主体,26大类210多万种商品,产品数量多得让人眼花缭乱。

这段时间,备战“奥运”,成了义乌市场商户们的头等大事。义乌国际商贸城三区体育用品区块处处洋溢着比赛氛围。各种型号的篮球、足球、羽毛球,以及旗帜、挂件、运动服等体育用品,被市场商户们摆在了商铺“C位”。其实,今年初,不少市场经营户就在构思,如何抓住奥运会的热度,把相关体育用品销售到国内外。

“这是巴黎奥运会乒乓球比赛官方指定用球,最近卖得非常好!”前不久,经营户周坚参加了双鱼乒乓球巴黎奥运球启运仪式,连续代理双鱼26年的她,这次成为巴黎奥运会乒乓球的经销商。奥运加成,这款球不仅卖得多,而且利润高。

在义乌国际商贸城三区的“金尊奖杯”店铺里,金灿灿的奖杯、奖牌摆满了店铺,老板叶德模笑着介绍道,只要有大型赛事,体育用品销售就热,他们的生意就会红火。“无论是奥运会,还是其他业余赛事,奖杯、奖牌是刚需,市场潜力巨大。今年对欧出口增长较快,其中法国、英国、德国的采购商,订购的金色奖牌、奖杯总数约有10万枚,目前已陆续出货。”叶德模跟记者打趣道,“你看,奖杯上的飘带,都是法国国旗的颜色——蓝白红。”

据叶德模介绍,不同国家的人,对奖杯、奖牌的喜好略有不同,给亚洲、美洲客户做的奖杯、奖牌要是土豪金的,越亮越受欢迎;欧洲客户就更喜欢淡淡的金色,低调里藏着点奢华感;国内的客户也喜欢金色,采购款式多为通用款,任何比赛都可以用,但需激光打印上赛事名字在奖杯、奖牌上,这一点跟外贸有所不同。

义乌市体育健身用品行业协会会长王强指出,体育用品行业是不倒翁行业,采购周期性很明显,随着海内外各大赛事的举办逐步发展,义乌商户的商机嗅觉非常敏锐。以迎接巴黎奥运会的采购潮为例,不少商户甚至一年前就开始布局,对接当地采购商,囤原料并设计新款。



具有法国元素的奖杯。



具有法国元素的奖杯。

【奥运会】

世界需要义乌
义乌也离不开世界

这个被联合国、世界银行等权威机构誉为全球最小商品批发市场的“小城”,每逢国际大型体育赛事,总是会闯进大众视野,狠狠刷一波“存在感”。

有网友说:“不管哪里举办奥运会,爆单的都是义乌。”透过义乌这扇窗,世界不仅看到了中国制造业规模稳居世界第一的硬实力,也看到中国发展强劲的内生动力、韧性、潜力,以及中国超大规模市场带来的广阔新机遇。

义乌市场的火热不仅仅在奥运周期,四年一度的“世界杯效应”在义乌也格外明显。

“只有想不到的,没有买不到的。”——这不仅是义乌的魅力,更是中国产业链供应链的能力。

其实,义乌的“存在感”远不止赛事这么简单。遇上大赛紧忙活,碰上大选也没闲着,这“义乌指数”还有“美国大选晴雨表”之称。2016年美国大选,尽管当时的民调显示希拉里·克林顿的胜选率高达72%,但义乌市场的应援旗帜、帽子、T恤等订单量却预测唐纳德·特朗普将会胜出,还果真如此。

作为“世界圣诞用品基地”,义乌每年向100多个国家和地区出口2万多种圣诞用品。据统计,义乌拥有超过800家圣诞用品商户,占据了全球80%的圣诞用品市场份额,每年都有数十亿美元的圣诞用品从这里出口到欧美等国家和地区,这也造就了“每10个圣诞老人中约有8个产自义乌”的“神话”。

如今的义乌“商汇天下,货达全球”。与230多个国家和地区有贸易往来,外向度达60%。每年到义乌采购的境外客商超过56万人次,来自100多个国家和地区的1.5万多名境外客商常驻义乌,在义乌各类外资主体有8000多家,带动210万家中小微企业发展、3200万名产业工人就业。

义乌制造业的成功不仅展示了“中国制造”的魅力和力量,也为全球化浪潮中的地方发展提供了范例。在全球经济一体化的背景下,义乌制造业凭借其强大的产业链整合能力和创新能力,成为了全球制造业的重要环。这一成功模式也为其他地区的产业发展提供了有益的借鉴和启示。

综合新华社、中新社、央视财经报道