

深 读

2025年义乌出口额和社零总额均居全省县(市、区)首位 烟火气中,“世界超市”勾勒新图景

■ 本报记者 何贤君 龚书弘 杜羽丰
共享联盟·义乌 吴峰宇

印度商人吴迪准备在义乌过第3个春节,这两天他带着家人进超市、逛商场,忙着准备年货。坚果、水果、春联、红包袋……采购清单上,年味扑面而来。“在中国做生意,也要懂中国的生活。”春节临近,他打算给公司里的中国员工和邻居孩子们包红包,还打算在除夕夜做一桌融合中印风味的年夜饭。

做全球生意,品万国美食,交世界朋友。

漫步义乌大街小巷,你会被一种奇妙的复合气质所吸引。市场中,设计感十足的外贸品牌产品层出不穷;街头巷尾,

从采购商到消费者 外商深度融入义乌生活

春节临近,伊朗外商锐泽一天的行程排得满满当当。

上午,将两个孩子送去义乌国际学校后去趟工厂,察看节前的生产计划,紧接着又来到自己位于全球数贸中心的新店铺内。“一会儿有两个土耳其客户要来下单,中午还订了家中东餐厅一起吃。”下午收摊后,他打算带孩子去义乌天地的盒马鲜生超市逛一逛,买些妻子爱吃的进口甜虾。

锐泽的一天,与义乌本地一个普通老板几乎无异。

从采购商到工厂厂长,再到市场商户,他与义乌结缘于一次偶然。2008年,锐泽在伊朗经营着一家玩具工厂,受客户委托首次来中国采购原材料。“我先去了广州、北京,朋友说来中国做生意一定要去义乌看一看。”在感受到义乌国际商贸城的繁荣与国际化后,常驻义乌经商的种子在他心里萌芽。

2013年,他在义乌创办外贸公司,帮助伊朗、阿联酋等地客商采购日用百货。2018年,锐泽创办了属于自己的化妆品工厂,并在国际商贸城三区有了自己的店铺和品牌。“现在我每年要出口五六十个集装箱,工厂日产口红2万多支。”义乌带给锐泽的幸福感不止于生意,他还在义乌成了家,有了两个可爱的孩子。“我是义乌外商,更是义乌市民。”锐泽说,“义乌的人气活力越来越足,我打造了一个新品牌,兼顾批发和零售,产品也更适合中国人的皮肤。”

从“老乡食堂”到“万国会客厅” 万国美食成为义乌新“金名片”

外贸的高度发达、外商的高度集中,不仅带来了流量的转化,更让义乌的烟火气多了“国际味”。如今的义乌,早已成为一座风味汇聚的“美食联合国”。义乌外餐饮主体数量已超500家,投资来源地覆盖50个国家和地区。尼泊尔菜、中东菜、西班牙菜、印度菜等异域美食,与本地小吃相得益彰,吸引全球游客前来品尝。

14年前“妮萨迦”印度餐厅在义乌稠城街道开业时,尼泊尔商人毕萨没有想过会引来这么多中外游客。“一开始做的都是熟人生意。”毕萨说,餐厅的知名度在国内的外商圈子里传播开后,一度成为长三角地区印度和尼泊尔两地外商的“美食俱乐部”。曾带着印度香米、白糖多次参加上海进博会的印度客商洛基,在宁波有一家进出口公司,如今几乎每周都要赶来“妮萨迦”打卡,“这里有家乡的味道,还有我最重要的合作伙伴。”洛基说。

随着来义乌做生意的印度人、尼泊尔人不断增加,原本的餐厅变得局促。2019年,毕萨盘下了沿街店面进行翻新,餐厅面积扩大了一倍。常驻义乌的印度客商最多时超过2000名,他们在义乌开设了约500家贸易公司。“印度人只要来义乌,就一定会来我店里相聚,交朋友,聊聊生意。”毕萨注意到,义乌不少做印度市场的经营户也会来店打卡,“他们把这儿作为印度客商活跃度的风向标。”

在义乌三挺路夜市,一个土耳其冰淇淋摊前总是会排起长队,各种肤色的人们纷纷前来打卡。大家都亲切地喊摊主穆罕默德·礼萨一声“老默”。老默从伊朗来,本是跨国贸易商中的一员。2015年,老默在妻子建议下进军餐饮

特色阿拉伯餐厅和土耳其咖啡厅的暖光交织,宛如一座微缩的“美食联合国”;机场里,拖着轻便行李、神色从容的外商络绎不绝。

生动景象背后,是两组沉甸甸的数据支撑:2025年义乌进出口总额突破8000亿元大关,达8365亿元。其中出口额占近九成,稳居全省县(市、区)第一;与此同时,社会消费品零售总额达2153.84亿元,同比增长5.2%,总量同样高居全省县(市、区)首位。

一边是联通全球的“世界超市”,一边是烟火气十足的消费沃土。一外一内两个“第一”,它们是如何相互赋能发展的?近日,我们深入义乌商圈、街巷与市场,探寻其中的深层逻辑。

最新数据显示,如今像锐泽一样,每天活跃在义乌的外商超3万人,在册外资经营主体已超1.1万户。在义乌,外商们奔走于生意场,也沉浸于生活圈;从繁忙采购到自在消费,描绘出他们的奋斗足迹。

从贸易中间商变身“厂一代”的,还有也门外商马基德。19年前,他怀揣创业梦只身来到义乌,开办的化妆品贸易公司年营业额最高达1.2亿元;如今,1100平方米的厂房里,一条条彩妆生产线全速运转。“去年,我在迪拜设立了外贸公司,辐射整个中东市场。未来两年,我还想整合化妆品上下游产业链,从原料研发到成品销售形成闭环。”马基德说,他的成功创业吸引了不少家人、朋友来到义乌经商、生活。这些年,他经常充当老乡的创业导师,生活向导,偶尔还会客串“洋娘舅”,让他们在义乌的生活幸福而充实。

在越来越多的外商中,不少人是首次来义乌。在“老乡带老乡”的公益互助中,巴基斯坦人阿里卡姆兰嗅到了商机,并成立了商业信息咨询公司。“我来义乌2年多,经常有老乡找我问怎么开公司、怎么找货源。我意识到,他们需要更专业的服务。”阿里卡姆兰介绍,由1.1万外资经营主体构成的义乌外资生态链中,租赁和商务服务业已成为不容忽视的热门赛道,遍布在义乌市场周边及10多个国际融合社区内,他们不仅是“中间商”,更是“赋能者”,帮助外商融入义乌,连接中国与世界。

业。“当时义乌地道的外国餐厅不多,绝大部分是家庭作坊式的‘老乡食堂’,以服务常驻外商为主。”老默自制的土耳其冰淇淋因绵密的口感成了招牌,吸引一拨又一拨的顾客。

“从那以后,越来越多人了解了土耳其美食,认识了土耳其外商,还从这里谈起了与土耳其市场的生意。”老默说,为此,店里增加了正宗的土耳其红茶、甜品等。这里也渐渐从餐厅变成了品美食、交朋友、谈合作的“万国会客厅”。

2025年,义乌发布“有情有义 世界义乌”城市文化品牌标识,通过系统构建国际商贸城、绣湖广场、佛堂古镇等核心场景,积极培育“购物旅游+万国美食”等深度融合的新型消费业态。2025全年,义乌接待旅客近4000万人次,入境游客超68万人次,均创历史新高。

这两年,与义乌市场一街之隔,主打阿拉伯菜的“贝迪”餐厅也扩了容,可同时容纳400多人就餐;“苏坦”土耳其餐厅则在义乌开起了分店,进军商业综合体;叙利亚人奥马尔带着家乡的甜品来到义乌,取名“祖父家”,主打一个家的味道……哪里外国餐厅多,哪里游客就多。渐渐地,这些开在义乌的外国餐厅,成了义乌外贸活力的晴雨表。

“万国美食已经成为义乌一张新的‘金名片’。我们还推出了夜间美食专线公交,出台全省首个《国际餐饮管理服务规范》地方标准,成立由国际友人组成的食品安全监督员志愿者服务队。”义乌市商务局副局长何帆表示,以开放的度量、务实的举措,让义乌营商环境与多元文化的魅力,转化为实打实的消费活力。



外商在义乌全球数贸中心选购无人机产品。
本报记者 倪履强 摄

从“外贸通货”到“品牌行货” 消费升级推动出口商品创新

在“世界超市”,外贸与消费之间的相互赋能,也悄然发生在一件文具、一件饰品等看似不起眼的小商品身上。

“过去,文具作为义乌的‘外贸通货’,一直以物美价廉取胜,随着国内消费升级,文具逐步成为好看好用的文创产品。”义乌文化用品行业协会会长黄昌潮表示。

2023年,义乌市文化用品行业协会以义乌诗人骆宾王的《咏鹅》为设计灵感,打造了系列IP核心形象“波波鹅”。这只头顶爱心、扁眼灵动的卡通鹅,凭借萌趣设计火爆出圈,不仅化身中性笔、书包等文具,更通过“IP共享模式”免费开放给200家会员企业使用。“一枚普通文具盒批发价在1到2元,融入‘波波鹅’元素后,单价会升至15至18元。”黄昌潮说,目前相关IP产品远销中东、欧美等地,并与泰国等地签订了IP授权推广的战略合作协议。

“出口巴西,一条项链几毛钱,利润也就一两分,全年营收完全靠整柜走量。”“这对耳环在直播间定价99元,一晚上卖了2万多个。”临近春节,朱素芳、季瑞欣母女俩盘点去年的两本账,折射出了义乌是全球“货源地”与潮流“风向标”的双重标签。2022年,季瑞欣从互联网大厂辞职回到义乌。年轻的她偏爱先锋、个性的设计,从传统市场走来的朱素芳却坚信稳妥才是生意经。从款式风格到经营思路,母女俩常有碰撞和争执。2025年10月,义乌第六代市场——全球数贸中心开业,季瑞欣放下了新商铺。与母亲之前传统店铺内摆满

了待批发的“好货”不同,季瑞欣的新店内,展示着有独特创意与美学主张的产品。如今,季瑞欣经常分析国内外不同的市场需求,在与外商的沟通中获得灵感。目前与她合作的独立设计师就有10多位。“以前我们经常要去欧美等地调研前沿趋势,如今通过调研他们在义乌本地的消费变化,就可以设计出符合国际潮流的作品。”季瑞欣说。

对于最近开拓的新产品市场,义乌恒珠饰品负责人陈爱珠将“头功”给了一位泰国游客。“我的银饰产品主要出口欧美市场,他们消费能力强,也更适合白人皮肤。”2024年,一名泰国游客走进陈爱珠的店铺。他拿起几个钟意的产品,没有率先问价格,而是问起其中的银含量。“泰国等东南亚国家沿海,银饰遇到海水容易氧化变黑。”游客的这句话,让计划进军东南亚市场的陈爱珠很受启发。“加点铜进去更好,既能防止氧化变黑,质感也更像‘金包银’。”陈爱珠采纳了游客的建议,如今每年有5个集装箱的饰品,从她的店铺出口到东南亚市场。

全球数贸中心的开业,标志着“世界超市”进入“外贸+新零售”融合发展的新阶段。新市场里,创二代、三代等占比超52%,拥有自主品牌或IP产品的商户达57%。走进全球数贸中心,AI设计产品、44种语言智能推介、店铺内跨境直播不间断……一系列数贸新场景扑面而来。“全球重要的货源地,贸易风向的策源地、时尚潮流的打卡地。”这是新商户们对新市场的赞誉与期许,也是义乌外贸与消费相互赋能发展的有力证明。

专家观点

内外兼修良性互动

■ 李明艳

义乌的外贸增长并非单纯依靠规模扩张或低价竞争,而是通过完善物流通道体系、优化制度供给和数字化赋能,形成了以中小经营主体为基础、以内外贸一体化为特征的开放型经济形态。外贸“出得去”的同时,进口规模和跨境电商快速增长,“买全球”与“卖全球”并行,开放不再是单向输出,而是双向流动、可持续的循环。

义乌的外贸发展深度嵌入县域经济体系。大量外贸订单直接转化为本地就业和收入,稳定了经营主体和人口规模,形成真实而持续的消费需求,使外贸优势能够有效传导至社零消费的增长。同时,高频次的商贸交易和成熟的流通体系,使本地市场既是全球商品的重要集散地,也是国内需求的重要承

接地,内需市场反过来又提升了外贸体系的韧性。

义乌还通过“有生意、有生活”的发展路径,避免了开放型经济中常见的“产值在外、消费外流”的问题,实现了开放成果在县域层面的沉淀。

对县域而言,高水平对外开放关键在于能否把开放通道转化为在地交易、就业和消费能力,在双循环中形成以外促内、以内稳外的良性互动。这正是义乌两个“第一”背后的深层逻辑,也为县域推进高质量发展提供了可借鉴的现实路径。

(作者系浙江省委党校发展战略与公共政策研究院副研究员)



外籍游客选购中国风礼品。

通讯员 吴峰宇 摄



外商在老默的土耳其餐厅聚会吃饭。



义乌推出的“波波鹅”系列产品。

本版图片除署名外均由受访者提供