

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饭。”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，朋友说来说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，工厂日产量达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”。义乌外资餐饮主体数量已超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，“妮萨迩”印度餐厅在义乌开张时，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来后，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“妮萨迩”打卡，“这里有家乡的味道，还有我最重要的合作伙伴。”洛基说。

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。

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，毕萨盘下了沿街的店面进行翻新，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，就一定会来我店里聚聚，交交朋友，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里打卡，“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。



外商在义乌全球数贸中心选购无人机产品。
本报记者 倪雁强 摄



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

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。

(作者系浙江省社科院发展战略与公共政策研究院副研究员)