

# 义乌年味经济升温 跨境电商进口业务再攀高峰

距离2026年马年春节尚有两个多月,素有“世界超市”之称的浙江义乌已率先被浓厚的年味包围,各类年货订单量持续走高;与此同时,义乌跨境电商进口业务也迎来里程碑式突破,实现“买全球、卖全球”贸易格局的全新跃升。

## 创意年货走俏 海内外订单量大幅增长

在义乌国际商贸城三区的一家喜庆用品店铺内,造型别致、形式创新的马元素立体福字贴,正吸引着来来往往的采购商驻足下单。“现在反馈的补货量比往年都要大,补单差不多要翻倍了。”商铺负责人向记者分享道。

不仅传统年货产品在创新,这两年,年味跨界也正在成为一种潮流。在一家以中国红为主色调的饰品店里,各种“马上好运”发箍、“马上富”冰箱贴等“马”上系列产品精准戳中采购商需求,成了当之无愧的“新宠”。商铺负责人介绍道:“这两款产品在各个电商平台都有货,卖得很爆,我们工厂一天能

生产十几万套,一个客户过来就能下单几万套。”

随着“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,中国春节文化的国际影响力持续提升,越来越多海外民众开始关注并想要体验中国春节习俗,这也为义乌的马年春节用品打开了更广阔的海外市场。

12月7日,浙江义乌主营年画的商户楼女士向记者透露:“今年和往年不同的是,有一些外商来店选购和马有关的各类产品,以此体验中国的年节氛围。”

楼女士介绍,农历丙午年(马年)渐近,她和团队推出多款含有“马上发财”“马上幸福”“马上拿高分”等字样的产品。“大家都想讨个吉利,也有外商找我了解完寓意后,立马下单印有‘马上发财’的年画。”她说。

义乌主营毛绒玩具的商户陆先生亦有同感。“我们推出三十多款以马元素为主的产品,最近‘青梅竹马’‘马上发财’等造型的毛绒玩具内销订单量很

不错,也有新加坡、泰国的商人下单。”他说。

主营新年挂历的义乌商户也透露,该店的产品在欧洲、南美、中东等地区订单充足,工厂生产计划已排至元旦,整体销量较往年提升三分之二。

值得一提的是,年轻商户的创新思维为年货市场注入了新活力,一位“00后”义乌商户向记者展示其销售的以马为外观造型、以马嘴为充气口的折叠便携款U形枕。“我们这款U形枕最近特别畅销,前段时间还在一项设计大赛中获得金奖。”该商户介绍,为呼应新年气氛,团队特别设计了“中国红”配色,产品在海内外的销量表现不俗。

跨境电商进口订单破亿  
构建“买全球”贸易新生态

年货市场的火热,只是义乌外贸强劲势头的一个缩影。据义乌海关最新数据,今年前10个月,全市进出口规模突破7000亿元大关,达7011.9亿元,已超去年全年进出口规模,同比增长25.2%,创下历史新高。在保持外贸持

续稳定增长的同时,义乌海外市场多元化布局、产品结构多样化的态势也愈加突出。今年以来,义乌围绕促进外贸高质量发展,深入推进市场“品牌出海”,统筹经营户“走出去”,持续推出一系列新政策、新举措,为外贸企业增强发展动力、开拓海外市场提供了有力支撑。

就在近日,义乌跨境电商进口领域迎来了突破性时刻——当地今年第1亿个跨境电商进口订单完成打包,从义乌综保区顺利发往消费者手中。“这意味着,义乌跨境电商年进口单量从‘千万级’迈上‘亿级’平台,成为全国首个跨境电商年进口单量破亿的县级市,也成为我国跨境电商进口规模最大的城市。”杭州海关有关负责人如是评价这一突破的重要意义。

从马年创意年货的海内外热销,到跨境电商进口单量破亿,义乌正稳步推进新一轮国际贸易综合改革,在持续巩固“卖全球”优势的同时,不断夯实“买全球”能力,向着双向贸易高质量发展的目标稳步迈进。

(综合)

# 黎川陶瓷煲无“锂”走天下

近日,在江西省抚州市黎川县某陶瓷公司的智能化生产车间里,机械臂精准作业,一批采用黎川陶瓷产业研究院研发的无锂耐热配方的北欧风格耐热陶瓷煲即将发往海外。该配方是省级“揭榜挂帅”技术成果,其所制产品耐高温、不易开裂,还能锁住食材本味,让企业彻底摆脱了原料依赖困境。

该陶瓷公司生产经理介绍,应用无锂耐热陶瓷配方后,原料成本直接下降25%,产品稳定性也显著提升。采用新材料生产的新产品推向市场后,凭借其性能优势迅速赢得市场认可,今年以来已为企业贡献了近3千万元产值。

这一技术突破惠及了全行业。目前,黎川已有20多家陶瓷企业完成无锂化转型,累计斩获专利475项。“无锂配方每年可为全县陶瓷产业节约原料成本超6亿元,产品合格率从85%提升至95%以上,还大幅减少了重金属排放,让绿色发展成色更足。”黎川县陶瓷产业发展服务中心相关工作人员表示。

江西省另一家陶瓷公司的省级先进智能工厂中,76米宽截面隧道窑炉匀速运转,中控室大屏上窑温、釉料用量等关键数据实时跳动,数字化运营平台实现了生产全流程可感可控。“企业投入1600余万元搭建MES(制造执行系统)数字化运营平台,彻底改变了传统生产模式。”该公司陶瓷坯车间主任说,今年,该公司建成全市规模最大的智能化仓储系统,目前线上渠道销售额占比达53%,1至10月产量达1573万件,产值突破3.65亿元。

产业转型升级的背后,离不开政策的有力扶持与创新生态的强力支撑。黎川设立了5千万元陶瓷专业专项发展基金,推出设备购置补贴、数字化转型奖励、人才引进补贴等一系列政策,推动帮企、环球、康舒等6家企业完成两化融合1.6级及以上认证,柚米一粒、博特尔等4家企业获评省级创新型中小企业。同时,该县与景德镇陶瓷大学、东华理工大学等高校共建30个创新平台,集聚80余名陶瓷领域科技人才,近三年实施科技项目57项,形成了“政产学研用”协同创新的良好格局。目前,黎川共建成150条陶瓷自动化生产线,关键工序数控化率达65%。

从无锂配方到智能生产,从单一陶瓷煲到多元产品,黎川拥有完整的陶瓷产业链,其生产的耐热陶瓷煲占据全国65%以上市场份额,产品远销全球50多个国家和地区。

(抚州日报)

# 武义文具用半世纪铸就全球“针钉”传奇

在中国国际文具及办公用品展览会的武义展区,“中国文教用品产业基地”的标识格外醒目。展台上,设计精巧的回形针、订书钉与潮流文具相映成趣,这些寻常物件背后藏着一个县域产业传奇——全球每10件“二针二钉”中,8件来自浙江省金华市武义县。本文专访了武义县文教用品行业协会会长、浙江豪牌文具有限公司总经理邹中林,听他讲述跨越半个世纪的产业奋斗史。

武义文具从家庭小作坊成长为全球“针钉”基地,这一路最最关键的转折点是什么?

邹中林:最关键的是两次“抱团”——一次是我们本土企业的凝心聚力,另一次是搭上了国家级协会的“快车”。上世纪七十年代,武义文具刚起步时全是零散作坊,就像散落在地上的珍珠,做的都是上海企业的贴牌加工,规模小、质量差,还常出现假冒现象,在市场上根本没有竞争力。

2000年,县政府和从业者意识到,分散经营迟早会被淘汰。武义县文教用品行业协会就在这时成立,成为第一个转折点。协会成立后干的第一件事,就是打通企业协同和政企对接的通道,组织技术交流、规范生产标准、抵制恶性竞争,把作坊拧成了一股绳。也就是这时候,我们形成了以“二针二钉”为主导,兼顾工字钉、订书机等品类的产业格局。

现在武义“二针二钉”占据全球80%的市场份额,这个数字背后,产业集群发挥了怎样的作用?

邹中林:这个份额是靠集群效应堆砌出来的。目前武义有300余家文教用品及配套企业,从拉丝、模具体工、电镀,到印刷、包装、检测,每个环节都有专业企业配套。在武义做文具,上午下单做模具,下午就能拿样品;今天生产的产品,明天就能包装发往全国,这种效率在全国都少见。

完善的配套不仅提高了协作效率,还大大降低了成本,让我们的产品在市场上很有价格优势。得益于“一业兴则百业旺”

们。2008年是里程碑,在他们奔线下,浙江大学、协会和武义县政府三方合作,建起了“中国文教用品(二针二钉、扑克牌)生产基地”。这个举措,让我们从“野蛮生长”彻底转向“科学发展”,有了国家级协会的背书和高校的技术支持,产业发展的底气一下就足了。

中国文教用品协会帮我们做了太多实事,组织专家进厂培训,改进生产工艺;建立行业自律公约,打击假冒伪劣;对接国家标准,推动企业规范生产。这些帮助让武义文具的品质实现了质的飞跃。2012年中国轻工业联合会与中国文教用品协会联合授予我们“中国文教用品生产示范基地”称号,2016年升级为“产业基地”,成功从单一产品制造转向了完整产业链,同时贴牌也成集群发展。

现在武义“二针二钉”占据全球80%的市场份额,这个数字背后,产业集群发挥了怎样的作用?

邹中林:这个份额是靠集群效应堆砌出来的。目前武义有300余家文教用品及配套企业,从拉丝、模具体工、电镀,到印刷、包装、检测,每个环节都有专业企业配套。在武义做文具,上午下单做模具,下午就能拿样品;今天生产的产品,明天就能包装发往全国,这种效率在全国都少见。

完善的配套不仅提高了协作效率,还大大降低了成本,让我们的产品在市场上很有价格优势。得益于“一业兴则百业旺”

的联动效应,“二针二钉”品类的兴起不仅带动了办公用品与学生美术用品领域的蓬勃发展,促使订书机、彩泥等相关产品品类持续丰富多元,还顺势推动了电镀、印刷等配套产业的同步崛起。现在行业内从业人员近万人,“二针二钉”已经成为武义重要的就业支撑和经济增长点。

在产业集群发展中,武义县文教用品行业协会扮演了什么角色?如何帮助到企业?

邹中林:武义县文教用品行业协会既是“黏合剂”也是“领航员”。成立协会以来,我们组织小企业联合接大单,集资建立检测中心,严把产品质量关。为帮助企业拓市场,我们每年都“抱团”参展,“十一五”以来,参加了100余次国内外博览会,协助县政府举办了“亚太文具行业会议”,现场到来330余位国内外嘉宾;2013年又举办了首届武义文教用品博览会,吸引了1200余名客商。

我们还特别重视环保和标准制定。

企业一直在研发替代苯、甲醛的环保材料,做可降解产品。现在全行业有300余件专利,多家企业参与了《学生用品安全通用要求》等国标和行标的起草。从以前跟着标准走,到现在参与制定标准,这就是从“跟跑”到“领跑”的转变。

邹中林:武义工字钉生产就是最鲜活的“智造”样本。早年间我们从深圳引进插针机时,生产全靠人工盯,效率一直上不去。就在那时,几家企业的老板带头攻关,把机床当成“老伙计”,白天反复调试参数,晚上画图琢磨改造方案,硬生生在原有设备基础上优化了控制系统。改造后的机器性能远超原型,同时配套装上了全自动机械手,实现全流程自动化。以前一台注塑机需要配9个工人轮班值守,现在一个操作工看管六七台设备都游刃有余。靠着这股自主革新的劲头,武义工字钉产能一路飙升,如今全球市场占有率稳超60%。

我们还特别重视环保和标准制定。企业一直在研发替代苯、甲醛的环保材料,做可降解产品。现在全行业有300余件专利,多家企业参与了《学生用品安全通用要求》等国标和行标的起草。从以前跟着标准走,到现在参与制定标准,这就是从“跟跑”到“领跑”的转变。

数字化转型是产业升级的大趋势,武义文具在这方面有哪些突破?

邹中林:武义县文教用品行业协会一直在推进“机器换人”和数字化管控。我们引导企业安装MES(制造执行系统),实现设备联网,从生产、检测到物流、销售全流程数字化。现在许多龙头企业,单线一天能产50万小盒订书钉,单厂年产值能达8千余万元,这放在十

年前都是不敢想的事情。数字化不仅提高了效率,还让产品更稳定。比如以前的订书钉规格误差是毫米级,现在能控制在0.1毫米以内,竞争力自然就上去了。

产业发展关键在人,面对劳动力短缺和升级需求,武义如何吸引年轻人加入?您对投身这个行业的年轻人有什么建议?

邹中林:武义文具的未来在年轻人手里,为此我们和政府做了很多努力——县里建立电商产业园,租金减免、税收优惠,鼓励年轻人做线上销售;武义县文教用品行业协会联合企业和职业学校搞“订单式”培养,定向输送人才;企业同时制定股权激励等政策,留住核心人才。

对于年轻人,我有三点建议。第一要扎根一线练硬功。文具产业看着简单,但从制钉(针)到包装每个环节都有学问,年轻人要到车间去,搞懂材料、工艺、设备,掌握OEE(设备综合效率),良率这些关键指标,只有懂生产本质,才能做出好产品。第二要用“设计+数据”做创新,并敢于换赛道。武义有年轻人深耕网络营销,靠在亚马逊电商平台卖回形针,今年销售额已达200余万美元;还有人专注全网营销,实现了几千万元的收益。他们发挥熟悉网络的优势,用数据洞察市场需求,这就是“换道超车”的典范。这些都是年轻人的核心优势,从设备联网、网络平台运营等基础内容干起,用数字化帮助企业提质降本,开拓

广阔市场,只要能创造价值,肯定有发展空间。

党的二十届四中全会提出“发展先进制造业集群”,这和武义文具的发展方向高度契合,协会接下来有什么规划?

邹中林:政策给我们指明了方向,武义县文教用品行业协会会牵头做三件事。一是抓协同创新,把“武义文具”这个区域品牌打出去,组织企业参加国际会议和展会,对接全球技术、标准和市场,提升国际影响力;推广智能制造标准,让产品质量更统一,降低企业成本。二是聚人才。我们要深化和高校的合作,不仅培养技术工人,还要提升企业的战略思维,组织他们到国内外培训,请专家来讲课,打造一支高素质的队伍。三是拓赛道。

我们要结合武义的文旅资源,做“文具+IP+文旅”的产品,例如将牛头山、郭洞等景区元素印在文具上,形成有地域特色的产品,开辟新的增长点。

您对武义文具的未来有怎样的期待?

邹中林:我们的目标很明确,不仅要做全球最大的“二针二钉”基地,更要做全球先进的文教用品产业基地。接下来,我们一方面要保住“二针二钉”的全球领先地位,同时布局东南亚市场分散风险;另一方面要靠创新和标准引领升级,提升在全球价值链的位置。

武义文具用半世纪从作坊做到全球标杆,靠的是坚守品质和抱团发展。现在我们有300余家企业一起努力,有国家级协会的支撑,还有年轻人不断地加入,我相信未来武义文具会创造更辉煌的成绩。

(李翔)

邹中林:最关键的是两次“抱团”——一次是我们本土企业的凝心聚力,另一次是搭上了国家级协会的“快车”。上世纪七十年代,武义文具刚起步时全是零散作坊,就像散落在地上的珍珠,做的都是上海企业的贴牌加工,规模小、质量差,还常出现假冒现象,在市场上根本没有竞争力。

2000年,县政府和从业者意识到,分散经营迟早会被淘汰。武义县文教用品行业协会就在这时成立,成为第一个转折点。协会成立后干的第一件事,就是打通企业协同和政企对接的通道,组织技术交流、规范生产标准、抵制恶性竞争,把作坊拧成了一股绳。也就是这时候,我们形成了以“二针二钉”为主导,兼顾工字钉、订书机等品类的产业格局。

现在武义“二针二钉”占据全球80%的市场份额,这个数字背后,产业集群发挥了怎样的作用?

邹中林:这个份额是靠集群效应堆砌出来的。目前武义有300余家文教用品及配套企业,从拉丝、模具体工、电镀,到印刷、包装、检测,每个环节都有专业企业配套。在武义做文具,上午下单做模具,下午就能拿样品;今天生产的产品,明天就能包装发往全国,这种效率在全国都少见。

完善的配套不仅提高了协作效率,还大大降低了成本,让我们的产品在市场上很有价格优势。得益于“一业兴则百业旺”

的联动效应,“二针二钉”品类的兴起不仅带动了办公用品与学生美术用品领域的蓬勃发展,促使订书机、彩泥等相关产品品类持续丰富多元,还顺势推动了电镀、印刷等配套产业的同步崛起。现在行业内从业人员近万人,“二针二钉”已经成为武义重要的就业支撑和经济增长点。

在产业集群发展中,武义县文教用品行业协会扮演了什么角色?如何帮助到企业?

邹中林:武义县文教用品行业协会既是“黏合剂”也是“领航员”。成立协会以来,我们组织小企业联合接大单,集资建立检测中心,严把产品质量关。

为帮助企业拓市场,我们每年都“抱团”参展,“十一五”以来,参加了100余次国内外博览会,协助县政府举办了“亚太文具行业会议”,现场到来330余位国内外嘉宾;2013年又举办了首届武义文教用品博览会,吸引了1200余名客商。

我们还特别重视环保和标准制定。

企业一直在研发替代苯、甲醛的环保材料,做可降解产品。现在全行业有300余件专利,多家企业参与了《学生用品安全通用要求》等国标和行标的起草。从以前跟着标准走,到现在参与制定标准,这就是从“跟跑”到“领跑”的转变。

数字化转型是产业升级的大趋势,武义文具在这方面有哪些突破?

邹中林:武义县文教用品行业协会一直在推进“机器换人”和数字化管控。我们引导企业安装MES(制造执行系统),实现设备联网,从生产、检测到物流、销售全流程数字化。现在许多龙头企业,单线一天能产50万小盒订书钉,单厂年产值能达8千余万元,这放在十

年前都是不敢想的事情。数字化不仅提高了效率,还让产品更稳定。比如以前的订书钉规格误差是毫米级,现在能控制在0.1毫米以内,竞争力自然就上去了。

产业发展关键在人,面对劳动力短缺和升级需求,武义如何吸引年轻人加入?您对投身这个行业的年轻人有什么建议?

邹中林:武义文具的未来在年轻人手里,为此我们和政府做了很多努力——县里建立电商产业园,租金减免、税收优惠,鼓励年轻人做线上销售;武义县文教用品行业协会联合企业和职业学校搞“订单式”培养,定向输送人才。

对于年轻人,我有三点建议。第一要扎根一线练硬功。文具产业看着简单,但从制钉(针)到包装每个环节都有学问,年轻人要到车间去,搞懂材料、工艺、设备,掌握OEE(设备综合效率),良率这些关键指标,只有懂生产本质,才能做出好产品。第二要用“设计+数据”做创新,并敢于换赛道。武义有年轻人深耕网络营销,靠在亚马逊电商平台卖回形针,今年销售额已达200余万美元;还有人专注全网营销,实现了几千万元的收益。他们发挥熟悉网络的优势,用数据洞察市场需求,这就是“换道超车”的典范。这些都是年轻人的核心优势,从设备联网、网络平台运营等基础内容干起,用数字化帮助企业提质降本,开拓

广阔市场,只要能创造价值,肯定有发展空间。

党的二十届四中全会提出“发展先进制造业集群”,这和武义文具的发展方向高度契合,协会接下来有什么规划?

邹中林:政策给我们指明了方向,武义县文教用品行业协会会牵头做三件事。一是抓协同创新,把“武义文具”这个区域品牌打出去,组织企业参加国际会议和展会,对接全球技术、标准和市场,提升国际影响力;推广智能制造标准,让产品质量更统一,降低企业成本。二是聚人才。我们要深化和高校的合作,不仅培养技术工人,还要提升企业的战略思维,组织他们到国内外培训,请专家来讲课,打造一支高素质的队伍。三是拓赛道。

我们要结合武义的文旅资源,做“文具+IP+文旅”的产品,例如将牛头山、郭洞等景区元素印在文具上,形成有地域特色的产品,开辟新的增长点。

您对武义文具的未来有怎样的期待?

邹中林:我们的目标很明确,不仅要做全球最大的“二针二钉”基地,更要做全球先进的文教用品产业基地。接下来,我们一方面要保住“