

浙江義烏：世界超市有生意更有生活

浙江義烏，一座自帶流量的網紅城市，因常年盛產各種爆品，而佔據各大新聞熱搜。這座城市，既不臨海也不臨邊，總面積只有 1100 平方千米。但自從 1982 年開放小商品市場後，義烏藉著「一盤好貨」，成為名副其實的「世界超市」。

數據顯示，2023 年，義烏全市 GDP 超 2000 億（人民幣，下同），位列浙江省縣市區 GDP 前十強；城鎮常住居民人均可支配收入為 93108 元，連續 17 年位居中國縣級市第一；人均 GDP 達 108447 元，是 1978 年當地人均 GDP 的 461 倍；目前，義烏在冊市場經營主體總量突破 115 萬戶。

光鮮亮麗的數字背後，是義烏經濟，尤其是小商品市場那前所未有的蓬勃活力。2024 年前 11 個月，義烏進出口總值超 6000 億元，對主要貿易市場增長均超兩位數；義烏國際商貿城日均客流量超過 22 萬人次，創近 10 年新高……

「每10個聖誕老人8個產自義烏」

作為「中國最大的小商品集散中心」，義烏國際商貿城一頭連著 230 多個國家和地區，一頭連著 210 多萬家「中國製造」企業，連續 33 年雄踞中國專業市場榜首，平均每天有 3000 萬件快遞從這裡啟程，奔向世界的每一個角落。

目前，商貿城經營面積達 640 餘萬平方米，擁有 7.5 萬個商鋪，宛如一座商品的海洋，匯聚了各種商品，從日常用品到節日裝飾，電子產品到時尚飾品，應有盡有，幾乎涵蓋了生活所需的方方面面。

7.5 萬個商鋪，是什麼概念？假如，在每個攤位停留 3 分鐘，每天逛 8 小時，逛完這個市場要花 1 年零 5 個月。一區到五區，開車需要 20 分鐘。

在這裡，喜慶可以批發，精緻可以批發，足球夢也可以以份計量，盡情追逐。

作為「世界聖誕用品基地」，義烏每年

向 100 多個國家和地區出口 2 萬多種聖誕用品，光是聖誕樹就能細分出至少 50 種不同的樹葉。這也造就了「每十個聖誕老人中約有 8 個產自義烏」的「神話」。

如果是紀念品愛好者，義烏可以滿足一次性集齊全世界名勝古跡手信的願望，或許還能找到在埃菲爾鐵塔旁購買的同款冰箱貼。

在體育賽事領域，從卡塔爾世界盃到杭州亞運會，從歐洲足球杯到巴黎奧運會……一次次重大賽事中，「義烏製造」的身影無處不在，成為了一道亮麗的風景線。

在浙江義烏，平均每天有 4 趟中歐班列抵離，中國製造的各類商品隨之遠銷海外，小到日用百貨、五金工具、智能家電，大到光伏組件、新能源汽車，應有盡有……

十年來，截至 2024 年 10 月底，「義新歐」中歐班列共開行 11380 列，運送 93.22 萬標箱貨物。



▲義烏商家展示其出售的足球。

是「一帶一路」金樞紐 成「世界義烏」僅用40年

從默默無聞的小縣城到聞名遐邇的「世界義烏」，這段旅程僅用了 40 年時間。

1949 年，義烏地區生產總值僅為 2090 萬元（人民幣，下同），人均 GDP 更是只有 63 元。然而，隨著中國改革開放的春風拂面，1982 年，義烏第一代小商品市場——湖清門小百貨市場正式開業，從此，義烏的經濟發展便駛入了快車道。

馮愛倩是義烏小商品市場第一代創業者，她的回憶描繪了 20 世紀 80 年代義烏人「下海」經商的景象：「我原來辛辛苦苦一天也不過賺 9 毛，擺攤的第三天就賺了 22 元，對當時的我來說，就是一筆巨款。」

到了 1990 年，義烏小商品市場已經成為中國最大的小商品專業批發市場，當時許多義烏人自豪地說：「在別人月薪 300 元的時代，我家已經是萬元戶了。」1991 年，義烏市場的成交額首次突破 10 億元。

1992 年，義烏小商品市場更名為中國小商品城，到了 1997 年，第二產業和第三產業在當地產業結構中的比重已分別達到 47.8% 和 46%。

21 世紀初，隨著越來越多的外籍商人湧入義烏，義烏的外貿業務迅速崛起，成為了商業的新高地。「那是貨找人的時代，只要

把原料拉回來，產品生產出來，就不愁銷路，」義烏當地人說。

2001 年中國加入 WTO，義烏藉此東風，從「中國義烏」邁向「世界義烏」，實現了從街頭市場到國際商貿城的華麗轉身。2002 年，義烏國際商貿城一期開業，為各地攤販提供了一個集成的本大營，這裡是全球最大的小商品批發市場之一。

2005 年，義烏的國際貿易額首次超過中國國內貿易額。2013 年，「一帶一路」倡議的提出，讓義烏與世界的聯繫更加緊密，成為了「一帶一路」的金樞紐。

2016 年，義烏中國小商品城的成交額首次突破千億元。到了 2022 年，這一數字已突破 2000 億元。

40 年的風雨兼程，三代義烏人在市場的五代變遷中不斷奮鬥。如今，第六代全球數貿中心的建設已經啟動，旨在打造一個時尚、國際、現代、數字、低碳的未來市場典範。

義烏，這座充滿創富機遇的城市，吸引了無數人成為「新義烏人」。

截至 2023 年年末，義烏市常住人口約 190.3 萬人，其中外來人口約 143.3 萬人，常住外來 1.8 萬人，「含外量」不亞於北上廣深等一線城市。



▲繁忙的義烏公路港。



圖 1 為義烏國際商貿城；圖 2 為外國客人在商貿城內購物；圖 3 為衆多遊客在商貿城「進貨」，享受著購物的樂趣。

「掃貨式旅遊」：逛完義烏等於逛遍全球

雖然義烏是一座建立在市場上的城市，如今它的火熱程度已不局限在商業領域，甚至帶動了旅遊業和地方文化的繁榮。

今年十一假期，義烏接待外來遊客 233 萬人次，同比增長高達 79%，鐵路義烏站日均發送旅客 3.72 萬人，在中國最受遊客歡迎的縣域旅遊目的地中，位列第二。一個既沒有知名山川名跡，也不是度假勝地的地方，為什麼能吸引如此多的遊客湧入？

「來義烏才發現，自己以前是當了多久的『冤大頭』。2 元的甲片、5 元的耳釘、10 元的手串……100 元就能買一大袋，而且質感一點不輸品牌店。」來自湖南的「90 後」遊客阿芬說。

「義烏國際商貿城的小商品很有名，之

前不知道這裡可以零售，在社交平台看到有主播『走播』後，趁著假期和小姐妹組團過來實地感受。」浙江杭州女孩夏京笑言，市場比想像中大太多，為了不迷路，她專門約了陪逛嚮導，在一區買飾品、四區買包包，滿載而歸。

「西班牙火腿、俄羅斯巧克力、格魯吉亞紅酒、馬來西亞燕窩、馬達加斯加天然寶石……義烏也太好逛了。還去什麼海外旅遊，逛完義烏四捨五入就等於逛遍了全球。」上海姑娘 Olivia 感歎。

義烏今年正式發佈「義烏好好逛」文旅 IP，既是對「購物 + 美食」義烏文旅金名片的全新闡釋，也是義烏向四方遊客發出一份邀請函。在義烏，有生意更有生活。



▲義烏佛堂「十月十」民俗文化節期間，江面鐵花飛濺，如煙花般絢爛綻放。
▼商貿交流的繁榮，讓來自各國的風味美食在義烏應運而生。



萬國美食天堂，堪稱「舌尖上的一千零一夜」

除了「進貨式」旅遊，義烏「吸粉」的原因恐怕更在於這裡是低調的萬國美食天堂。

今年五一假期，作為網民心中「萬國美食之都」的義烏就已火出圈。十一黃金週期間，義烏的外國餐廳幾乎都要排隊取號。

走在義烏街頭，可以嚐到廣為人知的日韓料理、印度菜、中東菜，味美又地道的阿富汗菜、敘利亞菜、高加索菜，甚至非洲菜，堪稱「舌尖上的一千零一夜」。

在燈火如畫的賓王夜市上，可以見到穿著白袍的迪拜人操著一口阿拉伯味兒的義烏話，和地攤上賣衣服的大媽奮力殺價，熟練的動作、凌厲的眼神完全不輸本地的老闆娘；在「異國風情街」中，可以品嚐到土耳其的烤肉、印度的飛餅、泰國的菠蘿飯……而在你的身邊，或許正有個非洲小哥啃著街邊剛出爐的東河肉餅，本土和國際的魔幻氣質，在這裡展現的淋漓盡致。

義烏的混搭風味遠不止於此，2023 年這裡「國際小縣城」吸引入境的外商達 36.69 萬人次。在義烏，中國人把生意做向世界，外國人也把生意做到中國。

一位名叫穆罕奈德的約旦商人在義烏開

了一家地道的阿拉伯餐館。他把原汁原味的阿拉伯飲食文化帶到了義烏，也在義烏的繁榮興旺中收穫了事業成功，最終同中國姑娘喜結連理，把根紮在了中國。

穆罕奈德給自己的餐廳起了個名字「貝迪」，在阿拉伯語中就是「我家」的意思。他說，義烏就是他的家。

「我們餐廳共有超 120 名員工，30 多位來自參與共建『一帶一路』國家。有的員工在店裡待一段時間就去義烏市場做生意了，有人學了本領回國開店，過得都不錯。」穆罕奈德注意到，這些年，留在中國、留在義烏的外國人越來越多。

「義烏機會很多，有人的地方就有生意。在義烏，批發衣服賺不到錢，就批發鞋子，批發鞋子賺不到錢就去找另一個樣品。還能在義烏開理髮店、超市，或者給採購商當翻譯……只要足夠勤勞，總有屬於你的機會。」穆罕奈德說。

此外，義烏的歷史文化底蘊同樣深厚。從雞鳴閣的登高遠眺，到佛堂古鎮的江南水鄉風情，再到李祖村的古樸靜謐，每一處都承載著歲月的記憶講述著義烏的故事……