



義烏老闆 鬥志高昂

接入DeepSeek攬客

義烏外貿商陳麗勤

「今年2月，義烏國際商貿城集團Chinagoods AI智能服務平台宣布接入DeepSeek，『小商AI視創』小程序能按照指令智能生成文案，結合老闆娘錄製好的口型，多語種推介視頻一鍵生成，到店客流量大增。」

▼蔣江平手中的聖誕帽成本價約為0.44元人民幣，他笑言「除了中國哪裏都做不出來」。

大公報記者俞畫攝



玩具賣全球

義烏宏盛玩具廠老闆娘 孫麗娟

「從自起家到如今的企業年銷售額超5000萬元。我們做的都是全球生意，不會因一個國家政策變化影響整體生意。」

▲義烏玩具商戶孫麗娟針對中東地區設計了阿拉伯語智能娃娃。圖為孫麗娟在店內接待墨西哥客戶。

新華社

大公報實地走訪 經營戶變陣迎擊關稅

「世界超市」義烏：中國商品不可替代

赴俄覓機遇

「潮貝」服飾公司周晨琳

「2012年投身跨境電商，體會到把握商機『唯快不破』。這次來俄羅斯考察收穫很大，只要努力發揮專長，夢想會一步步實現。」

大公報整理



▲正在向俄羅斯採購商推銷「網紅泡泡機」的小葉（右）。大公報記者俞畫攝



中國外貿企突圍

「受加徵關稅影響，美國訂單暫緩。但美國客商告訴我，中國商品是難以替代。」浙江義烏一名飾品經營戶說。作為全球最大的小商品集散地，被譽為「世界超市」的義烏，再次成為體現中國外貿應對能力風向標。

近日，大公報記者實地走訪義烏國際商貿城，親身感受

到中國供應鏈韌性強、出口地多元化等特點，價廉物美、創意十足的中國小商品，擁有賣遍全球的質量，罕逢敵手，難以替代。

經營萬聖節用品的聶自勤，最近連番接受媒體採訪，獲評選為「義烏最牛老闆娘」。她告訴大公報，由於近五成訂單來自美國，這段時間忙着將部分訂單轉到歐盟市場，並推進針對內銷市場的新年飾品生產。「世界上並沒有長青的生意，我們隨時都在觀察市場的變化，並及時做出改變。」

大公報記者 俞畫義烏報導



▲廣交會採購商在進口展位上諮詢。大公報記者李紫妍攝

義烏有「世界超市」之稱，義烏國際商貿城中商品關聯全球230多個國家和地區，共有約7.5萬家商戶。有人計算過，若在每個商位逗留3分鐘，按每天8小時計算，逛完整個義烏國際商貿城需時半。

「沒有人只盯着一個籃子看」

18日早上9點，義烏國際商貿城一期停車場內已是滿滿當當，市場氣氛熾熱，經營戶們熱練地將寫着多國語言的歡迎牌掛在店鋪門口。「美國生意做不了，那就做其他國家的生意唄，反正全世界的孩子都喜歡玩具。」小葉在義烏國際商貿城一區經營電動玩具多年，大公報記者當天見到他賣力地向俄國採購商推銷一款售價10元人民幣的「網紅泡泡機」。「這周我做了六筆訂單，有俄羅斯的，也有中東的，其中俄羅斯採購商第三次來華，說我們的遙控飛機很好賣，這回直接下單兩個貨櫃。」

「最牛老闆娘」聶自勤也着手變陣迎擊，與幾位歐盟客戶溝通後，發現歐洲市場對萬聖節商

品需求不低，「於是我再降一點價格，將這批貨轉到歐盟的幾個國家去了」。早在上屆特朗普任期關稅戰期間，聶自勤就頻繁出差，由此開拓包括歐盟、南美等地新商機。聶自勤笑說，這就是義烏，「沒有人會只盯着一個籃子看」。

美國亂揮稅棒，越來越多義烏經營戶將目光投向共建「一帶一路」國家、RCEP成員國等，布局多元市場。數據顯示，去年義烏對共建「一帶一路」國家合計進出口4133.40億元（人民幣，下同），同比增長18.2%，佔同期義烏進出口總值61.8%。

北美市場超過85%聖誕裝飾品來自義烏。受海運時長影響，每年4月是美國聖誕用品採購商啟程義烏「買買買」時節，如今因關稅戰按下暫停鍵。「我手頭上一共有三位美國客戶，其中一位已在3月下單，另兩位目前仍在觀望。」蔣江平在義烏國際商貿城一區擁有兩家聖誕服飾禮品店，以他手上基礎款聖誕帽為例，他告訴大公報，「布料產自紹興柯橋市場，面料出自江蘇常熟，然後分包到浙江衢州、義烏、江西玉山等地

完成生產，成本約為0.44元人民幣，這個價格除了中國，哪裏都做不出來。」蔣江平說：「我做了20多年的聖誕服飾禮品出口業務，手上大大小小的客戶有1000多個，遍布全球八九十個國家，就算最終那位3月下單的客戶因關稅上漲不要那批貨了，我也可以賣給其他客戶。」

研發智能玩具 70%訂單銷中東

「這幾天我們正在趕中東地區和墨西哥的訂單。我們針對中東地區設計了阿拉伯語的智能娃娃，目前70%的訂單是要發往中東的。」經營娃娃玩具的商戶孫麗娟接受內地媒體訪問時表示，和去年同期相比，訂單量增長10%。義烏經營戶陶洋的鑲鑽飾品生意創新求變，謀求在關稅戰亂局中立於不敗。據介紹，陶洋近日和客商對接、商談後，僅僅6天後就向客戶展示35款全新樣品。「客商白天提需求，我們晚上討論、消化，第二天就能給出新的設計圖，迅速聯動義烏附近的工廠。義烏的集中、高效，會讓我們在全球市場保持競爭力。」她說。

遠親不如近鄰，抱團共謀發展。第137屆廣交會上，周邊各國客商借助廣交會平台達成各種貿易訂單，亞太商貿合作活力澎湃。不少參展商已和中國供應鏈建立深度合作，透過引進中國先進技術，打造自有品牌，自研自產升級產業。

SANAKY是越南市佔率第一的本土冰箱冷櫃企業，最早從中國進口產品到本土銷售，以採購商身份參加超過25年廣交會，與中國供應鏈建立深度合作後，開始在越南建廠投產，去年起拓展海外市場。今年，他們首次以參展商身份進駐廣交會進口展區，許多非洲、歐洲和美洲客戶冀與他們合作。

SANAKY總經理HANG NGUYEN VAN表示，關稅戰影響全球經貿合作。中國領導人此次訪問越南，可望促成有利中越經貿的政策出台。「也許，我們將來可用更實惠價格採購中國配件進行生產。」

大公報記者李紫妍、帥誠

廣交會壯大亞太商貿合作圈

共謀發展

靠「捲」走不遠 向價值鏈中高端攀升

品牌攻勢

「與其為加徵關稅焦慮，不如積極應對，全力以赴堅持眼下那件正確的事。」4月11日，義烏 Yiwu Selection 品牌出海集合店10號店與11號店完成簽約，正式抱團進軍韓國與厄瓜多爾市場。

代工銷量再好也是作嫁衣裳

在義烏品牌發展促進聯合會會長何犁紅看來，用品品牌溢價對沖關稅壁壘，突破「中國製造

=低價」的傳統認知，就是那件「正確的事」。

「我們以前承接外貿訂單，靠的是OEM代工模式，優點是風險小、收入穩定，缺點是代工貼牌銷量再好、品質再好也是在給國外品牌打工，為他人作嫁衣裳。」在義烏市場做了幾十年生意的浙江星寶傘業有限公司董事長張吉英感觸頗深，她舉例，同樣的一款晴雨傘，貼牌出廠價15塊錢，貼上自主品牌後海外售價變30塊錢，甚至達到100塊錢，即便是如今計入關稅，利潤依然

可觀。

在義烏，像張吉英一樣做自有品牌的商戶，還有從事五金工具的陳燕貞，她在同質化競爭激烈的背景下創立了自有品牌Finder。截至目前，她已註冊超10個商標，且在全球170多個國家和地區完成品牌註冊。「我們有着全球最完善的產業鏈，具備從生產爆款到製造爆款的能力。」陳燕貞坦言，靠「捲」是走不長遠的，現在是時候向價值鏈中高端的設計、創牌攀升了。

上海市長晤黃仁勳 歡迎英偉達與中企深度合作

【大公報訊】據「上海發布」微信公眾號消息，上海市市長龔正昨日會見英偉達總裁兼首席執行官黃仁勳一行。龔正說，集成電路和人工智能是上海重點發展的先導產業，近年來實現了快速發展。上海已成為中國集成電路綜合技術實力最強、產業規模最大、產業鏈最完善的城市。歡迎英偉達等全球知名高科技企業把握中國超大規模市場和上海擴大高水平對外開放的機遇，匯聚全球資源要素，加強與本地企業深度合作，共創科技發展美好未來。上海將一如既往打造市

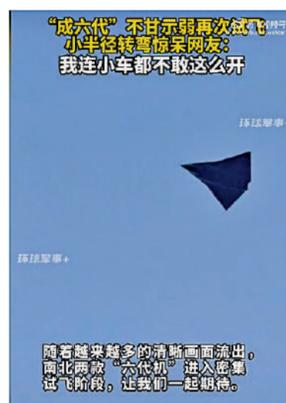
場化、法治化、國際化一流營商環境，助力各類企業實現更好更大發展。

黃仁勳說，中國市場對英偉達十分重要，不僅因其體量巨大，更在於這裏擁有優質的客戶群體和良好的產業生態。過去30年，正因為深耕中國市場，英偉達的業務蒸蒸日上。上海是英偉達的重要研發基地，擁有良好的營商環境和產業環境。英偉達遵從各國法律，也秉持對中國市場的承諾，並致力於以最好的方式為中國市場提供服務。



▲4月18日，上海市市長龔正會見了英偉達總裁兼首席執行官黃仁勳一行。

中國「六代機」試飛 小半徑急轉彎



近日，社交媒體上再次出現中國一款六代隱形戰鬥機「成六代」的高清試飛畫面。來自「環球軍事+」的視頻顯示，「成六代」試飛小半徑轉彎，彎度之小令網友驚呆。成都飛機工業集團（成飛）和瀋陽飛機工業集團（瀋飛）作為兩大巨頭，各自推出不同六代機方案。成都飛機工業集團試飛第六代隱身戰機被網友稱為「成六代」，瀋陽飛機工業集團試飛的第六代隱身戰機被網友稱為「瀋六代」。隨着越來越多的清晰畫面流出，南北兩款六代機進入密集試飛階段，讓各界非常期待。

綜合報道



掃一掃有片睇