

複雜國際貿易及物流形勢令海外採購商提前下單

# 加速生產備貨 義烏迎接明年聖誕訂單

當人們正沉浸於年底節慶的快樂氛圍中，「世界超市」浙江義烏作為全球最大聖誕用品集散地，已經開始為明年聖誕節出貨作準備。義烏市聖誕用品行業協會秘書長蔡勤亮近日就聖誕產業現狀與趨勢接受香港文匯報記者採訪時表示，作為全球最大的聖誕用品集散地，義烏聖誕產業在保持傳統競爭力的同時，正迎來產品形態、訂單節奏與供應鏈結構等多重變革帶來的機遇和挑戰。

●香港文匯報記者 凱雷、實習記者 王美晴

聖誕產業的產品更新呈現漸進式特點。蔡勤亮(見圖)指出，行業本質仍屬勞動密集型，經典的手工製品如花環、蝴蝶結、布藝掛件等靜態裝飾仍是市場絕對主體。



創新主要體現在為部分核心品類注入動態元素與簡單交互功能。例如，傳統的聖誕老人塑像現已衍生出內置LED燈、可演奏薩克斯音樂並機械搖擺的版本；一些裝飾品加入了聲控感應模塊，能夠對人流經過做出燈光或音樂反饋。這些被視為「增加科技含量」的改進，旨在提升產品附加值，但並未改變節日裝飾品的基本屬性。蔡勤亮認為，這種「萬變不離其宗」的創新邏輯，與聖誕節文化的固有特質相符。

## 今年海外採購商提前備貨

從全球需求端看，聖誕用品的主流偏好保持穩定，未出現顛覆性潮流變化。蔡勤亮表示，義烏的產業地位依然穩固，內地相關經銷商持續向此地集聚，出口商品主要包括聖誕樹、配套裝飾聖誕球、各類掛件，以及聖誕服裝、襪子等布藝製品。

雖然海外需求趨於一致，但不同市場存在細微的區域化差異。針對俄羅斯等寒冷地區，產品需特別考慮耐低溫性能，膠合工藝品會被一體成型或注塑產品替代；南美市場偏愛色彩濃郁的風格；而部分歐美市場則流行素雅色調。目前，大多數生產商仍以開發全球通用款為主，但會根據大客戶的具體訂單進行適應性調整，部分企業開始嘗試在經典款式



● 義烏國際商貿城一期專賣聖誕用品的店鋪。

香港文匯報記者俞畫 攝

上融入原創設計元素。

面對全球貿易的不確定性，今年海外採購商提前備貨，傳統上在夏季達到高峰的聖誕訂單4月起就開始增長，行業運營日曆顯著提前。蔡勤亮透露，聖誕訂單的接收與出貨高峰期已系統性前移。以往，大客戶多在年初下單，6月至9月是出貨旺季。如今，為應對更複雜的國際物流並給予下游更充裕的緩衝時間，許多採購商在前一個聖誕節結束後不久即開始為下一年度下單。相應地，出貨高峰提前至每年的4月至6月。蔡勤亮直言，這種「提早下單、提早生產、提早出貨」的模式，使得整個供應鏈節奏較往年提前約一至兩個月。「對生產商而言，這意味着生產計劃需要更早部署；對採購商而言，則獲得了在銷售季前進行二次補單的機會。」

## 前三季聖誕用品出口同比增22.9%

提及義烏持續吸引全球訂單的核心優勢，蔡勤亮將其歸結於「物美價廉」與成熟的產業配套。經過超過二十年的發展，義烏聖誕產業已形成高度集聚、分工細緻的完整產業鏈。這種集群效應帶來了生產成本的優化和工藝質量的穩定，使產品在國際

市場上具備較強的價格競爭力。產業規模與供應鏈效率共同構成了其他地區難以快速複製的壁壘。

蔡勤亮表達了對聖誕行業前景穩健發展的期盼。「聖誕用品在海外的消費市場是一個相對穩定和垂直的細分領域，爆發式增長的可能性較低。因此，行業的普遍目標是實現一年比一年稍微好一點的漸進式改善。」這種務實的態度，也代表當地聖誕用品行業從業者對產業周期特性的實際認識。蔡勤亮續指，產業的持續運轉，最終依賴於全球範圍內，尤其是年輕人羣體，將聖誕節視為一個普適性的歡樂慶典與文化消費場景的普遍心態。

據了解，今年前三季度，義烏聖誕用品出口51.7億元人民幣，同比增長22.9%。義烏以其完備的產品品類、快速靈活的響應和高效的貿易模式，在國際環境複雜多變的背景下，已成為全球節日經濟不可或缺的一環，並持續引領全球小商品貿易風潮。蔡勤亮總結，在產品升級上，進一步智能化與動態化是主要方向；在運營方面，供應鏈節奏的前移已經成為新常態，要更快適應海外的急切需求。「長期積累的產業集群效應仍是義烏聖誕行業的核心優勢，整個行業呈現出在傳統中尋求微創新、在變化中保持定力的發展態勢。」

## 開發國風商品 掘金本地市場

香港文匯報訊（記者 俞畫 義烏報道）半年前，由於在媒體鏡頭前霸氣喊話美國客戶，在義烏經營萬聖節飾品的聶自勤一躍成了網紅，獲封「義烏最牛老闆娘」。12月初，當香港文匯報記者再次來到她的店面時，紅彤彤的中國娃娃已經取代了萬聖節的蜘蛛網，聶自勤與店員們一起，包裝新款的中國風飾品與配件。

堅決不為關稅埋單的硬氣態度，不可避免地讓聶自勤流失了部分美國訂單，即使後續「窗口期」的放開，依然因為來不及趕工，影響了整體的銷售情況。「這樣變來變去的市場，我們生意人是很害怕的，肯定會想別的出路。」

## 外貿內貿兩條腿走路

轉戰中國傳統節慶用品，是聶自勤為自己謀劃的新出路。事實上，早在去年新年前夕，她就藉着萬聖節後的空檔期賣了兩個月的中國風飾品，效果不錯。如今，面對中美貿易的不確定性，這條新賽道被寄予厚望。聶自勤在義烏市內的新廠房將開始建設，將生產萬聖節飾品和中國傳統節慶用品。「外貿內貿兩條腿走路，相信辦法總比困難多！」聶自勤說。



● 「義烏最牛老闆娘」聶自勤與她的中國風新品。

香港文匯報記者俞畫 攝

## 離岸人民幣時隔15月再破7

### 人民幣兌美元離岸價走勢



業，盡可能利用期權、期貨等外匯衍生品工具，控制好匯率波動風險。

另據中國人民銀行公告，昨日固定利率、數量招標方式開展1,771億元（人民幣，下同）7天期逆回購操作，利率仍為1.4厘，投標量繼續與中標量相同。在連續3日淨回籠後，公開市場逆回購口徑單日轉為淨投放，規模888億元。

人行昨還開展4,000億元中期借貸便利（MLF）操作。該規模較本月3,000億元的到期量高出1,000億元，淨增規模與上月相同，且為連續第10個月淨增。據外媒統計，本周公開市場共有4,575億元逆回購到期，其中今日到期883億元。另外，本周一有1,200億元國庫現金定存到期回收了等量資金；周五財政部和央行將進行總額2,100億元兩期國庫現金定存招標，其中14天期首現。

### 高盛料一年後人民幣升至6.85

高盛在最新報告指出，過去數月間，中國人民銀行對人民幣匯率政策的表述在「韌性」與「彈性」之間交替出現，暗示人行可能傾向於更強的人民幣匯率，但仍希望避免過快升值。高盛維持美元兌人民幣匯率預測，3個月、6個月、12個月後將分別達到6.95、6.90、6.85；預計人民銀行第一季度將降準50個基點並降息10基點，第三季度再降息10個基點。

東方金誠首席宏觀分析師王青認為，人民幣持續升值，會增大國內資本市場對外資的吸引力，直接增加外資的匯兌收益。對於外貿企業來說，雖然近期人民幣對美元升值，但建議外貿企業不要押注人民幣匯率單邊走勢，還是要堅守本

香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道）昨日人民幣匯率走強，更多反映國際投資者預期的離岸人民幣兌美元匯率升破「7」，為去年10月以來首次收復這一整數關口。受此提振，A股大盤繼續拉升，滬深三大股指上漲，滬綜指升0.47%，收穫七連陽。行業利好催化不斷，航天航空、商業航天等板塊再掀漲潮。

截至收市，滬綜指報3,959.62點，漲18.67點，或0.47%；深成指報13,531.41點，漲44.99點，或0.33%；創業板指報3,239.34點，漲9.76點，或0.3%。市場共成交19,245億元人民幣，3,773隻個股上漲，1,473隻個股下跌，208隻個股平收。

25日，上海市人民政府辦公廳印發《關於支持長三角G60科創走廊策源地建設的若干措施》，其中提及加速航空航天產業發展。圍繞衛星製造與商業運營等產業鏈關鍵環節，引育上下游重點項目，按照規定分階段給予不超過總投入15%、最高5,000萬元（人民幣，下同）的經費支持。鼓勵衛星互聯網技術規模化應用，對開展通信、導航、遙感等增值服務的企業，按照規定給予最高1,000萬元的一次性獎勵。支持衛星互聯網星座建設，對取得衛星通信基礎電信業務經營許可證的企業，按照規定給予5,000萬元的一次性獎勵。



● 12月3日，朱雀三號遙一運載火箭在東風商業航天創新試驗區發射升空。

資料圖片

### 商業航天企業集體衝刺IPO

另據中證監網站顯示，藍箭航天科創板IPO輔導工作正式完成，有望衝擊科創板「商業航天第一股」，輔導機構為中金公司。值得留意的是，2025年開啟了商業航天資本化元年。自6月科創板將商業航天納入第五套上市標準適用範圍後，包括藍箭航天在內，星河動力、中科宇航、微納星空、天兵科技等多家商業航天創業公司均於下半年陸續完成IPO輔導備案，集體衝刺資本市場。有研究表明，今年中國商業航天市場規模將達2.8萬億元，現存企業超600家。