

宏观经济专题研究

小商品、大市场：义乌外贸启示录

核心观点

义乌能崛起为“世界小商品之都”，与其文化底色、政策支持与产业选择的长期耦合脱不开干系。长期以来，义乌商贸文化传统塑造了灵活开放的市场氛围，同时政府在制度层面不断松绑与引导，提供稳定的成长空间，小商品赛道的低门槛与高适配性，使义乌逐步形成全球化的贸易。

义乌外贸的成长路径，是从顺势承接到主动突围，再到格局重塑的渐进过程。在此过程中，义乌外贸共经历了“两次腾飞”。（1）第一次是在入世红利驱动下，依托劳动密集型产品出口与欧美市场实现整体跃升。（2）第二次则是在电商浪潮推动下，通过市场采购与跨境电商模式完成结构性突破，出口市场由欧美转向新兴地区，商品结构日益多元化。（3）“第一次腾飞”依赖劳动密集型产品和欧美市场，更多是全国外贸扩张的缩影；“第二次腾飞”则依托市场采购与跨境电商，实现结构性突破和多元化发展。义乌经验表明，小商品也能凭借制度与渠道创新形成全球竞争力与外溢价值。

如今义乌外贸的主要推力，来自市场采购模式与跨境电商的“双轮驱动”。

（1）市场采购通过简化报关与税收优惠，解决了小微主体“单小、货杂”的出口难题，2024年占比已超过七成，成为规模化发展的制度抓手；（2）跨境电商依托数字化和直达消费者的渠道，使出口从欧美扩展至东南亚、拉美、非洲等新兴市场，同时商品结构也从纺织服装延伸至饰品、小电器、玩具等多元品类。双轮并行不仅提升了义乌的全球竞争力，也强化了其在区域与全国外贸链条中的支撑和外溢作用。

在本轮“对等关税”背景下，义乌外贸展现出强劲韧性。外部冲击之下，义乌4月小商品价格指数塌陷后迅速修复，出口规模在5月也逆势增长。其中虽有“抢出口”效应的短期因素，同时不可忽视的是，义乌出口同比增速长期保持领先，“义乌 > 金华 > 浙江 > 中国”的“梯度增速格局”自本年初至今始终成立。

背后原因有4个方面：（1）结构分散，即产品品类多、单笔交易小、对美依赖低，单一市场风险可控。（2）产业稳固，即拥有完整成熟的产业链，从“来样加工”向“原创设计”转型模式较为成熟。（3）数字赋能，AI设计、跨境电商与智能物流降本增效，催生新型数字贸易业态。（4）政策托底，贸易战2.0开启后，义乌市出台《促进民营经济高质量发展十条措施》重点聚焦外贸领域，设立1亿元专项资金支持企业拓展海外市场。

未来义乌外贸的动力，将来自数字化与平台化的升级。数字平台让传统市场向线上迁移，沉淀数据并拓展B2C空间；规则与指数建设提升定价与标准话语权；海外仓和支付体系的完善，则加快交付效率与资金流转。三者合力，使义乌从商品集散地迈向全球供应链与数字贸易的枢纽。

风险提示：海外经济体政策不确定性，外部需求下滑

经济研究·宏观专题

证券分析师：田地

0755-81982035

tianandi2@guosen.com.cn

S0980524090003

证券分析师：王剑

021-60875165

wangjian@guosen.com.cn

S0980518070002

证券分析师：田维伟

021-60875161

tianweiwei@guosen.com.cn

S0980520030002

证券分析师：董德志

021-60933158

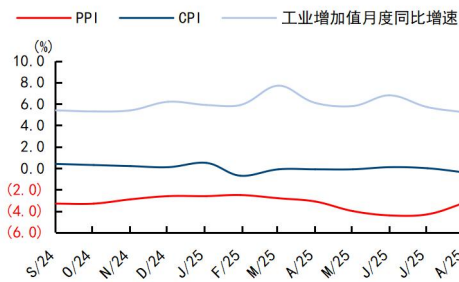
dongdz@guosen.com.cn

S0980513100001

基础数据

固定资产投资累计同比	0.50
社零总额当月同比	3.40
出口当月同比	4.40
M2	8.80

市场走势



资料来源：Wind、国信证券经济研究所整理

相关研究报告

《水牛还是价格修复？》——2025-09-25
《大象转身——房地产视角下的宏观经济》——2025-09-05
《宏观专题：反内卷不仅仅是去产能》——2025-09-01
《“新秩序”的萌芽——2025年秋季宏观经济展望》——
2025-08-28
《宏观经济专题研究-康波周期嵌套下的产能过剩与内卷化》——
2025-08-11

内容目录

义乌模式：文化、政策与赛道的三重合力	4
演进路径：义乌外贸的“两次腾飞”	5
（一）从“入世红利”到“电商崛起”	5
（二）两次“腾飞”的接力与动能切换	5
（三）市场采购与跨境电商主导的新格局	6
关税博弈下的义乌：小商品贸易韧性初现	8
未来图景：数字化与平台化跃迁	10
（一）平台集成化，从“摊位经济”到“数字生态”	10
（二）物流网络化，海外仓驱动“贸易前置”革命	11
（三）支付自主化，基于 CIPS 系统的第三方支付平台快速发展	11
风险提示	12

图表目录

图 1: 义乌主要领导任内推行政策概览	4
图 2: 义乌小商品市场发展路径	4
图 3: 义乌外贸的“两次腾飞”	5
图 4: 义乌外贸依存度与出口占比	5
图 5: 义乌第一次腾飞年均出口额	5
图 6: 义乌产品国别流向	5
图 7: 义乌“第二次腾飞”更多指向新兴市场	6
图 8: 义乌“第二次腾飞”给纺服以外的产业带来机会	6
图 9: 义乌出口企业前 20 名（2002 年 vs 2015 年）	6
图 10: 义乌相对增速（以 2013 年为基期）	7
图 11: 义乌出口重要性（占中国 2.3%）	7
图 12: 义乌第二次腾飞至今的出口规模与增速	7
图 13: 市场采购模式与一般贸易模式对比	7
图 14: 义乌跨境电商出口同比增速	8
图 15: 义乌 B2C 外贸模式仍有较大增长空间	8
图 16: 义乌出口国家份额变化（2004-2024 年）	8
图 17: 义乌出口商品规模（2024 年）	8
图 18: 对等关税以来义乌面临外贸风险评估	9
图 19: 义乌中国小商品指数	9
图 20: 2025 年出口规模相对趋势（义乌 vs 中国平均）	9
图 21: 2025 年出口同比增速（义乌 vs 中国平均）	9
图 22: 义乌出口到美国份额较低	10
图 23: 义乌市促进民营经济高质量发展十条措施	10
图 24: 义乌 Chinagoods 入住采购商数量	11
图 25: Yiwu Pay 全球币种、本地账户支持币种一览	11

义乌模式：文化、政策与赛道的三重合力

为何外界津津乐道的“义乌模式”难以简单复刻？因其根植于义乌乃至金华地区特殊的历史传统、政策导向与营商环境。回溯其发展脉络，可以清晰看到义乌能够成为“世界小商品之都”，根本在于制度与文化层面三张“王牌”的巧妙组合。

第一张王牌，源于义乌骨子里流淌的商业血脉。俗话说“穷则思变”，义乌土地贫瘠，当地居民早早走上经商之路，从明清时期的“鸡毛换糖”到上世纪“敲糖帮”，逐渐形成群众基础强、灵活务实的经商文化。这种深入人心的市场文化，为义乌小商品市场商业风格奠定了基础，形成以高灵活度和低门槛著称的集市生态。

第二张王牌，则是政府的制度托举。自 80 年代起，历任义乌领导坚持“兴商建市”，在市场化大潮中抢占先机。例如，义乌率先破除“禁商”枷锁，为民营经济营造宽松空间；再如，因时因势调整政策，从集贸放开到专业市场培育，再到国际贸易综合改革，持续为市场注入制度确定性。正是这种“有为而不扰”的治理，使草根商业迅速蜕变为全球化小商品市场。

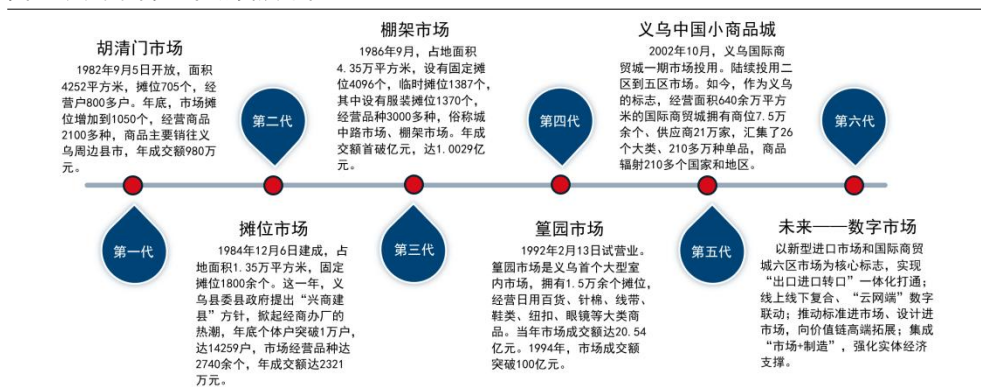
图 1：义乌主要领导任内推行政策概览

任期	领导	任职	推行的政策
1982年至1984年	谢高华	书记	“义乌市场经济的开拓者”在计划经济体制尚未完全松动的背景下，顶着压力率先开放小商品市场经营。其主导制定的“四个允许”政策——允许农民经商、允许长途贩运、允许开放城乡市场、允许多渠道竞争，成为义乌商贸基因的原始密码。
1984年至1987年	赵仲光	书记	着力推动市场规范化建设。编制首部《义乌市经济社会发展战略规划》，将商贸立县确定为长期战略。新马路市场完成棚架结构改造，摊位数量突破5500个，日均客流量达3万人次。
1988年至1994年	郑尚金	书记	任期内重点实施城市扩容战略，通过行政中心北迁、经济开发区设立等举措，将城区面积由6平方公里扩展至15平方公里。其主导的“以商促工”战略，催生浪莎、新光等首批本土制造企业。
1994年至2000年	严高文	书记	完成中国小商品城第三代市场建设，推动义乌市场从区域性集散地向全国性枢纽转型。提出“划行归市”管理模式，将同类商品集中经营，提高市场专业化程度。
2002年至2007年	德国华	书记	推动义乌国际化进程。义乌成为全国首个开展外商投资合伙企业登记试点城市，国际商贸城一期二期相继竣工，外商常驻机构突破1000家。
2007年至2012年	何美华	市长	推动义乌纳入国家国际贸易综合改革试点，建立市场采购贸易方式国家级标准。
2016年至2021年	林毅	市长	主抓义新欧班列常态化运行，实现中欧班列年开行量突破1000列。
2021年至今	王健	书记	聚焦数字化改革与自贸区建设。主导开发Chinagoods数字贸易平台，推动市场采购2.0改革，实现2023年市场成交额突破2000亿元。其力推的“第六代市场”建设，将物联网、区块链技术深度融入市场运营，打造新型国际贸易中心。
2022年至今	叶帮锐	市长	着力发展光伏、新能源汽车零部件等新兴产业，推动义乌从商贸独大向工贸并重转型。

资料来源：义乌市政府，国信证券经济研究所整理

第三张王牌，是对小商品赛道的专注与坚持。不同于普遍追求资本密集型产业的沿海城市，自我国市场化经济萌芽期，义乌就将“小商品”作为差异化突破口，凭借低门槛又与市场需求高度契合的特性，实现了“以小博大”。今天已然构建起从生产、采购到分销的完整生态，逐步塑造出“买全球、卖全球”的市场格局。

图 2：义乌小商品市场发展路径



资料来源：《义乌经验：中国政府与市场发展（胡宏伟 著）》，国信证券经济研究所整理

演进路径：义乌外贸的“两次腾飞”

（一）从“入世红利”到“电商崛起”

如前所述，1980年代起，义乌逐步形成其独特发展模式，并在外部环境巨变中两度抓住机遇：以2012年为分界点，一次是入世红利，另一次是电商浪潮。

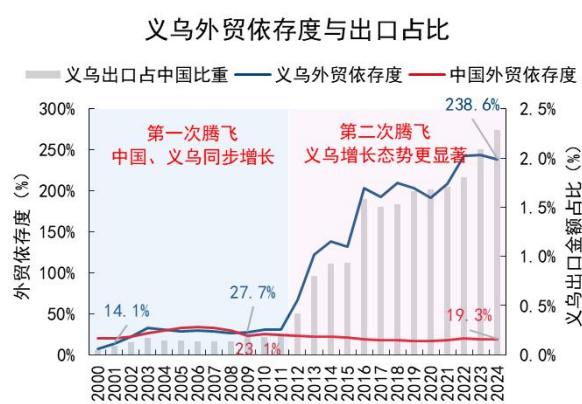
两次腾飞既有共性，也存在差异。共性在于，两次机遇均为义乌注入了新的增长动能。差异在于结构特征：第一次是入世带来的“普惠性红利”，这一时期义乌与全国外贸依存度（外贸占GDP比重）在2012年前大体保持25%左右的同频增长；第二次电商浪潮，则是义乌所独有的“差异化红利”，2012年后，义乌外贸依存度（2024年已达到239%）和外贸占比增势明显，远超我国平均水平。

图3：义乌外贸的“两次腾飞”



资料来源：Wind，国信证券经济研究所整理

图4：义乌外贸依存度与出口占比

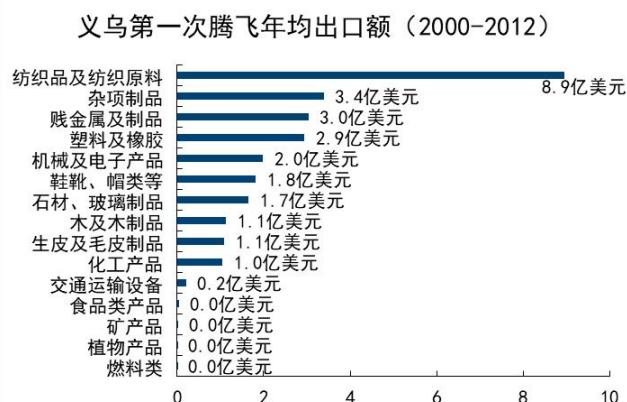


资料来源：Wind，国信证券经济研究所整理

（二）两次“腾飞”的接力与动能切换

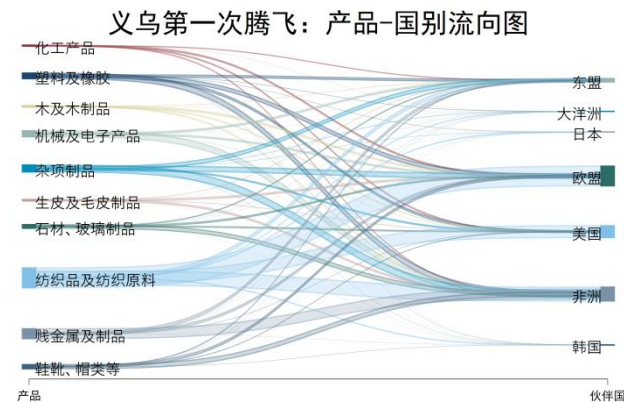
义乌外贸在入世红利期进入“快车道”，本质上与我国整体外贸的轨迹高度一致。当时的增长主要依托低附加值加工与大规模出口，品类集中在服装、纺织等劳动密集型产业，出口市场以欧美为主。

图5：义乌第一次腾飞年均出口额



资料来源：Wind，海关总署，国信证券经济研究所绘制

图6：义乌产品国别流向



资料来源：Wind，海关总署，国信证券经济研究所绘制

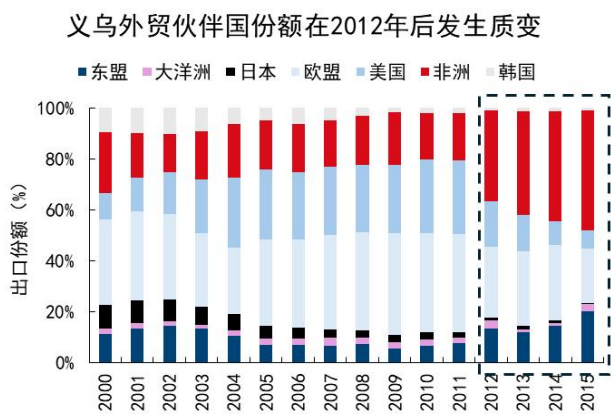
如图5所示，在入世红利驱动下，纺织品出口“一骑绝尘”，成为义乌外贸的核

心品类；从市场结构看，出口集中于欧盟和美国等地，呈现典型的劳动密集型产业格局（见图6）。

这一时期义乌的外贸表现更多是对我国入世红利的被动承接，与全国整体趋势高度一致，尚未展现出显著差异化优势。真正的转折出现在2012年之后，随着电子商务的兴起，义乌才逐步走出独特的发展轨迹。

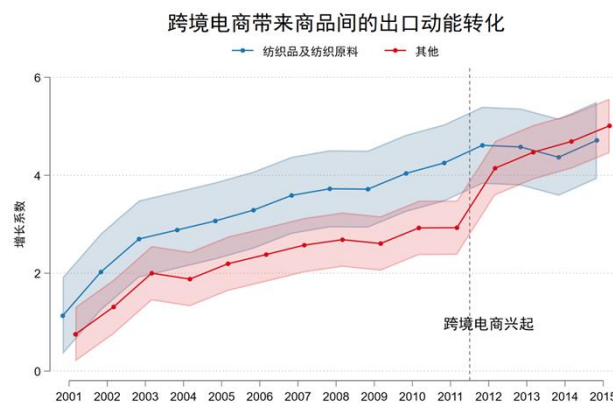
从出口结构看，电商兴起后义乌的市场版图出现明显调整。国别层面，出口逐步由欧美转向非洲和东盟，传统欧美市场份额被压缩；商品层面，2012年之后纺织服装增速放缓，其他产品的比重快速提升，出口结构呈现多元化趋势。

图7：义乌“第二次腾飞”更多指向新兴市场



资料来源：Wind，海关总署，国信证券经济研究所绘制

图8：义乌“第二次腾飞”给纺服以外的产业带来机会



资料来源：Wind，海关总署，国信证券经济研究所绘制。存在置信区间是因为同种商品出口到不同国家/地区存在一定浮动。

更直观的证据来自出口商结构的演变。如图9所示，对比2002年与2015年（微观数据可得仅至2015年），差异十分明显。早期排名前20的企业以袜业、毛纺等传统加工为主；而至2015年，跨境电商已发展三年，前20名基本由采购和商贸代理类企业占据，义乌外贸的主体格局出现深刻重构。

图9：义乌出口企业前20名（2002年 vs 2015年）

2002年出口企业前20名			2015年出口企业前20名		
企业名称	出口规模 (百万美元)	涉及出口国 家数	企业名称	出口规模 (百万美元)	涉及出口国 家数
浙江省义乌市对外经济贸易有限公司	71.8	117	义乌市陆孚商品采购有限公司	836.3	151
义乌市商业总公司	29.2	90	义乌市奥品商品采购有限公司	749.7	150
浙江中国小商品城集团股份有限公司	25.2	105	义乌市德萃商品采购有限公司	644.0	146
浙江义乌中国小商品城贸易有限责任公司	19.1	96	义乌市涵双商品采购有限公司	562.2	141
浙江恒风集团有限公司	17.6	72	义乌市诺龙商品采购有限公司	555.9	141
浙江真爱毛纺有限公司	14.1	36	义乌市泽南进出口有限公司	525.8	144
义乌市供销进出口有限公司	13.5	74	义乌市驰鼎商品采购有限公司	507.1	147
浙江梦娜针织袜业有限公司	11.8	23	义乌市琳漫商品采购有限公司	482.9	140
义乌市皇冠制衣有限公司	11.5	16	义乌市邦驰进出口有限公司	467.0	108
浙江芬莉袜业有限公司	9.9	21	义乌市清方商品采购有限公司	460.0	138
浙江华鸿工艺品有限公司	9.5	59	义乌市锦潭商品采购有限公司	454.5	113
浙江新光饰品有限公司	8.9	20	义乌市亮尔进出口有限公司	429.5	143
浙江义乌农村经济发展有限公司	8.8	44	义乌市栏皓商品采购有限公司	417.5	147
浙江伟达制衣有限公司	7.9	12	义乌市亚锦商品采购有限公司	357.5	130
义乌市丽德塑胶工贸有限公司	7.1	34	义乌市表业商品采购有限公司	349.3	99
义乌市鸿顺制衣有限公司	7.1	5	义乌市尧干商品采购有限公司	333.2	126
浪莎针织有限公司	6.2	25	义乌市蔓曼商品采购有限公司	313.7	123
浙江宝娜斯袜业有限公司	6.1	8	义乌市穆美商品采购有限公司	309.8	119
浙江伟海拉链有限公司	6.0	42	义乌市孙建商品采购有限公司	297.6	126
浙江绣锦服饰有限公司	5.4	3	义乌市雪珑商品采购有限公司	290.6	137

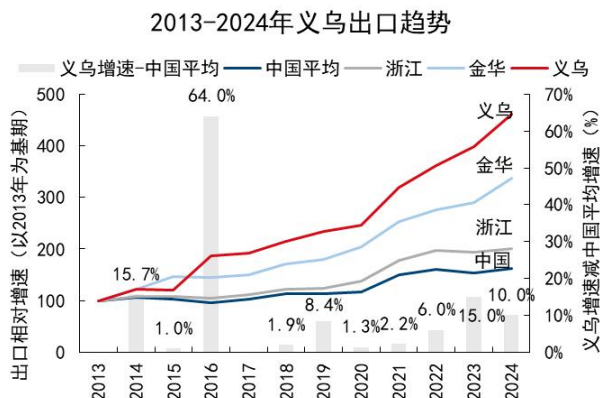
资料来源：海关总署，国信证券经济研究所整理

（三）市场采购与跨境电商主导的新格局

站在当下，义乌外贸已形成由点及面的网络效应，并逐步嵌入更大的贸易格局中。2024 年数据显示，义乌出口占金华的 74.6%，金华出口占浙江的 20.9%，浙江出口又占全国的 14.7%。这意味着，浙江每出口 6 元商品，就有 1 元来自义乌。

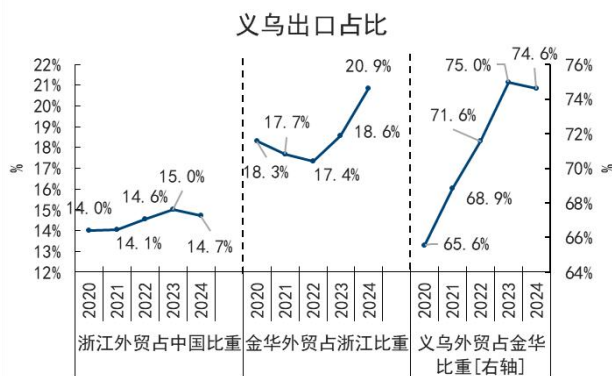
从增速上看，呈现出层层递进的关系（见图 10），展现义乌在区域、省域、全国的多层级链条中发挥着“底盘支撑+动能外溢”的作用。而支撑这一传导格局的核心力量，正是“市场采购”与“跨境电商”的双轮驱动。

图 10：义乌相对增速（以 2013 年为基期）



资料来源：Wind，义乌市政府，国信证券经济研究所绘制

图 11：义乌出口重要性（占中国 2.3%）

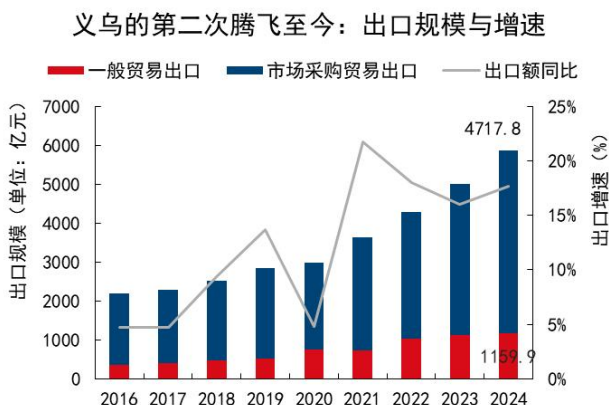


资料来源：海关总署，义乌市政府，国信证券经济研究所绘制

其一，市场采购贸易成为义乌最具制度辨识度的创新。义乌 12 年前首创的市场采购贸易模式，如已占据出口总额的七成。2024 年，义乌的一般贸易出口为 1159.9 亿元，而市场采购贸易出口则高达 4717.8 亿元，充分体现其在义乌外贸中的主体地位。

相较于一般贸易，市场采购模式通过简化报关、落实增值税免征不退、创新外汇管理等系列政策组合，有效解决了当地小微主体“单小、货杂、品种多”的出口贸易难题，更契合义乌“小商品、碎片化、全球化”的外贸发展要求。

图 12：义乌第二次腾飞至今的出口规模与增速



资料来源：Wind，海关总署，国信证券经济研究所绘制

图 13：市场采购模式与一般贸易模式对比

维度	一般贸易（传统出口）	市场采购贸易（义乌特色模式）
出口商	生产企业、制造工厂	商贸公司、采购代理、批发商
商品特征	大宗、单一、标准化	小批量、多品类、碎片化
单票金额	无特别限制，适合大规模订单	单票报关额 ≤ 15 万美元（海关政策规定），可人民币结算
报关流程	程序复杂，逐笔报关	集中申报，简化报关流程
政策优惠	享受出口退税	增值税“免征不退”，降低制度成本
成本结构	报关成本、物流成本较高	交易和制度成本显著降低
适配场景	适合大宗制造业出口（如机械、电子、化工等）	高度契合小商品市场（多品类、小订单、快速流转）

资料来源：Wind，国信证券经济研究所整理

其二，以跨境电商为代表的新业态，则通过数字化手段、直达消费者（DTC）的渠道穿透力为义乌小商品开辟了直达全球消费者的“新航线”。2024 年义乌跨境电商交易额达到 1400.93 亿元，同比增长 15.63%。目前，海外市场的电商体系整体仍以 B2B 模式为主，B2C 端渗透率相对较低，消费者直购渠道尚未完全成熟。

与此同时，TikTok 海外直播电商、1688 国际站等新兴平台发展迅速，为义乌跨境电商商家拓展海外 DTC 业务提供了新的增长动能与广阔的市场空间（见图 15）。

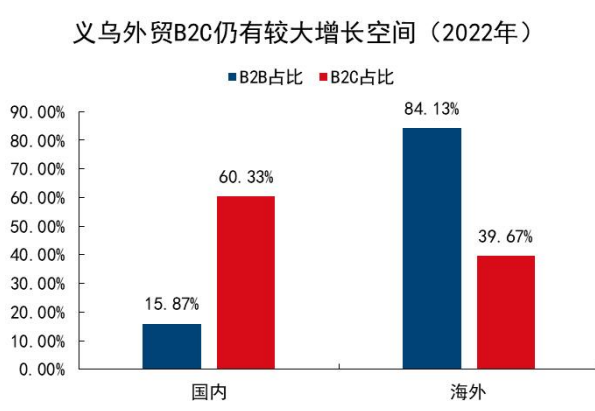
数字背后，是跨境电商在出口结构、渠道模式、成本效率上的全面升级。一方面，出口方向不再局限欧美市场，义乌加快开拓东南亚、拉美、非洲等新兴市场（见图 16）；另一方面，商品结构从单一纺服（图 5）持续向饰品、小电器、玩具等更多品类（图 17）延伸。

图 14：义乌跨境电商出口同比增速



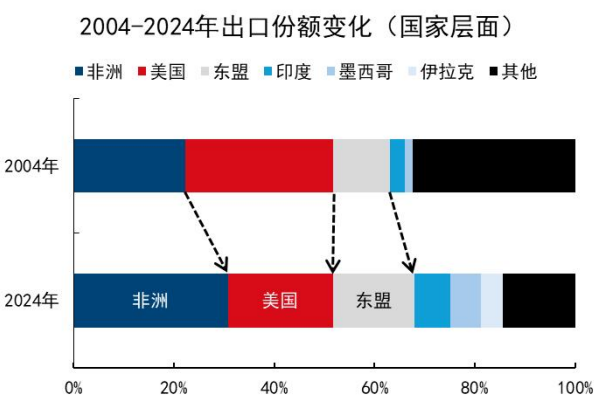
资料来源：义乌市政府，海关总署，国信证券经济研究所绘制

图 15：义乌 B2C 外贸模式仍有较大增长空间



资料来源：义乌市政府，海关总署，国信证券经济研究所绘制

图 16：义乌出口国家份额变化（2004-2024 年）



资料来源：Wind，义乌市政府，国信证券经济研究所绘制

图 17：义乌出口商品规模（2024 年）



资料来源：Wind，义乌市政府，国信证券经济研究所绘制

关税博弈下的义乌：小商品贸易韧性初现

以美国“对等关税”为代表的全球贸易保护主义的抬头，使义乌外贸面临新的挑战 and 压力。特朗普政府《大而美法案》（One Big Beautiful Bill Act）收紧 800 美元小包裹免税门槛，直接触及义乌典型的“小额高频”跨境电商模式；同时，中美关税清单频繁调整，亦可能对纺服、五金等传统品类形成额外压力。若贸易保护主义继续外溢，不排除义乌商户在报关合规、毛利空间和订单节奏上面临持续掣肘（见图 18）。

但从现实的数据来看，义乌外贸却展现出强劲的韧性。4 月 2 日，特朗普签署行政令，执行全面对等关税，中国整体出口增速从 4 月的 8.0% 下降了 3.3 个百分点，

到5月仅为4.7%。但在这一外部冲击之下，义乌4月小商品价格指数塌陷后迅速修复（见图19），出口规模在5月也逆势增长（见图20）。其中虽有“抢出口”效应的短期因素，同时不可忽视的是，义乌出口同比增速长期保持领先，“义乌 > 金华 > 浙江 > 中国”的“梯度增速格局”自本年初至今始终成立（见图21）。

图18：对等关税以来义乌面临外贸风险评估

事件	对义乌的影响
中美关税博弈升级：美国对华加征关税、动辄调整清单	对纺织服装、五金等部分义乌传统品类形成成本压力，但“小商品单价低、品类分散”特性使整体冲击相对有限。
小额免税政策收紧：800美元以下包裹免税便利弱化	义乌典型“小额高频”电商出口模式受压，报关与合规成本上升，毛利空间被压缩。
对等关税措施：中国针对美国产品实施反制	对义乌影响间接有限，但全球供应链不确定性提升，买家存在“观望”情绪，订单节奏波动性增强。
特朗普式“政策随意性”：如近期对药品、电影“一日一关税”	提高市场预期不确定性。对义乌而言，强化了分散出口市场、降低单一市场依赖的紧迫性。
全球贸易保护主义扩散：多国考虑模仿美式关税审查	倒逼义乌企业加快品牌化、合规化和海外仓前置布局，以提高抗风险能力。

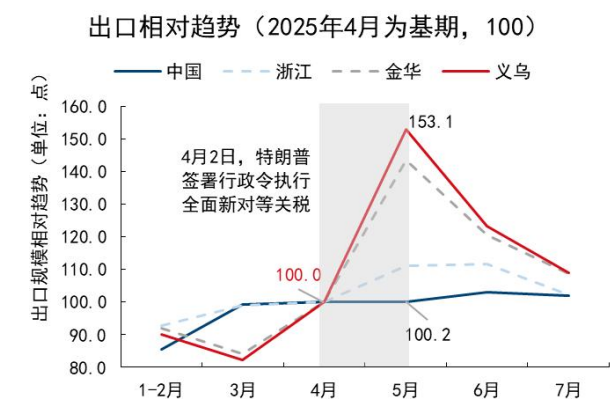
资料来源：Wind，国信证券经济研究所绘制

图19：义乌中国小商品指数



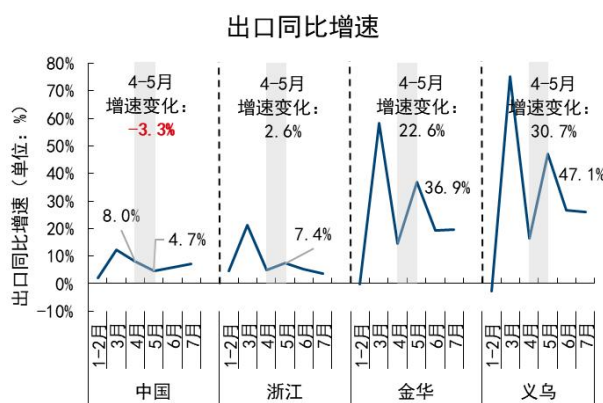
资料来源：Wind，国信证券经济研究所绘制

图20：2025年出口规模相对趋势（义乌 vs 中国平均）



资料来源：Wind，金华市商务局，国信证券经济研究所绘制

图21：2025年出口同比增速（义乌 vs 中国平均）



资料来源：Wind，金华市商务局，国信证券经济研究所整理

背后的原因主要包括四个方面：

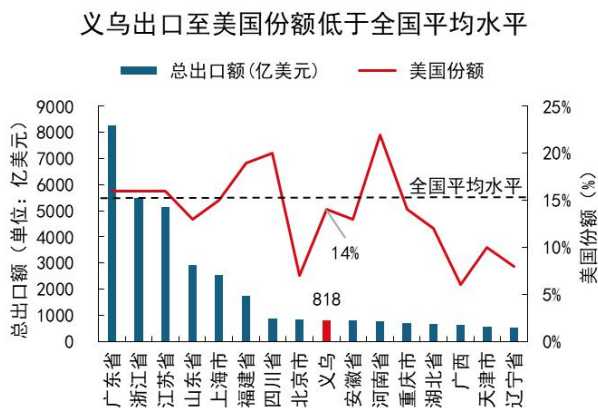
（1）义乌外贸的核心韧性在于“小商品”属性（单价低、品类多、订单碎片化）所带来的多样性与低集中度。目前，义乌出口已覆盖230多个国家和地区，美国份额仅有14%（见图22），单一市场风险有限。从企业集中度上来看，义乌国际商贸城有3000余家商户参与对美贸易，但其中直接开展对美贸易的商户仅为100余家，占比约3.33%，因此企业直接受到美国本轮对等关税的影响较为可控。

（2）义乌具备完整、成熟的产业链，是全球最大的节日礼品和装饰用品生产基地，企业不断从“来样加工”向“原创设计”转型，产品附加值与竞争力持续提升。

（3）年初的“DeepSeek时刻”为外贸注入新动能，商户积极运用AI设计、跨境电商及智能物流等手段降本增效，催生出更多新型数字贸易业态。

（4）政策层面持续加码稳外贸支持。《义乌市促进民营经济高质量发展十条措施》中有五条聚焦外贸领域，其中，义乌市政府设立1亿元专项资金支持商户拓展海外市场，成为支撑义乌外贸韧性的重要政策支柱。

图22：义乌出口到美国份额较低



资料来源：Wind，国信证券经济研究所绘制

图23：义乌市促进民营经济高质量发展十条措施

举措	内容	举措	内容
构建“强”引擎，驱动民企创新跃升	支持科技创新、智能改造与人才引育，推动民企技术升级和创新能力提升	加大市场赋能	安排1亿资金加快交易数字化转型，完善市场平台功能，打造多层次国际贸易体系
支持科技创新	加大奖励力度，单项最高补助200万元，强化“专精特新”企业培育	加大政策赋能	对重点市场主体实施出口奖励与贴息政策，减轻企业资金压力
支持智能改造	推动数字化工厂和智能制造项目，按投资额30%给予补助，提升产业链现代化水平	加强要素供给	优化融资环境、降低信贷门槛，扩大信贷支持和政策性融资覆盖
支持人才引育	设立2亿元专项资金，引进高层次人才和创新团队，强化民营经济人才支撑	强化权益保护	强化海外知识产权保护，拓展出海企业海外商检检测服务
加大改革赋能	高标准建设苏溪国际枢纽港、双江湖新区和空港经济区，构建国内仓、海外仓	优化法治与涉企服务	推进“一站式”政务服务，建设3.0企业服务中心，实现政策直达、服务提效

资料来源：Wind，义乌市政府，国信证券经济研究所绘制。注：标注为灰色的举措均与外贸相关

展望未来，单边主义与关税博弈的不确定性仍将是全球贸易格局的最大风险变量。特朗普式的“政策随意性”，从加征关税，到对统计与金融的干预，一次次不断撕裂市场预期，使外贸主体面对的外部环境不确定性加剧。

然而可以肯定的是，在这种不确定性中，义乌的发展逻辑依然有“三点不变”：

一是“小商品”低单价、多品类的基本盘未变，决定其天然风险分散；

二是出口市场多元化的趋势未变，新兴市场渗透率持续提升；

三是未来“平台-物流-金融”三位一体的数字化转型路径未变，这种体系化优势正逐渐演变为外贸“护城河”。

这种以“不变”应“万变”的底层逻辑，本质上是一种穿越周期的确定性。用“小商品”托举多元“大市场”，义乌已然成为我国外贸韧性的标杆样本。

未来图景：数字化与平台化跃迁

义乌外贸增长的核心正从“做规模”转向“拼体系”。平台、物流、支付三大支柱并非孤立存在，而是相互赋能，形成“数据沉淀-供应链优化-金融支撑”的飞轮效应，成为未来增长的主导力量。

（一）平台集成化，从“摊位经济”到“数字生态”

义乌正加速从线下“摊位经济”向线上“数字生态”跃迁。义乌小商城的数字化载体“Chinagoods 平台”累计注册人数超 480 万人，堪称地方数字贸易的“样板”。

阿里巴巴 1688 与商城集团共建的义乌数字馆于 2023 年正式上线，为 7.5 万个实体商铺开辟线上交易场景，提供营销活动、一键分销和数字门牌等全链条服务。

平台集成是义乌市场的数字化重造，也是未来全球小商品贸易模式的前瞻方向。通过线上平台沉淀数据资产，义乌正在补齐 B2C 跨境电商的短板。某种意义上，义乌延续百年未变的“摊位经济”逻辑，却已将其场景从线下迁移到线上，以更低成本和更高效触达全球买家。

图24: 义乌 Chinagoods 入住采购商数量



资料来源: Chinagoods 官网, 国信证券经济研究所绘制

图25: Yiwu Pay 全球币种、本地账户支持币种一览



资料来源: 义支付, 国信证券经济研究所整理

(二) 物流网络化, 海外仓驱动“贸易前置”革命

义乌正以“品牌出海”为抓手, 加速构建海外仓与本地市场网络。自 2023 年起, 已在全球布局 6 个 FBC 海外仓、8 个海外站点、12 个展厅, 覆盖 18 个国家, 联动近 3000 家主体。海外仓的前置模式将交付周期大幅压缩, 显著降低成本, 并赋予义乌“小批量、多品类”贸易与国际品牌同台竞技的履约能力。

展望未来, 海外仓将成为义乌外贸持续扩张的关键支点, 让义乌由“卖产品”走向“卖品牌”, 从世界超市跃升为全球供应链的关键节点。

(三) 支付自主化, 基于 CIPS 系统的第三方支付平台快速发展

基于 SWIFT 的代理行/清算行模式长期在跨境支付中占据主导地位, 但该模式资金流转需经过多环节中介, 且往往依赖线下合规审核, 流程繁琐、效率低下、成本高 (每一家代理行都需要收取手续费, 同时也面临汇率损耗), 因此往往只适合“大额、低频”的跨境交易, 与义乌的“小额高频、碎片化”交易需求存在根本矛盾。

近年来我国当局在跨境支付领域进行深度布局, 推出了人民币跨境支付系统 (CIPS)、多边央行数字货币桥 (mBridge) 等支付基础设施, 像 Yiwu Pay 等基于 CIPS 系统的第三方支付平台得以快速发展, 很好的解决了义乌小额外贸在跨境支付中面临的痛点。央行于 2015 年推出 CIPS 系统, 通过整合人民币跨境支付结算渠道, 境外公司可通过国内的分支机构直接实现人民币结算, 从而提升跨境结算效率同时降低操作成本, 并且避免了汇率损耗。截至 2025 年 8 月末, CIPS 系统共有直接参与者 176 家、间接参与者 1552 家。

CIPS 系统的快速发展为基于 CIPS 的各类第三方支付平台出现和发展提供了关键的基础和条件, 多家支付公司为商户的跨境支付提供了解决方案。以本地 Yiwu Pay 为例, 截至 2024 年末, Yiwu Pay 已服务超 2.2 万家商户, 覆盖 150 多个国家和地区, 支持 25 种主流币种结算, 累计交易额突破 42 亿美元。

风险提示

海外经济体政策不确定性，外部需求下滑

免责声明

分析师声明

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道；分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求独立、客观、公正，结论不受任何第三方的授意或影响；作者在过去、现在或未来未就其研究报告所提供的具体建议或所表述的意见直接或间接收取任何报酬，特此声明。

国信证券投资评级

投资评级标准	类别	级别	说明
报告中投资建议所涉及的评级（如有）分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后 6 到 12 个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的 6 到 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A 股市场以沪深 300 指数（000300.SH）作为基准；新三板市场以三板成指（899001.CSI）为基准；香港市场以恒生指数（HSI.HI）作为基准；美国市场以标普 500 指数（SPX.GI）或纳斯达克指数（IXIC.GI）为基准。	股票 投资评级	优于大市	股价表现优于市场代表性指数 10%以上
		中性	股价表现介于市场代表性指数 $\pm 10\%$ 之间
		弱于大市	股价表现弱于市场代表性指数 10%以上
		无评级	股价与市场代表性指数相比无明确观点
	行业 投资评级	优于大市	行业指数表现优于市场代表性指数 10%以上
		中性	行业指数表现介于市场代表性指数 $\pm 10\%$ 之间
		弱于大市	行业指数表现弱于市场代表性指数 10%以上

重要声明

本报告由国信证券股份有限公司（已具备中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）制作；报告版权归国信证券股份有限公司

关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以我公司向客户发布的本报告完整版本为准。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但我公司不保证该资料及信息的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映我公司于本报告公开发布当日的判断，在不同时期，我公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。我公司不保证本报告所含信息及资料处于最新状态；我公司可能随时补充、更新和修订有关信息及资料，投资者应当自行关注相关更新和修订内容。我公司或关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中意见或建议不一致的投资决策。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，我公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

证券投资咨询业务的说明

本公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询，是指从事证券投资咨询业务的机构及其投资咨询人员以下列形式为证券投资人或者客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或者间接有偿咨询服务的活动：接受投资人或者客户委托，提供证券投资咨询服务；举办有关证券投资咨询的讲座、报告会、分析会等；在报刊上发表证券投资咨询的文章、评论、报告，以及通过电台、电视台等公众传播媒体提供证券投资咨询服务；通过电话、传真、电脑网络等电信设备系统，提供证券投资咨询服务；中国证监会认定的其他形式。

发布证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。

国信证券经济研究所

深圳

深圳市福田区福华一路 125 号国信金融大厦 36 层

邮编：518046 总机：0755-82130833

上海

上海浦东民生路 1199 弄证大五道口广场 1 号楼 12 层

邮编：200135

北京

北京西城区金融大街兴盛街 6 号国信证券 9 层

邮编：100032