



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

2025 中国义乌国际小商品博览会-进口商品展 展后报告

时间：2025 年 11 月 13 日-15 日

地点：义乌国际博览中心 A1/B1/C1/D1 馆

主办单位：浙江中国小商品城集团股份有限公司

承办单位：义乌中国小商品城展览股份有限公司

为贯彻落实“积极主动扩大进口”国家战略，展会以高质量建设进口贸易创新发展试点为目标，积极承接进博会溢出效应，紧扣“贸易促进、贸易创新”功能定位，拓展义乌与各国家相关地区间的经贸合作，力争在推进扩大优质消费品进口、拓展多元化的进口渠道等方面发挥更大作用。本届展会展览面积 4 万平方米，国际标准展位 1650 个，设 A1 馆咖啡&酒展区、B1 馆品质生活展区、C1 馆综合贸易展区和 D1 馆食品&友城展区，将集中展示进口消费用品、进口食品、进口服饰及配件、咖啡及酒类、跨境电商及国际贸易服务商、国际经贸合作等进口相关行业。



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



本届展会参展商构成丰富，汇集了来自全球 69 个国家和地区超 800 家参展企业，其中上海进博会参展企业达 150 家，还有越南大使馆、尼泊尔大使馆、玻利维亚大使馆、泰国领事馆、马来西亚领事馆、



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

塞内加尔领事馆、英中贸易协会、加拿大国际贸易促进会、巴西圣保罗州投资促进局、大韩贸易振兴公社（Kotra）、新西兰跨境贸促会、泰中商会、中东欧协会、台湾高雄联合贸易促进会、中国进口葡萄酒联盟、法国子午贸易、澳洲考拉、澳纽在线等参展。本届展会特装占比超 80%，将为采购商提供更优的观展体验。



展会期间配套活动精彩纷呈，将举办 2025 浙江省“丝路云品”电商月暨“买在金砖”采洽对接活动、“金砖好物”采洽对接会、LD LATTE ART 咖啡大师赛、全能调酒师挑战赛、Best Series 最佳系列颁奖典礼及进口源头货团购等系列活动，现场以贸易洽谈、体验线路发布、主旨演讲、文化体验、打卡互动、竞赛等形式，呈现“以会促商机、以赛聚人气、以娱强粘性”的立体化展会生态。



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



展会亮点

一、足不出户“买在金砖”，开启多边合作新篇章



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



本届展会同期举办浙江省 2025 “丝路云品” 电商月暨“买在金砖”采洽对接会。以“一会一展一活动”为核心的经贸盛宴，是推动义乌与金砖国家市场、产业深度融合的重要一环，特设“买在金砖”主题展区，其中有马来西亚、俄罗斯、泰国、越南等 10 余个金砖国家企业携数百种特色产品集中亮相，并通过“金砖好物”采洽对接会、体验线路发布、重磅项目签约和主旨分享等活动，推动国内采购商与金砖供应商精准对接。同时，依托义乌市场强大的分销网络，与金砖国家共探共寻新的合作商机与路径。

二、筑实友城合作之桥，共商地方合作新机遇

友城展区作为义博会-进口商品展重要组成部分，也是集中展示浙江友城风貌与特色产品，促进国际城市间交流与合作的重要窗口，



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



浙江省国际友城交流展已成功举办五届，累计组织 52 国 104 个城市和机构参展。本届友城展继续秉持着促进交流互鉴，增进民心相通，共创贸易繁荣的理念，吸引了来自日本静冈县、德国石荷州等浙江省友好省州、城市共计 17 个国家和地区的 24 家参展机构，各友好省州、城市代表将在友城展贸易采洽区共谋发展，共话未来。





中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

三、金色 50 年，特设中泰友谊展区

正值中泰建交 50 周年的历史性节点，泰国驻上海副总领事将率团亮相本届进口展，展团主要由泰国中小型企业出口商协会与泰国



MOC 商业俱乐部（MOC biz Club of Thailand）两大权威机构组织的 35 家企业构成，展位 45 个，展品聚焦于食品、日用品、美妆个护及工艺品四大优势行业，现场展出产品包括果干、麦片、按摩油、木雕等丰富品类，主打源头直供，在深化两国友好交流的同时实现生产端与需求端的直线链通。



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



四、馆内咖香&酒香四溢，打造沉浸式消费新体验



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

从咖啡文化展区到咖啡市集，从咖啡品鉴区到咖啡露营体验，再到咖啡大赛，一路咖香四溢，手冲咖啡、咖啡机、咖啡豆等各类产品应有尽有，现场还将结合 NPC 互动和闯关氛围感拉满。展区内聚集了来自意大利、法国等传统葡萄酒大国的优质葡萄酒，来自智利等国家的特色烈酒佳酿，观众们可以在品尝美酒、西班牙火腿的同时，通过 AR、VR 技术让观众“瞬间穿越”到法国波尔多古堡的葡萄园中，360 度体验风土，深入了解不同品牌背后的文化和制作工艺，体验一番贵族的优雅。同时，特别策划组织葡萄酒“益拍卖”活动，所得善款将全额捐赠给公益组织，助推商业与社会责任的深度融合。





中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



参展商分析

一、参展商来源与构成

展位数最多的参展国家及地区依次为澳大利亚（9.3%）马来西亚（8.4%）越南（6.7%）泰国（6.5%）法国（5.6%）。本届参展商的地域构成情况略有变化，在亚洲国家参展商依旧为进口展的参展主体情况下，增加了许多欧洲国家参展商。

排名	国家/地区	展位数	占比	主要行业分布（按展位数量排序）
1	澳大利亚	154	9.3%	红酒、保健品、食品、美妆个护、综合
2	马来西亚	139	8.4%	食品（燕窝/咖啡）、保健品、工艺品
3	越南	110	6.7%	食品（咖啡/榴莲饼）、工艺品、饮料
4	泰国	108	6.5%	食品、美妆个护、保健品、工艺品
5	法国	92	5.6%	红酒、个护日化、食品
6	加拿大	78	4.7%	食品、保健品、酒类、海产品
7	日本	71	4.3%	日化、食品、家居、美妆
8	德国	66	4.0%	综合（服饰/玩具/食品）、消费品、红酒
9	意大利	58	3.5%	红酒、日化用品、食品



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

10	韩国	52	3.2%	美妆个护、食品、日化
11	其他国家/地区	722	43.8%	家居日用品、工艺品、食品等
合计		1650		

其他国家/地区包括：阿富汗 阿根廷 埃及 埃塞俄比亚 奥地利 巴西 保加利亚 智利 哥伦比亚 希腊 匈牙利 印度 印尼 伊朗 伊拉克 日本 约旦 哈萨克斯坦 老挝 卢旺达 马里 摩尔多瓦 蒙古 摩洛哥 尼泊尔 新西兰 巴基斯坦 秘鲁 波兰 俄罗斯 塞尔维亚 新加坡 斯洛伐克 南非 斯里兰卡 苏丹 苏里南 瑞士 叙利亚 坦桑尼亚 土耳其 乌干达 乌兹别克斯坦 也门 津巴布韦

二、产品行业类别及构成

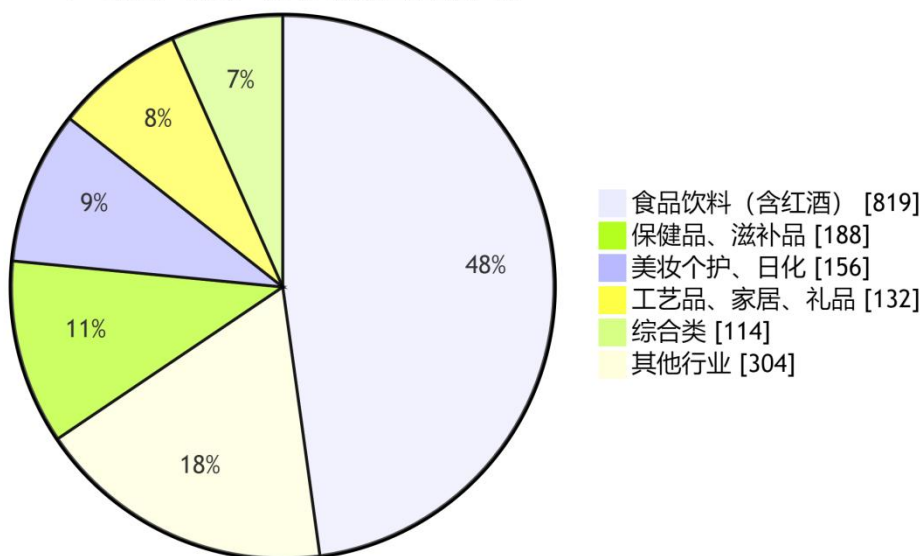
产品行业类别构成，本届进口展参展最多的行业前三名为食品及酒类饮料（48%）、保健品类（11%）、美妆个护（9%）。



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

2025进口展产品类别占比分布



采购商分析

一、贸易观众基本情况

本届义博会-进口商品展三天到会参观者门禁数为 30295 人次。
实际到会采购商总数 21532 人，其中境内采购商 21326 人，境外采购商 206 人。境内外实际到会采购商组成以表格形式统计如下：

年份	门禁 人数	采 购 商 总数	国内采 购商人 数	境外 采购 商人 数	以下项目数据已计算至采购 商总人数		
					预登记 到会	现场微信 注册	市场 联动
2023	36464	20544	20335	209	1881	5563	4398
2024	32489	23601	23472	129	2194	7402	5128
2025	30295	21532	21326	206	2664	6759	5166



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

增减比	-6.75			38.28			
例	%	-8.77%	-9.14%	%	21.42%	-8.69%	0.74%

(表 1-1 2025 年与往届境内外采购商数据采集统计结果)

1. 贸易观众基本情况介绍:

境内采购商: 指中国大陆采购商, 共有来自全国 34 个省市地区的 21326 人报到参会, 同比 2024 年下降 9.14%, 同比 2023 年上升 4.87%。

境外采购商: 指具有各国签发的护照, 实际报到总人数为 206 人, 来自 60 个国家和地区, 同比 2024 年上升 38.28%, 与 2023 年基本持平。

采购商团队: 本届展会现场报到采购商团队 15 个 2178 人, 均为国内采购商, 同比 2024 年下降 1.58%, 国内采购商招引合作渠道基本一致, 相当一批国内专业市场采购商到会。团队性质包括: 国内行业协会、商超采购团、驻义异地商会。

旅游团队: 旅行社团队 4765 人, 较上届的 6464 人同比下降 26.28%, 旅行社预算缩减。

2. 详细列出表 1-1 中境内外实际到会人数具体构成:

门禁总数: 四天到会采购商门禁数为 30295 人次, 同比 2024 年 32489 人次, 下降 6.75%。

预登记到会: 截至 11 月 15 日, 呼叫数据主要为近三年义博会-进口商品展参会客商数据及义博会-进口商品展相关行业预登记及现场报到采购商数据。总计完成电话呼叫邀请采购商数据 29726 条。通过呼叫中心专用链接预登记 951 人, 到会 44 人, 累计预登记到会率 4.63%。

现场微信注册: 展期采购商现场办证(包括现场微信注册)数为 6759, 同比去年下降 8.69%。

市场联动: 本届展会充分利用义乌市场采购商资源, 安排 14 辆免费穿梭巴士从国际商贸城一区至五区、篁园市场、全球数贸中心 7 大市场组织采购商进入展会现场参观采购, 三天累计组织采购商 5166 人乘坐大巴至展会参观, 较上届增长 0.74%。从现场反馈看来, 市场联动巴士依然得到了市场经营户的认可, 经营户表示有往返巴士更便于他们来回市场与展馆。

注: 本次分析报告数据为现场办证、预登记办证所采集的数据的



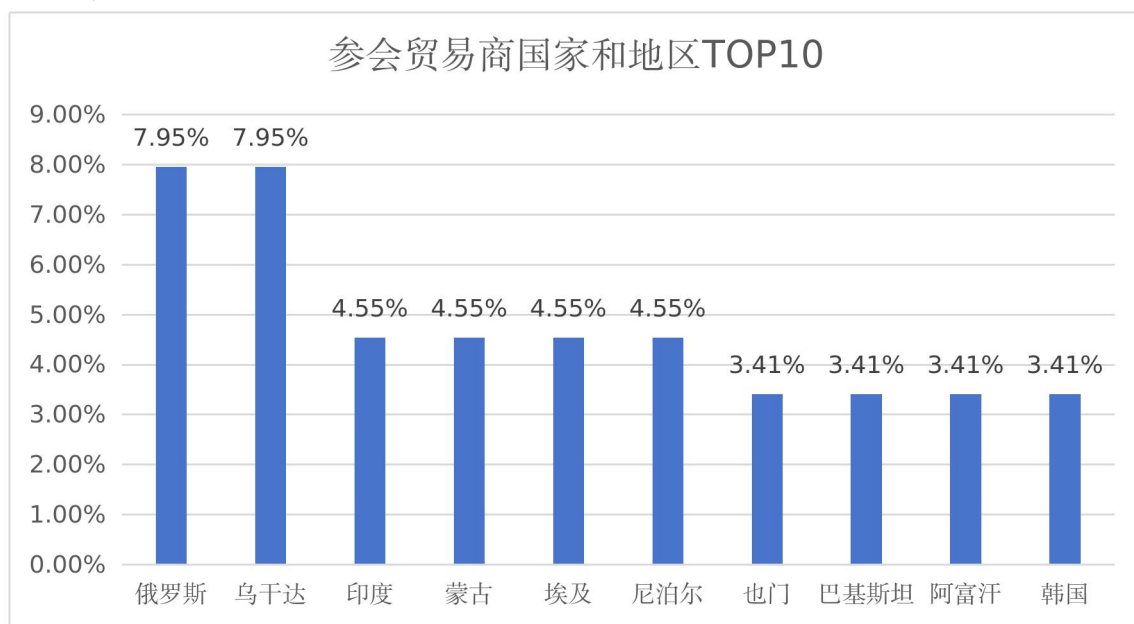
中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

统计结果，就登记表中所涉及的采购商地域分布、业务性质、参会目的、感兴趣行业、知晓途径五个方面进行详细数据分析。通过团队、市场联动、门票参会的观众因数据不全未作分析。

二、采购商国家与地区分布统计分析

本届境外采购商来自 60 个国家和地区，参会人数排名前十位的国家依次是泰国、伊拉克、马里、阿富汗、阿尔巴尼亚、马来西亚、巴基斯坦、安奎拉、印度、尼泊尔。

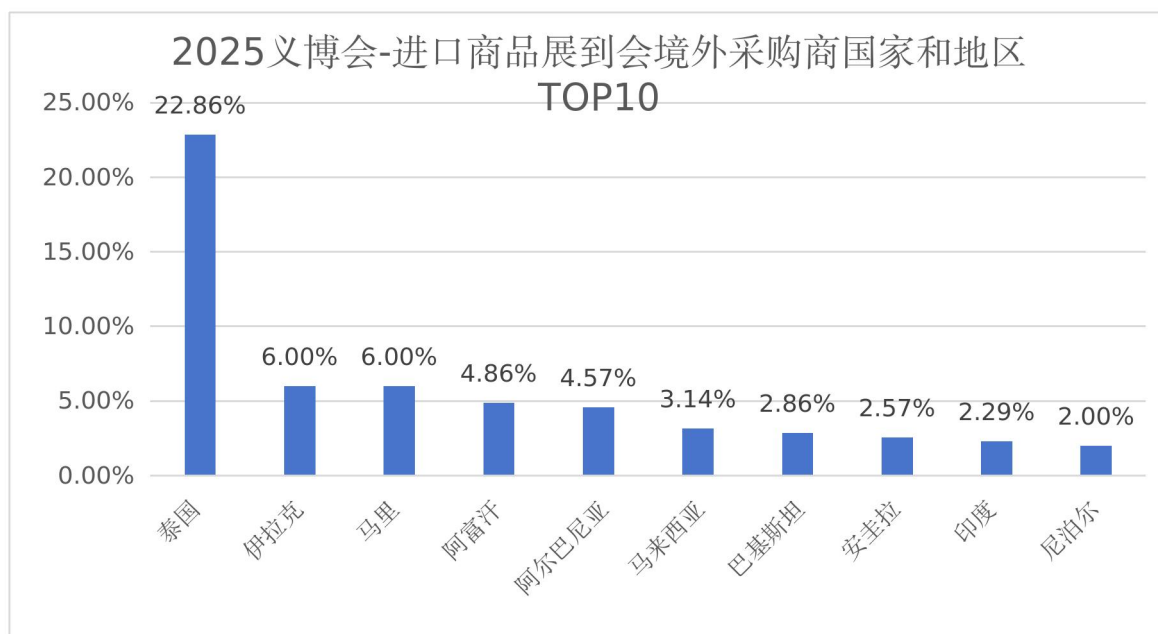


(图 1-1 2024 义博会-进口商品展境外采购商参会国别前十位)



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



(图1-2 2025义博会-进口商品展境外采购商参会国别前十位)

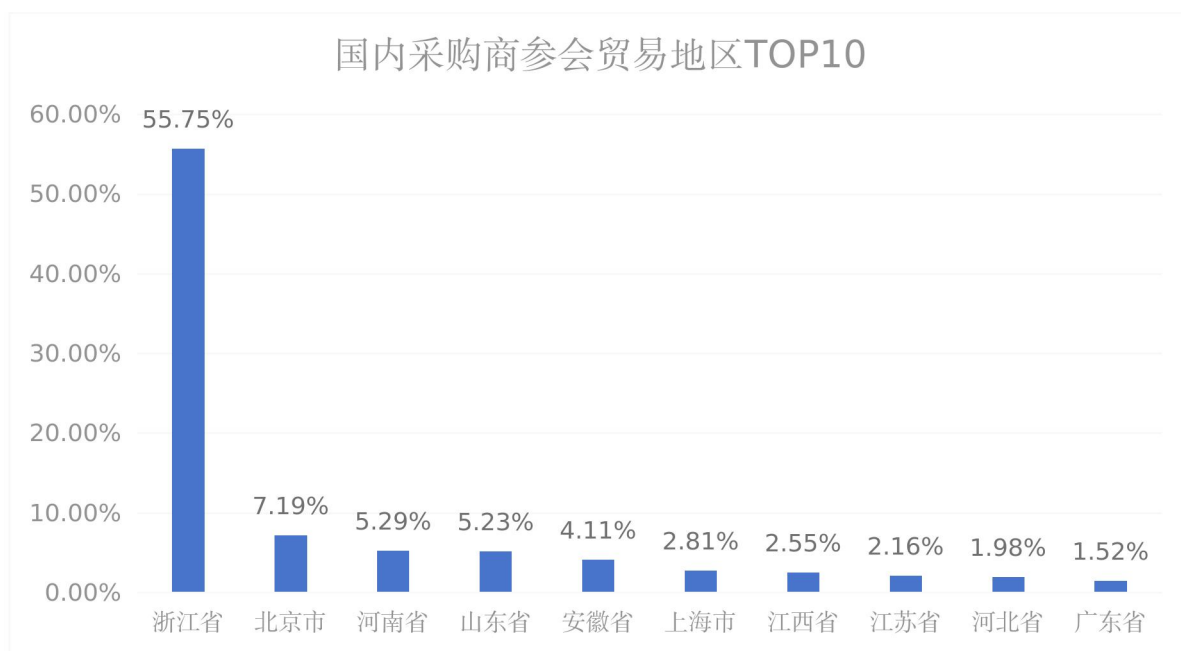
境外采购商分布呈现“头部集中、区域聚焦、尾部均衡”的特点：从国别分布来看，前十位国家中，泰国以 22.86% 的占比大幅领先，成为本届展会境外采购商第一大来源国，这一数据远超伊拉克、马里（均 6.00%）等后续国家，也与中泰建交 50 周年的背景高度契合——泰国驻上海副总领事率 35 家企业（设 45 个展位）参展，聚焦食品、日用品等优势品类，直接推动了本国采购商的参会规模。而 TOP10 覆盖亚洲、非洲多区域，契合当前与“一带一路”沿线国家的贸易合作趋势，



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

同时阿富汗到尼泊尔等国家的占比集中在 2%-4.86% 之间，也说明展会对中小贸易市场的覆盖较为均衡，整体既锚定了核心主力市场，也兼顾了亚非多元区域的贸易潜力，背后或对应泰国食品、亚非资源类商品等特色进口需求的展会定位。与 2024 年相比，2025 年的境外采购商来源更向亚洲国家集中，尤其是东南亚和南亚国家，泰国的突出表现可能得益于其与中国在贸易合作上的深化、交通便利性提升或相关行业需求的爆发。

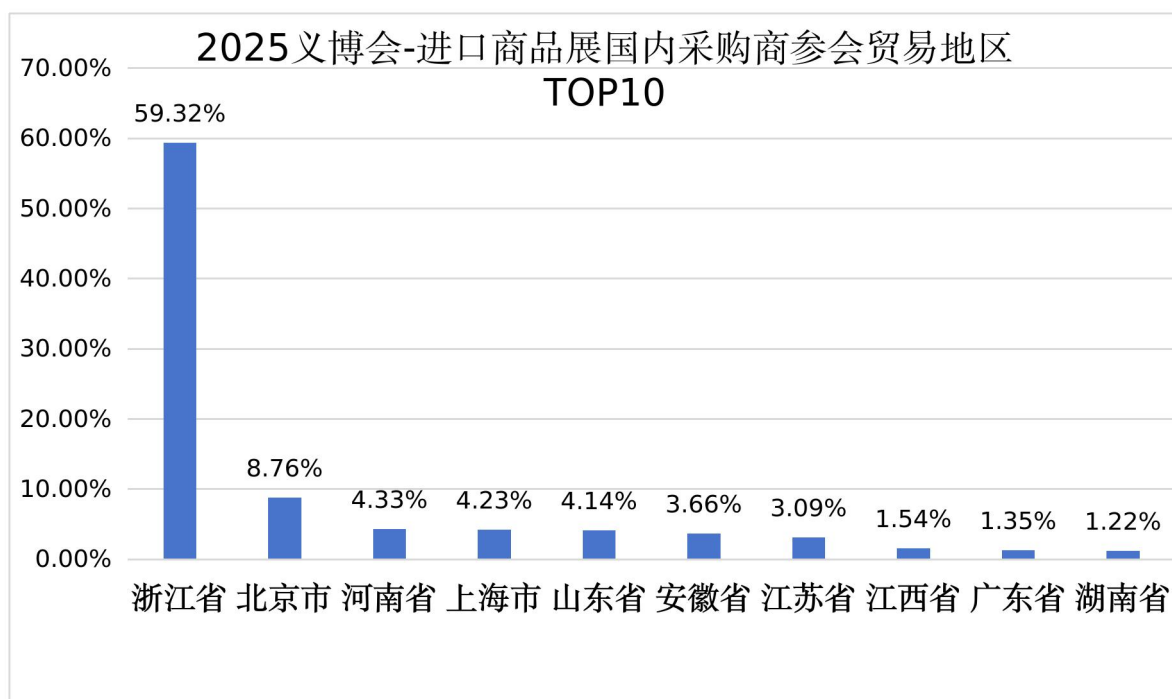


(图 2-1 2024 义博会-进口商品展境内采购商参会省份前十位)



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



(图 2-2 2025 义博会-进口商品展境内采购商参会省份前十位)

境内采购商来自全国 34 个省市和地区，参会人数排名前十的省份依次是浙江、北京、河南、上海、山东、安徽、江苏、江西、广东、湖南。2025 年境内采购商地区分布延续“以浙江为核心，辐射全国”的格局，但区域梯度更清晰。浙江省以 59.31% 的占比持续占据绝对主



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

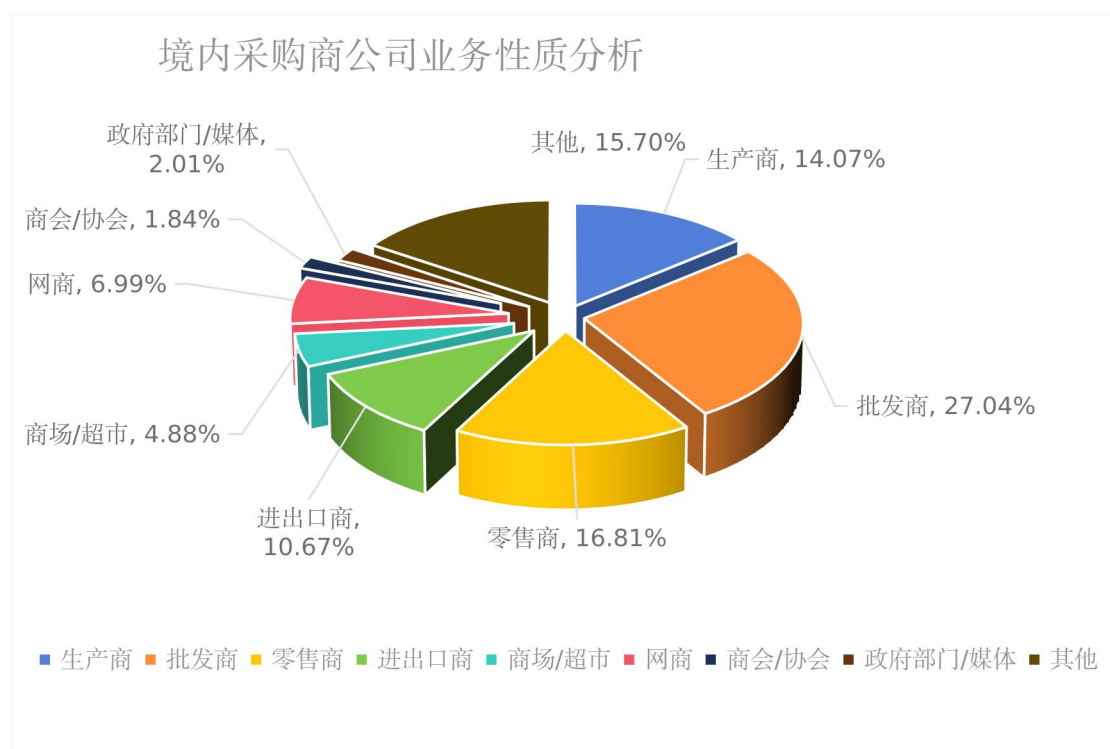
China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

导地位，作为义乌所在省份，本地及周边城市的采购商依托地理便利性与产业关联性，成为参会主力。排名第二至第十的省份以东部沿海及中部经济大省为主，如北京市、安徽省、上海市、江西省等，这些地区要么是消费市场集中地（如北京、上海），要么是制造业或贸易中转枢纽（如安徽、江西），与进口商品的“采购—分销”需求高度匹配。

统计数据说明，境内采购商的地域分布既体现出义乌本土所在的浙江省的主场优势，也反映出国内主要经济省市及周边省份对义博会—进口商品展的高度关注与参与热情。

三、采购商办证调查问卷数据分析

1.采购商公司业务性质

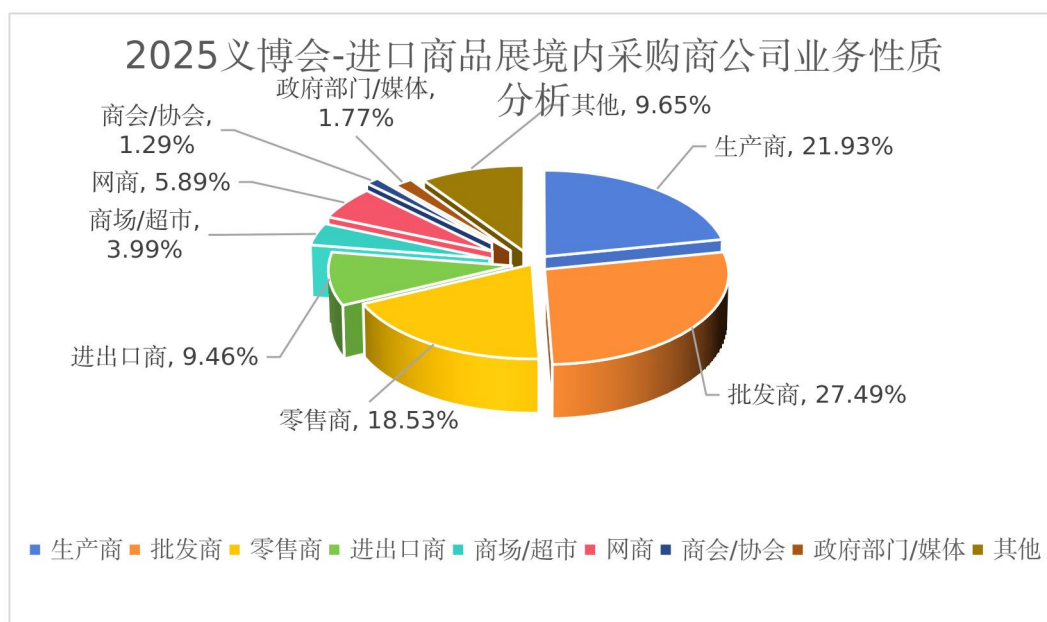


(图 3-1 2024 义博会-进口商品展境内采购商公司业务性质的统计)



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



(图 3-2 2025 义博会-进口商品展境内采购商公司业务性质的统计)

批发商仍为核心：占比 27.49%，较 2024 年（27.04%）略有提升，仍稳居第一，反映展会汇聚超 800 家参展企业的丰富品类，契合批发商“批量采购、供应链整合”的核心需求，主要聚焦进口食品、家居用品等高频流通品类。

2025 年生产商占比从 14.07% 大幅提升至 21.93%，成为第二大业态，对比 2024 年，反映展会从“商品采购”向“产业链合作”的功能延伸，适配生产商的供应链整合需求。

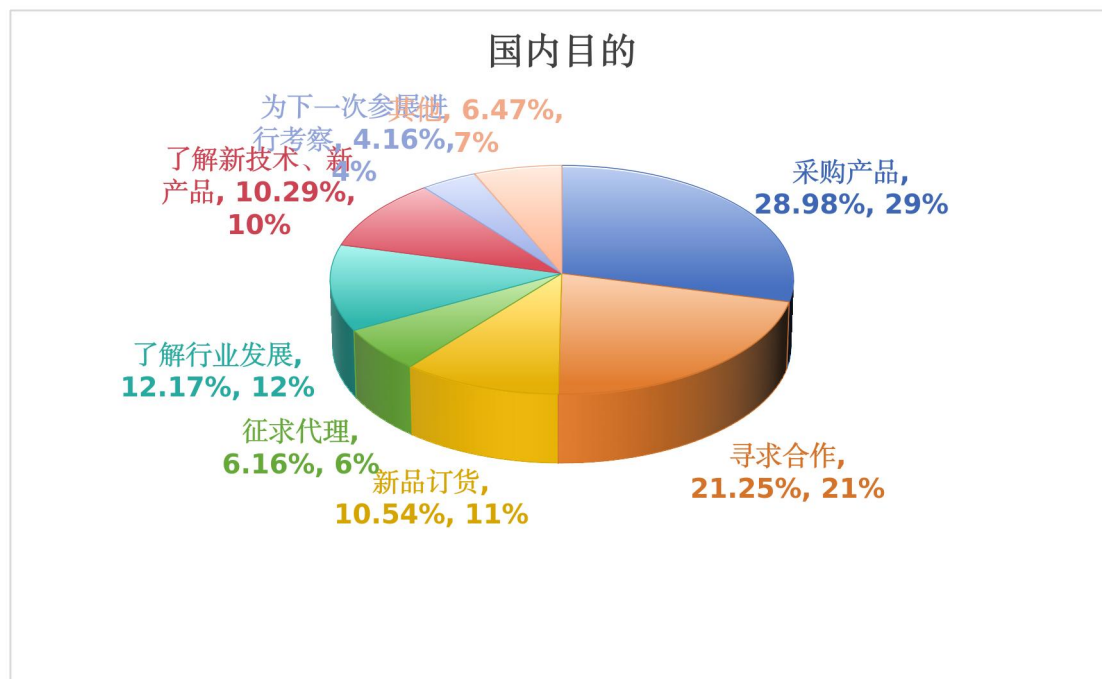


中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

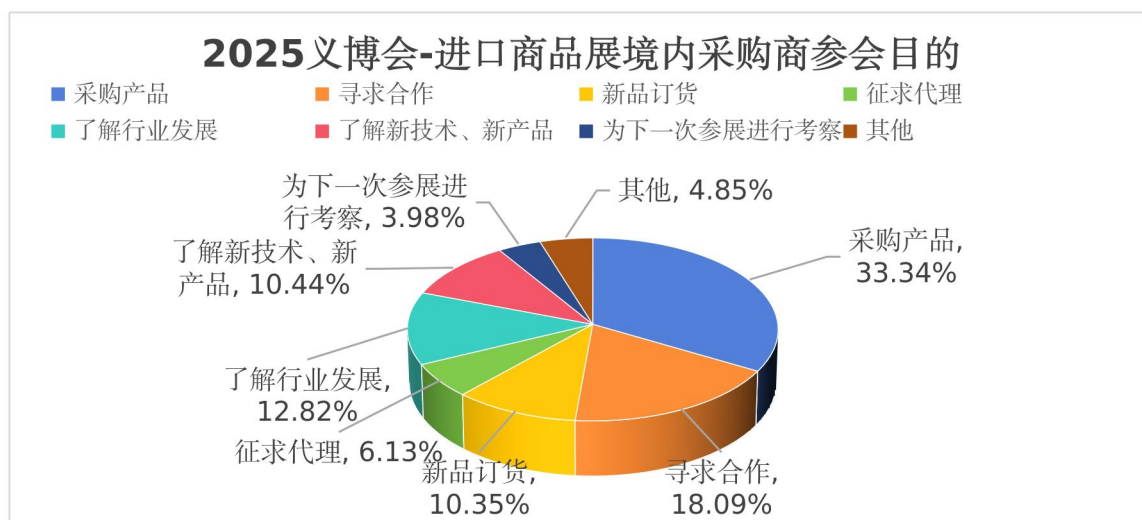
China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

小众业态微调：网商、商场/超市等业态占比略有下降，可能与线上营销渠道分散、线下商超自有采购体系完善有关，展会对这类业态的吸引力相对减弱。

2.采购商参会目的统计分析



(图 4-1 2024 义博会-进口商品展采购商参会目的统计)



(图 4-2 2025 义博会-进口商品展采购商参会目的统计)

根据数据来看，采购产品仍是核心诉求：以 33.34%的占比稳居第



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

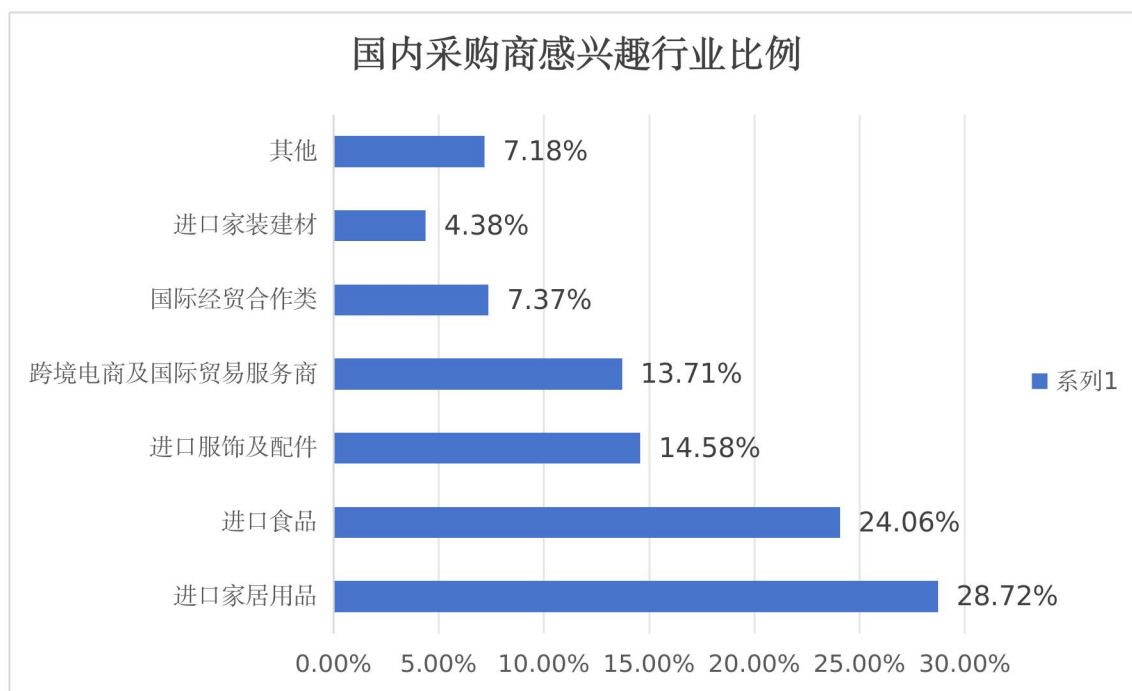
China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

一，较 2024 年（28.98%）提升 4.36 个百分点。这一增长得益于 2025 年展会汇聚 69 个国家的特色商品，且增设“金砖好物采洽对接会”，为采购商提供了更丰富的采购选择和精准对接场景，直接激发采购需求。

了解行业发展（12.82%）、了解新技术 / 新产品（10.44%）合计占比超 23%，其中了解行业发展占比较 2024 年（12.17%）微增 0.65 个百分点，了解新技术 / 新产品占比提升 0.15 个百分点。增长动力来自超 150 家进博会企业带来的智能厨具、环保日化品等创新产品，采购商对高附加值进口商品的关注度持续上升。

寻求合作占比 18.09%（2024 年 21.25%）、新品订货占比 10.35%（2024 年 10.54%），虽较 2024 年略有下降，但仍为核心目的之一。征求代理（6.13%）、为下一次参展考察（3.98%）、其他（4.85%）占比相对稳定，其中为下一次参展考察占比较 2024 年（4.16%）微降 0.18 个百分点，反映采购商对展会的长期合作意愿保持平稳。

3.采购商感兴趣的行业类别统计分析

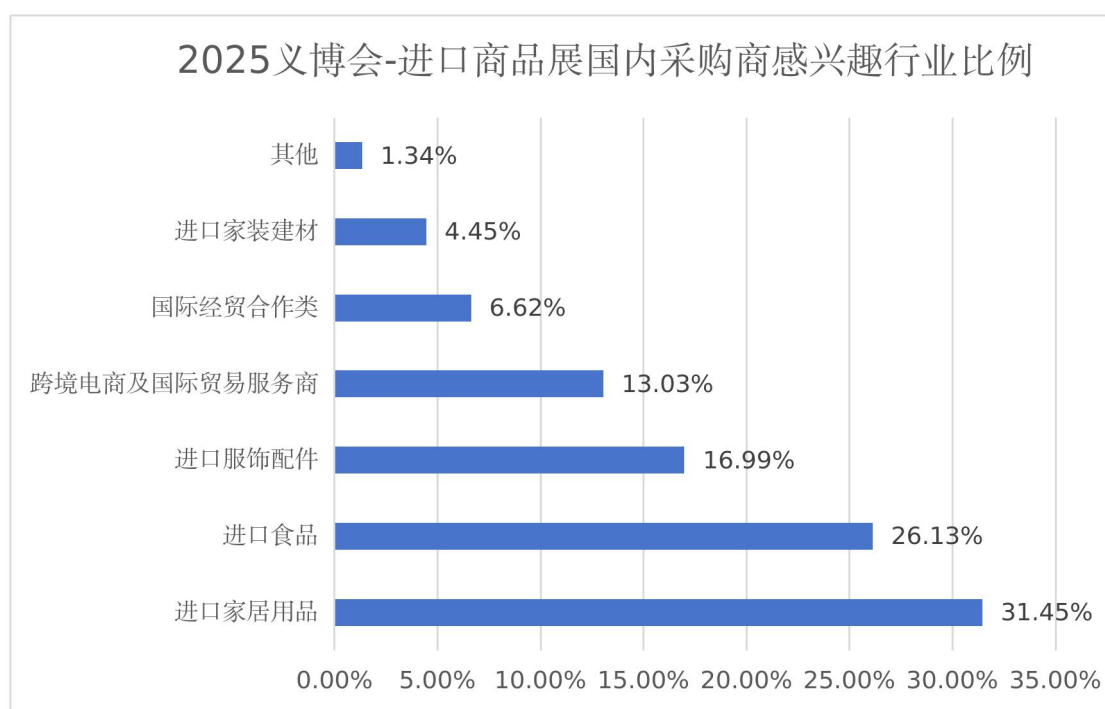


（图 5-1 2024 义博会-进口商品展感兴趣的行业类别统计）



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



(图 5-2 2025 义博会-进口商品展感兴趣的行业类别统计)

采购商的关注重心高度集中于民生消费类领域：进口家居用品（31.45%）与进口食品（26.13%）合计占比超 57%，是采购商最核心的关注方向，反映出国内市场对进口生活类商品的消费需求旺盛；进口服饰配件（16.99%）、跨境电商及国际贸易服务商（13.03%）构成中间关注梯队，体现了采购商对进口商品供应链及贸易配套服务的需

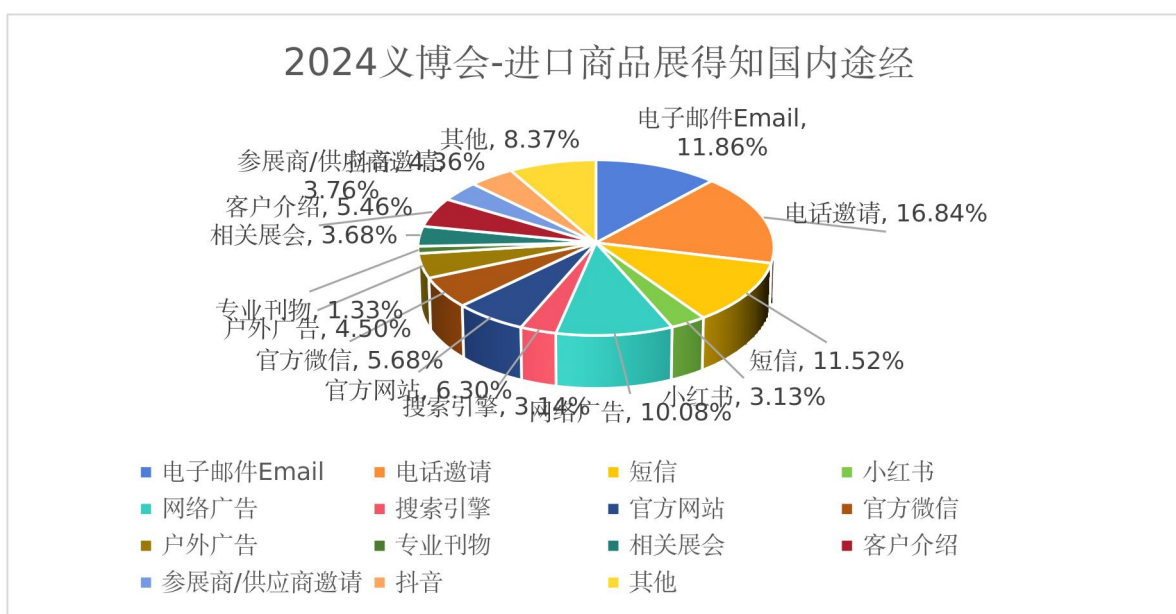


中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

求；而国际经贸合作类、进口家装建材等行业占比均不足7%，“其他”类别仅1.34%，说明本次展会的采购需求聚焦性较强。整体来看，这一分布既契合国内消费升级下进口生活品的市场热度，也体现了采购商对高效进口贸易链路的重视。2024年热门行业与2025年基本保持一致，说明民生类进口商品的市场需求具备强稳定性，展会的行业布局精准契合采购商核心诉求，未出现结构性波动。

4.知晓义博会-进口商品展途径统计分析

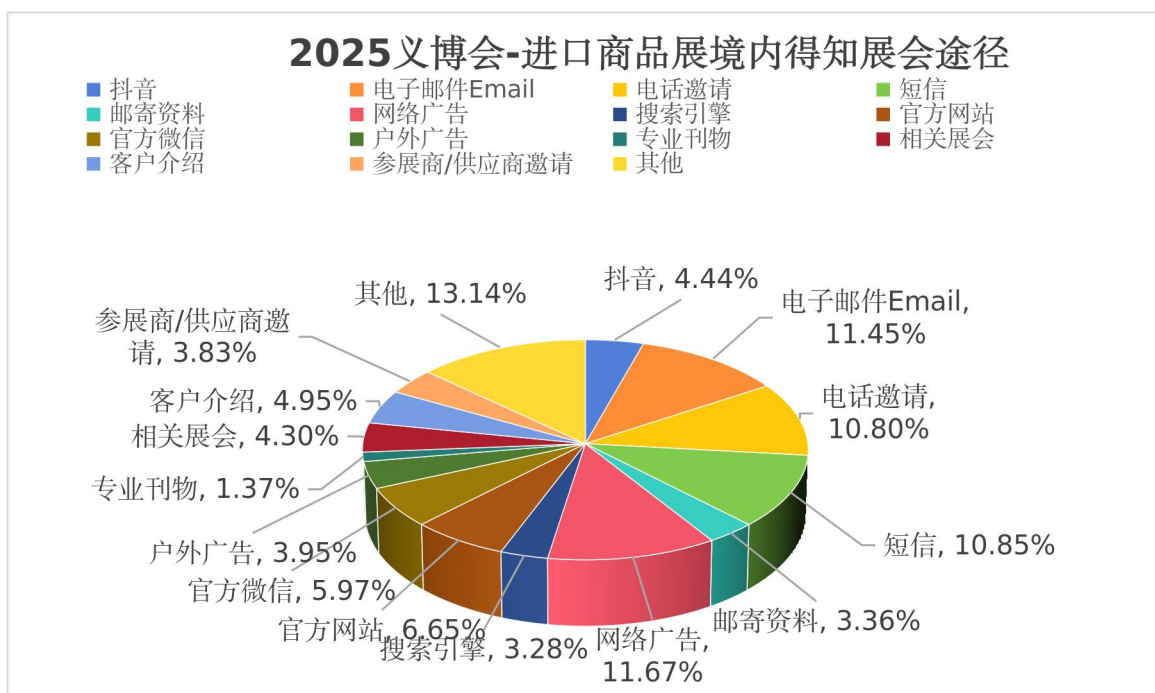


(图 6-1 2024 义博会-进口商品展采购商知晓进口展途径统计)



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition



(图 6-2 2025 义博会-进口商品展采购商知晓展会途径统计)

2025 年义博会-进口商品展采购商知晓途径以线上渠道为绝对核心，网络广告（11.67%）跃居第一，电子邮件、电话邀请、短信等线上渠道合计占比超 44%，体现展会数字化精准营销的成效；抖音渠道从 2024 年的 4.36%微升至 4.44%，虽占比增幅不大，但内容优化后对年轻采购商、跨境电商群体的精准触达能力更强，而官方网站、官方微信等渠道占比稳定，持续覆盖专业采购群体，户外广告、专业刊



中国义乌国际小商品博览会-进口商品展

China Yiwu International Commodities Fair-Import Goods Exhibition

物等传统渠道占比则有所收缩，资源向高转化线上渠道集中。对比 2024 年，头部渠道从“电话邀请（16.84%）”的人工邀约模式转向“网络广告”的数字化投放，短信、客户介绍等渠道占比微降，整体呈现出营销从人力驱动向精准数字化、社交渠道从初步覆盖向精准优化的转型趋势。

四、招商宣传总结

2025 年义博会-进口商品展广告宣传结合传统现代新模式，线上线下齐发力。

展前宣传：投放抖音、微信朋友圈、小红书推流等线上引流广告，及展讯网、展大人等专业会展网站开展采购商招引工作。截至 11 月 13 日，抖音表单获取曝光数 2781423 次，点击量 29248，转化数 2186，表单率 0.04%，预登记 204 人，到会 130 人，预登记到会率 63.73%；微信朋友圈总曝光 6001416 次，总点击量 81591，表单数 712 个，预登记 91 人，到会 61 人，预登记到会率 67.03%。小红书表单获取曝光数 3111782 次，点击量 332899，转化数 2488，表单率 1.31%，预登记 715 人，到会 341 人，预登记到会率 47.69%。展讯网预登记 483 人，到会 169 人，预登记到会率 34.99%。展大人预登记 710 人，到会 232 人，预登记到会率 32.68%。

此外，在上海地铁 2 号线内包车、上海高铁出发层电子屏广告、义乌高铁站灯箱广告、义乌市市内候车站牌广告、商场停车场灯箱广告、楼宇、菜市场广告、电子屏、城建停车券等人员密集场所投放广告，激发义博会-进口展商品展的品牌影响力。义博会-进口展商品展公众号关注人数 64268 人。

市内地推方面，在合作窗口单位及酒店摆放展架 20 个，计划在人流聚集区域摆放资料 58 处。

门票发放：展前向金融机构、医院、学校、商场、超市、广场、菜市、集市、夜市等人流密集区发放门票，共发放 5.5 万；积极发动驻义异地商协会、驻义外商商会、贸易公司、各镇街、周边及本地市民参会。

数据营销：展前开展邮件及短信群发，共发送邀请短信 1124173 条，预登记 631 人，到会 249 人；发送邀请邮件 215285 封，预登记 104 人，到会 38 人。