

市场经纬

全媒体记者 吴峰宇 见习记者 何彦婕 实习生 骆佳赛 马婧婷 文/摄

眼下,直播间掀起了一股拆盲盒热潮。

盲盒为啥火?这就不得不提一个人——巴黎奥运会金牌得主全红婵。8月5日凌晨,全红婵个人账号现身抖音“乌龟对对碰”游戏直播间拆盲盒,狂买树脂乌龟。12日,她又在抖音上晒出了“乌龟大军”,上百只大小的各色树脂乌龟被摆放在地上。网友们大呼:“我们也想要。”

何谓盲盒?盲盒是指消费者不能提前得知具体产品款式的商品盒子,具有随机性。盲盒只是其中一种玩法,但随着这种玩法的火爆,盲盒也成为此类产品的统称。这种拆盲盒式的销售模式,通常是主播们双手出现在直播镜头前,不断地拆开盒子,把商品展示出来。这些盒子被称为盲盒或者福袋,里面可以是各类小商品,也有服装、床上用品、食品等。一时之间,这种具有“随机性”等特征的直播拆盲盒新模式,兼具了惊喜和社交等属性,再叠加以不同游戏玩法,备受年轻人追捧。

义乌企业在盲盒产品发展初期,就敏锐地捕捉到了这一商机并大显身手,甚至占据了盲盒产品生产、制造、销售的“半壁江山”。

树脂玩具盲盒爆火 “开盲盒模式”走红直播间

树脂乌龟盲盒爆火 市场“顶流”供不应求

“树脂乌龟,有现货吗?直播开盲盒专用的。”8月14日,国际商贸城一区东辅房三楼,陈明饰品的店铺内人声鼎沸,老板娘丁杏娟穿梭在人群之中,她的脸上洋溢着既忙碌又兴奋的笑容。一上午的时间,她就像陀螺一样转个不停,接待着一拨又一拨慕名而来的客商,手中的开单笔几乎没有停过,一页又一页的订单如同雪花般飘落。

事实上,直播拆盲盒并非新鲜事物,早在几年前便已兴起,但始终未能引起广泛关注。今年,在直播电商的蓬勃发展和全红婵奥运冠军效应叠加下,直播拆盲盒迅速走红,作为盲盒内容的玩具、饰品、配件等商品也随之成为热销品。仅陈明饰品一家的树脂乌龟,上架短短一个多月,指甲盖大小的迷你龟出货量达千万个,硬币大小的树脂乌龟售出几十万,巴掌大小的树脂乌龟也有十多万,其火爆程度可见一斑。

义乌人对商机的敏感度令人称道。据丁杏娟介绍,树脂乌龟爆火后,饰品配件行业迅速响应,短时间内便有30多家企业涌入这一领域。她进一步说道:“这就是义乌的速度与创造力。当别人还在销售传统树脂乌龟时,义乌市场已迅速

迭代更新,一个月内便衍生出10多个新颖品类。”丁杏娟向记者展示戒指、鞋配饰、串珠等树脂乌龟创新产品,这些目前在抖音、快手等直播平台上均成为热销爆款。

“未火之前,树脂乌龟的销量寥寥无几。而火爆之后,来店的20个客商中,就有15个是来咨询或采购树脂乌龟的。即便工厂日产量达到8万个,仍供不应求。”经营户陈娇一边翻阅交货明细,一边快速计算着——目前还欠采购商100万个树脂乌龟。面对突然增长的需求,她迅速调整生产线,并外发至周边省市进行代加工,但即便如此,交货周期仍延长到十天以上。

在陈娇的店铺里,树脂乌龟已扩展至10种颜色,龟背上还巧妙融入了“可爱”“上岸”“发财”“平安”“暴富”等网络流行语。陈娇兴奋地说:“去年5月,我们就为这款五色夜光海龟申请了《作品登记证书》,为产品加上了版权保护的‘安全锁’。”她补充道:“这款带有网络流行语的树脂乌龟,模具尚未开好,样品未出,仅凭图片,许多老客户就像开盲盒一样,提前盲订了这款产品。”

市“互联网+直播”技能认证培训师罗永红认为,树脂乌龟盲盒的爆火为义乌市场带来了新的商业契机。市场经



作品登记证书为新设计的树脂乌龟上“保险”。

营主体应充分利用自身优势,开发更多种类的盲盒产品,如文创盲盒、玩具盲盒、宠物盲盒、饰品盲盒等,并通过线上线下相结合的方式销售,以满足不同消费者的多样化需求。

据不完全统计,义乌国际商贸城与盲盒深度融合的行业已涵盖玩具、饰品及配件、日用百货等多个领域,衍生出的商品种类多达数万种,“万物皆可盲盒”正成为一种新的直播消费模式。

盲盒直播新玩法“出圈” 树脂玩具“硬控”全网



经营户与抖音主播进行互动交流。

这几天,“乌龟对对碰”这类盲盒玩法在网络直播平台火速出圈,不少网友直呼“上头”。

拿货的90%以上是直播电商,他们以拆盲盒得乌龟的形式吸引年轻人购买。在丁杏娟的店铺采访时,记者偶遇了抖音主播张美霞,并深入了解了“乌龟对对碰”的拆盲盒游戏玩法。

据张美霞介绍,“乌龟对对碰”是一种融合了盲盒收集与对对碰消除元素的新型直播娱乐形式。消费者需预先购买数包盲袋或盲盒(每包内含一只树脂乌龟),并可指定许愿一种颜色。直播间内,主播会推出多种“套餐”供选择,如“19.8元拍1包拆8包”,“39.8元拍1包拆17包”等。消费者下

单后,主播现场直播拆包,展示包含各色树脂乌龟的盲袋。游戏的关键在于“对对碰”:若拆出的乌龟颜色与买家许愿相符,或拆出两只同色乌龟,主播将额外赠送一包,继续与之前的未匹配盲袋进行组合,直至无法再形成“对对碰”为止。最终,所有拆开的盲盒和盲袋均归消费者所有。

“一碰、两碰、三碰,再加三袋!”张美霞现场直播时麻利地拆开树脂乌龟,整齐地摆放在九宫格上,背景板上清晰标注着各色乌龟的中奖概率及游戏规则。直播间内气氛热烈,观众不断下单参与拆包。

记者观察到,目前市场上销售的树脂乌龟摆件主要分为大号、中号、小号三类,价格区间大致为19.9元9包、39.9元17包和

99.9元45包,其中19.9元9包的规格尤为畅销。这与义乌国际商贸城的出货量相吻合。

盲盒爱好者楼天天表示:“喜欢购买盲盒的人,更多的是享受这个过程。直播间里情绪高涨,每撕开一个盲袋,每响一次呼唤铃,都是在体验中奖的喜悦。”盲盒的魅力在于其“未知性”,购买时的不确定性让人充满期待:是惊喜还是失落,往往在开盒的瞬间揭晓。一旦打开一个盲盒,好奇心便驱使着人们继续探索下一个,直至找到心仪的款式或隐藏版。

网友们普遍认为,盲盒销售的核心并非商品本身,而是一种消遣的娱乐体验。相较于实物产品,消费者从中获得更多的是紧张刺激的情绪价值。

记者手记:

期待下一个爆款

从全红婵晒出小乌龟,到义乌工厂加班加点,再到产品的热销,这一系列变化仅仅发生在短短几天内,背后反映出的是明星效应和快速响应的市场机制。

全红婵作为奥运冠军、公众人物,她的一举一动都受到了广泛关注。她对小乌龟的喜爱,无疑引发了粉丝们的兴趣并纷纷模仿。粉丝们希望通过购买与偶像相关的物品,来表达对她的支持和喜爱,进而拉近与偶像之间的距离。这种明星效应在消费市场中具有强大的影响力,能够迅速带动某一产品或品牌的流行。而义乌工厂的快速响应能力则是这一爆款现象得以实现的重要支撑。面对突然涌现的大量订单,义乌工厂能够迅速调整生产计划,增加人手,扩大产能,衍生新品,确保产品的供应和迭代。他们的灵活性和高效运作,体现了“义乌速度”。

机会,总是留给有准备的人。或许,义乌市场的下一个爆款正在悄然酝酿,等待时机一飞冲天。



抖音主播正在直播带货树脂乌龟。

“义乌指数”周点评

5大类价格指数上涨

全媒体记者 吴峰宇 实习生 骆佳赛

本报讯 据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为101.78点,环比上涨0.01点,网上交易价格指数、场内订单交易价格指数、出口交易价格指数环比分别上涨3.53点、1.62点、1.08点;场内直接交易价格指数环比下跌0.03点。

开学季即将到来,文化办公用品市场需求显著上升。铅笔、圆珠笔、中性笔等书写工具成为学生和家长的必备采购品,而笔袋、文具盒、书皮等配套文具也受到青睐。采购商针对该需求高峰,纷纷提前备货。同时,写字板、板擦、磁珠、画板等文教用品在学校采购清单中占据重要位置,需求明显增加。“金九银十”的传统结婚旺季即将到来,推动了相框、仿真花、包装盒、喜糖盒和请柬等喜庆产品的热销,采购商加大备货力度,预计相关产品的销量将继续保持增长趋势。此外,发绳、发圈、盘发器和发箍等美发产品近期销售势头强劲,特别是绒布发圈、卡通发箍和领结发箍等产品,受到女性消费者的青睐,也成为婚礼和日常装扮的热门选择。

15大类价格指数5涨10跌,体育娱乐用品类、辅料和包装类、工艺品类、首饰类、文化办公用品类5个大类出现上涨,最大涨幅为0.75点;箱包类、钟表眼镜类、日用品类、五金及电料类、鞋类、针·纺织品类、电子电器类、护理及美容用品类、玩具类、服装服饰类10个大类出现下跌,最大跌幅为3.08点。在97个二级类别中,上涨比例为21%,下跌比例为40%,持平比例为39%。

工厂热火朝天干 既赶时间又保质量

商户忙于接单,工厂则全力投入生产。“这几天,我总共接到了100万个树脂乌龟的生产订单,大约是之前的五倍。”义乌市辰饰品有限公司的负责人咸成表示,目前90%以上的生产线都专注于树脂乌龟的生产,工厂几乎实现了24小时不间断作业,并新招了100多名工人。有时,连公司的行政、运营、销售人员,甚至放假的孩子,都被动员到生产线上帮忙。即便如此,订单量仍然远超生产能力,排单已延至9月。

咸成介绍,树脂乌龟的制作工艺并不复杂,但“点睛”和画嘴巴这两个关键环节仍需人工操作,尚未实现机械化,因此较为耗时。“现在厂里400名工人都在加班加点地给乌龟画眼睛和嘴巴,

一个熟练工日均能完成上万个。”他补充道,为确保产品质量,无论订单交货期多么紧迫,他都亲自参与质检,严控残次品流出。

“从订单激增到紧急扩招、调整生产安排,我们仅用了四五天时间就迅速投入生产。”咸成自豪地说,由于之前有过生产经验,加之义乌拥有成熟的生产链,原材料树脂在本地及东莞均有供应,因此全面扩产仅用了约10天时间。

除了树脂乌龟,树脂水果、穿戴甲、中性笔等也是当前直播间盲盒中的热门商品。这不禁让网友感慨:“义乌真是一座宝藏市场。”

驱车40多分钟后,记者来到了位于金东区的金华桐趣玩具有限公司。厂长卿

柏杨早已在此等候。“嗡嗡嗡……”随着机器轰鸣声的临近,记者跟随卿柏杨走进了生产车间。这里,200余名工人分布在仓库、注塑、绘制、包装等各个环节,紧张有序地赶制着国内外订单。

“爆款产品的迭代速度非常快,可能明天你们再来,就会看到另一批新产品在加紧生产了。”卿柏杨笑着解释说,目前树脂乌龟的生产线只开了两条,日产量达到8万个,而剩余订单则外包给江西、安徽等地的厂家加工。同时,工厂已经着手生产新的爆款——树脂水果系列,这些产品拥有10种颜色、84个款式,批发价仅为1元,工厂日产量可达30万个。

“毫不夸张地说,树脂乌龟跟水果,现在生产多少,客户就要多少。”卿柏杨表

示,今年工厂的内贸订单大多源自电商渠道。这背后是消费者购物习惯向线上转移的趋势,更是电商平台优化供应链、降低交易成本、提高交易效率的推动。

义乌市内贸电子商务协会相关负责人认为,许多网络爆款产品都遵循着类似的“生命周期”模式,这背后有多重因素共同作用。以树脂乌龟为例,其走红可能源于一时的热潮,但随着新鲜感减退、市场饱和、消费者需求变化,以及社交媒体效应减弱等因素的影响,最终会趋于平静。因此,对于义乌的商户而言,要想在激烈的市场竞争中保持产品的持续热销,就必须不断创新、紧跟市场趋势、精准把握并满足消费者不断变化的需求。



经过上色后的树脂荔枝更加逼真。



包装精美的树脂乌龟。



忙碌的生产车间工人正在为胡萝卜点色。