

全媒体记者 陈聪 吴峰宇 文/摄

曾经,冰箱贴只是冰箱门上的一种简单装饰。不知何时起,冰箱贴悄然跻身众多旅行者必购的纪念品之列。无论是在景区、博物馆,或是街头小店,总能见到人们为挑选一个小小的冰箱贴而停下脚步。近两年来,随着文旅市场持续升温,文创产品的消费热情高涨,冰箱贴逐渐被赋予更多的文化意义与情绪价值。它不仅是旅游地人文情怀的鲜活写照,更像一块“记忆磁石”,勾起你对每一段旅行的回想。

据不完全统计,每天有超过100万个造型各异的冰箱贴从义乌发往世界各地。作为全国最大的冰箱贴产销中心之一,义乌国际商贸城一区就有主营冰箱贴的店铺超200家。义乌小商品城官方平台数据显示,“冰箱贴”关键词搜索热度持续攀升,近两年来订单量增长达2.3倍,交易额实现翻倍。

世界风情里的义乌生意

日均超百万个冰箱贴从义乌发往世界各地

1 一个冰箱贴,一处世界景

一个冰箱贴,藏着一处世界景——可能是冰岛极光的绚烂线条,也可能是苏州园林的黛瓦飞檐,每一件都带着当地独有的风景印记。而这份“一贴映一景”的特质,在义乌国际商贸城的冰箱贴商户店里,被展现得淋漓尽致。走进店铺的客商们发现,从美国自由女神像到埃及金字塔,全球各地的标志性风光都凝缩在方寸之间,仿佛在这里就能“逛遍”世界。

北京的故宫、巴黎的埃菲尔铁塔、罗马的斗兽场、巴塞罗那的荣耀塔……这些知名景点与地标,都有对应的城市风光冰箱贴。在国际商贸城,

记者遇到了热衷收藏冰箱贴的贵州姑娘沈芸。“以前在景区想买喜欢的冰箱贴,得排几小时队,在义乌简直实现了‘冰箱贴自由’。”她感慨道,“世界各地的地标款、文博非遗主题款应有尽有,设计又好看着又有趣。”短短半小时,沈芸就选了二三十个冰箱贴,准备当作“义乌特产”带回家。

“国内国际‘双循环’,我们开放了部分原创产品的线下零售,现在每天销量都在5000个以上。”在义乌国际商贸城一区,已做了20余年冰箱贴生意的吴香娟,今年格外忙碌:一边是络绎不绝的国内外订单,一边是涌进店

铺的散客,让她时常应接不暇。

“早年冰箱贴多是软胶、塑料材质,现在更多用多层木质、铝箔、陶瓷等,质感更好,造型也更丰富。”吴香娟介绍说,冰箱贴的产品功能也在向多元发展,有的融入开瓶器、夹子、沙画、镜子、钟表等实用设计,更多则成了一张张浓缩文化的“微型名片”——会发光的莫高窟穹顶、可展开的非遗马面裙、能“拾阶而上”的永和宫造型、藏着吉祥寓意的求签筒……这些曾略显“高冷”的文物与非遗元素,经义乌商户充满趣味的创新设计,都变成了热销的“网红单品”。

2 创意冰箱贴成文创“黑马”

在金华市万物有灵文化创意有限公司(以下简称“万物有灵”)位于国际商贸城一区的商铺里,几面可拖拉的展示墙上吸满了各式各样的冰箱贴,其中既有融合地名与地标的城市主题款,也有三星堆、泡泡玛特、重庆博物馆等IP联名款。除了外观设计新颖,不少冰箱贴还融入了抽签、转盘、灯光等多种互动效果,实现可观、可玩、可用。

在万物有灵的生产车间,一条城市主题款冰箱贴的流水线上,工人们熟练地完成印刷、贴膜、覆膜、组装等各个环节。无论是国内城市景点,还是巴黎、旧金山、夏威夷等国外城市,地名与地标都被巧妙融合于一体。在这里,“买全球 卖全球”得到生动诠释。

作为国内首批木制品冰箱贴生产商,万物有灵自2015年起便深耕这一领域,其产品不仅稳定供应国内博物馆、动物园、高校等场所,更在日本、欧

美等市场热销。销售经理吴季洋介绍,目前冰箱贴品类占据万物有灵总业务量的八成,去年,仅冰箱贴这一品类就助力公司销售额突破3000万元,今年随着市场对文创产品的热情持续升温,销售额有望突破5000万元。

吴季洋介绍,一枚木制冰箱贴往往具有多层叠加结构,需要人工精心组装。“早期的款式有两三层,现在消费者对产品提出了更高的要求,部分复杂款式有多达六层结构,互动效果也能同时实现三四种。”吴季洋说,“为此,我们组建了实力强劲的设计团队,在结构创新、产品设计上不断突破传统,在销售产品的同时,更精准地契合客户需求。”为追求更美观的效果,万物有灵对每一层结构进行细致拆分,确保各环节环环相扣,保质保量。

融梦文化创意有限公司创立的“纸想造物”品牌以纸质工艺品起家,

自2023年涉足冰箱贴领域后,便凭借强大的原创设计能力迅速打开市场。“随着旅游市场兴盛,文创产品迎来热销。我们敏锐捕捉到这一变化,果断投身其中。”品牌创始人楼靖睿回忆,最早一代的冰箱贴以木制和滴胶工艺呈现,后来逐渐加入亚克力、流沙、金属等材质,现在还融合了IP潮流属性,使产品更具观赏性与创新性。

短短3年时间里,“纸想造物”成功地将冰箱贴品类从数百个扩展至数千个,每月根据市场需求持续推出新产品。楼靖睿拿出一款海洋风冰箱贴向记者介绍,这款产品纯手工制作,贝壳的摆放、颜色的叠加都经过精心设计,让每一款冰箱贴都成为独一无二的艺术品。“自7月上市以来,这款冰箱贴已实现销售额近三百万元,市场反馈热烈,充分证明我们的设计得到了市场的认可。”



万物有灵展厅内琳琅满目的冰箱贴



车间工人在制作木质冰箱贴

市场经纬



境外客商在国际商贸城一区挑选冰箱贴产品

3 冰箱贴如何“圈粉”?

也许你会好奇,文创市场产品琳琅满目,旅游纪念品也种类繁多,为何偏偏是冰箱贴火了?

“从去年开始,我每到一个地方就会买一个冰箱贴当作纪念,这是我丈量世界的见证。”在冰箱贴收藏者徐铮看来,每个冰箱贴,都承载着某段旅行的独特记忆。

在她家的冰箱门上,海南的椰子冰箱贴、景德镇的陶瓷冰箱贴、云南的刺绣冰箱贴依次排列……仿佛将祖国版图微缩于冰箱门上,每每看着这些错落有致的冰箱贴,心中便泛起一阵成就感。

与徐铮一样,许多消费者逐渐将冰箱贴视作情感的载体、记忆的锚点。小小一个冰箱贴,既没有价格负担,又便于携带,还具有当地特色,在众多旅行纪念品中独树一帜。

除了冰箱贴本身的产品属性与情绪价值驱动,要迎合强大的市场需求,同样离不开“义乌制造”的强力支持,从原材料采购到出货销售,整个产业链在义乌都能一条龙实现。在“纸想造物”位于苏溪的生产车间内,数台切割机、印刷机、塑封机高速运转,日均产量达上万个。据厂长楼靖睿介绍,随着市场不断扩张,对纸张硬度、印刷

工艺、切割精度等生产工艺提出了更高要求。“今年,我们新增了微喷机和UV机,使印刷效果更佳,更能满足客户个性化定制的需求。”

从材质、外观到功能,全面升级的冰箱贴兼具实用性、观赏性与互动性,在文创市场中稳占一席之地。“市场迭代速度非常快,毫不夸张地说,一夜之间就能涌现很多冰箱贴新品。”要牢牢“吸”住客户,就必须快速响应,在短时间内保质出品,抢占市场先机。“客户上午给我一个图样,经过设计师分解结构,上机测试,晚上就能生产出样。”楼靖睿说。

4 冰箱贴何以长红?

跟不上市场竞争节奏,如今必须靠技术预判热点、主动创新。

除此之外,赵金德还安排店员学习视频拍摄,同时借助世界义乌商厦大模型,把中文宣传内容转化为多国语言,精准推送给全球目标客户。“从设计到推广,AI帮我们实现了关键环节的降本增效。”他说。市场的激烈竞争也推动企业不断推陈出新。义乌市中国小商品城工艺品行业商会秘书长李红松表示,每年商家们都会推出成百上千款新品,设计平庸的产品很快会被

淘汰。“每一次接单与设计,都是对客户需求和市场趋势的积累与回应,促使我们持续优化生产线,提升工艺水平。”

此外,本土文化IP的深度开发也为义乌冰箱贴注入新内涵。以唐代诗人骆宾王及其“咏鹅”形象为代表的设计已延伸至冰箱贴、办公用品等多个品类。“深入挖掘骆宾王文化内涵,开发系列IP文创产品,希望借助这些载体,向世界讲述义乌故事,传播中华优秀传统文化。”义乌文化用品行业协会会长黄昌潮说。

◎采访札记:

持续创新,让冰箱贴更具“吸”引力

“冰箱贴市场在2023年迎来了爆发式增长,但随后的两年,增长速度就较为缓慢了,发展趋于稳定。”2023年工厂热热闹闹忙生产的场景,至今让楼靖睿记忆犹新。“为了早点拿货,客户都提早把货款存到公司,确保早排队早生产。供不应求的时候,排单至少排到两三个月后。”

眼见冰箱贴市场潜力巨大,越来越多的人涌入这一赛道,市场竞争日益激烈,产品迭代速度不断加快。“到了2024年,订单增长速度明显慢下来了。”楼靖睿解释说,冰箱贴款式太多,消费者很容易审美疲劳。当冰箱贴市场进入沉淀期,单纯的复制与堆砌元素已难以满足日益“挑剔”的消费者。

冰箱贴要想“吸”住消费者的

目光,就得让创意更浓一些,实现“万物皆可贴”。因此,楼靖睿与设计团队经常外出采风调研,提升个人审美与阅历,深入当地、感悟风土,将更多本土文化元素巧妙融入冰箱贴设计中。不仅如此,她还与手作者达成常态化合作,将更多原创设计推向市场,赋予冰箱贴更多的情感温度。她坦言,如今自己更倾向于设计复杂而精美的冰箱贴,唯有不断提升设计能力,才不会被动淘汰。

“冰箱贴有专属的使用场景。每个家庭里都有冰箱,这就证明冰箱贴可以作为一种长线产品存在。”楼靖睿相信,冰箱贴的使用场景看似单一,却恰恰因此形成了消费者独特的仪式感。因此,只要有想法,它的品类就能一直更新下去。

消费市场的变迁,也推动了设计思路的革新。“以往大多是客户拿着设计图找到我们,询问我们如何让这款冰箱贴‘动’起来。”吴季洋表示,过去的设计思路让他们更多处于被动生产的位置,而现在他们更倾向于先考虑互动效果,再往里填充图案,让消费者更易于接受新品,达到更好的互动效果。

如今,万物有灵文创公司有了长远的规划。“当我们在冰箱贴的设计与生产上得心应手后,便开始挑战新品类。”优质的文创产品能够持续刺激消费需求,当消费者认可冰箱贴产品后,万物有灵计划将产品线拓展至摆件、钥匙扣、团扇等周边衍生品,对客户进行二次发掘,为他们提供全品类产品服务。

分类信息

结婚启事、生日祝福
结婚周年纪念(金婚、银婚等)
升学、乔迁祝贺,可扫微信办理

服务热线: 85381058 85381069
地址: 义乌市融媒体中心一楼服务大厅(江东路33号)

温馨提示: 本栏目信息仅供参考

义南出租

佛堂产业园6000㎡,有蒸汽,可工艺染色,有税收可优惠,13867900340

义东出租

廿三里饰品厂房800㎡13806798318

理财投资

中银投资

合作炒股、自有资金雄厚
当天放款13867901885

佳人有约® 婚介交友

本地红娘实名制一对一牵线

女未婚 00年 163cm 本科 编制老师 父母经商
女未婚 94年 164cm 本科 开办培训机构 家境优越
女未婚 99年 162cm 本科 医生 父母经商 家境殷实
女离异 83年 161cm 大专 金融行业 收入可观 家里办厂
男未婚 94年 173cm 本科 国企正式 名下多房产 父母经商
男未婚 99年 185cm 本科 外贸公司 父母经商 家境优越
男未婚 96年 185cm 本科 经商 收入可观 父母办厂 家境优越
男离异 96年 173cm 本科 自己开电商 独生子 父母经商 家境优越

http://www.jryy520.cn/(免费注册)
缘分热线: 15058572298 微信同号
微信: 未婚15058572298 离婚15058572298
地址: 江东南路158号二楼

以彩票中心现场发布的为准

以下彩票公告最终

奖级	本地中奖注数(注)	单注奖金(元)
一等奖	1	78026
二等奖	299	50
三等奖	6038	5

0.00元奖金滚入下期奖池,本期兑奖截止日为2025年12月29日,逾期作弃奖处理,本信息若有误以公证数据为准。

中国体育彩票浙江省2025第25287期开奖公告

开奖日期:2025年10月28日
本期销售金额:216014元
本期开奖号码:02 04 13 16 18
本期出球顺序:16 13 04 18 02

奖级	本地中奖注数(注)	单注奖金(元)
一等奖	1	78026
二等奖	299	50
三等奖	6038	5

0.00元奖金滚入下期奖池,本期兑奖截止日为2025年12月29日,逾期作弃奖处理,本信息若有误以公证数据为准。

中国体育彩票浙江省6+1第25124期开奖公告

开奖日期:2025年10月28日
本期销售金额:698869元

奖级	本期中奖注数(注)	单注奖金(元)
特等奖	0	/
一等奖	0	/
二等奖	7	6544
三等奖	71	300
四等奖	999	20
五等奖	14424	5

10686896.60元奖金滚入下期奖池,本期兑奖截止日为2025年12月29日,逾期作弃奖处理,本信息若有误以公证数据为准。

义乌市城市环境空气质量日报

(2025)第301期 义乌市生态环境监测站 10月28日

站点名称	空气污染指数AQI	空气质量级别	空气质量状况	首要污染物
江 东	47	I	优	/
北 苑	47	I	优	/
第五中学	49	I	优	/
儿童公园	49	I	优	/

简要说明:当日我市城区空气质量状况为优,空气污染指数AQI为47,空气质量令人满意,基本无空气污染。

遗失

●云玥贸易有限公司(YUNYUE TRADE PTE.LTD.)正本提单遗失,提单号:CNNGB222647,船名航次:V.OBELRW CMA CGM ARGON,箱号:CMAU2589039/TCLU4963075,起运港:NINGBO,CHINA,目的港:PORT ALLAGA,TURKIYE.声明作废。

义乌数字电视广电华数云宽带

服务热线: 96371

义乌电视台《开心大玩家》栏目征集双扣选手

弘扬传统棋牌文化 发展棋牌竞技运动

报名热线: 85099500 18057991616

每天19时45分欢 迎收看义乌电视台 公共文艺频道 《开心大玩家》

版面中的房产面积均为建筑面积

关于撤销农民工工资专户的公示

由宏胜建设有限公司承建的西城路(丹溪路-宾王路)提升改造工程于2022年9月29日通过竣工验收,工程已按时足额支付农民工工资,现我公司申请撤销在建义乌市分行营业部开设的该工程的农民工工资专用账户(账号3305016723500004676-0018)。如对该工程的农民工工资发放存在异议的请在30日内拨打监督电话:1.企业负责人电话:18806795333;2.建设领域农民工工资主管部门投诉电话:0579-85435078。

宏胜建设有限公司
二〇二五年十月二十九日

移交公告

义乌新鸿房地产开发有限公司开发建设的后宅万锦城项目已竣工,经有关部门验收合格。为了更好地服务广大业主,特将公共配套设施展示如下:物业用房2059.23㎡,公共文化设施服务用房228.72㎡,消防控制室132.99㎡,闭锁所408.50㎡,配电房330.35㎡,公、专变265.26㎡,公变100.04㎡,邮政快递61.36㎡,有线电视机房35.31㎡,弱电机房26.07㎡,婴幼儿照护服务设施26.05㎡,公厕64.00㎡,门卫9.00㎡,地下室风井(计入地上)287.08㎡,地下室风井(计入地下)6.53㎡等。以上公共配套设施已移交浙江大家物业服务集团有限公司,属于全体业主所有和维护管理使用。

特此公告!

义乌新鸿房地产开发有限公司
二〇二五年十月二十七日