

新闻深一度

义乌文创: 从“爆款制造”到“文化深耕”的转型调整

全媒体记者 魏佳佳 文/摄

当“义桶带走”毛绒文创在社交平台收获点赞无数,鸡鸣阁剪纸成为游客争相收藏的伴手礼,义乌文创正迎来一波“破圈”热潮。这座以小商品闻名全球的城市,在文创赛道上凭借强大的供应链优势开始崭露头角,不过记者走访发现,在百余张设计图的创意迸发背后,产品同质化、质量参差不齐、文化转化不足等“成长的烦恼”同样凸显。从“义乌制造”到“义乌创造”,从流量噱头到文化沉淀,义乌的本土文创正经历一场转型调整。

本土元素撑起“爆款底气”

走进义乌美术馆“义乌礼物”的文创门店,印有“义乌四宗”卡通形象的书签与“六义杯”对杯礼盒被陈列于显眼位置,成为不少游客进门首先询价的文创产品。店员沈浩告诉记者,这些带有本土文化符号的实用型文创正成为消费主流,“书签和茶杯这类产品,销量还不错,不少游客会一次性买好几套当伴手礼送人。”这背后,是义乌文创从业者对本土文化的深度挖掘与创意转化。

“我们团队今年1至8月共设计了30余款新品,都是基于义乌本土文化元素。”义乌蓝宿文化旅游发展有限公司运营管理部助理朱晨雷坦言,文创产品的核心竞争力在于文化的独特性。蓝宿文旅的设计团队便从义乌历史中挖掘灵感,桥头遗址的彩陶纹样、黄山八面厅的雕梁画栋、“鸡毛换糖”的商业精神都成为其创作素材。“就像这套‘六义杯’系列,我们以蓝宿遗址出土的六款经典陶器为设计原型,内核是义乌的‘六义’文化,让传统器皿融入当代生活场景,既有文化厚重感又符合实用需求。”

与此同时,一批结合数字技术与场景体验的文创产品,正以轻巧、互动的方式传递文化内涵。在鸡鸣山景区,一款AR冰箱贴成为年轻游客的“打卡新宠”。鸡鸣山景区运营管理有限公司职员朱芳草演示了其用法:用手机扫描AR冰箱贴,屏幕即刻浮现鸡鸣阁立体动画与语音导览。“这款产品把文化介绍从展板搬到了手机上,既减轻了游客行李负担,又实现了景点文化的‘可带走’与‘可分享’,是最近的热销品。”

而在国际商贸城经营户季腾宇看来,文创产品的热度提升,不仅源于设计,更源于材质与工艺的多样化表达。他拿起一款义乌旅游景点图的合金冰箱贴介绍:“我们特意把材质从塑料换成了合金,字体也参考了手写笔触。虽然成本比普通塑料款高,但手感与质感都更好,不少外地商家专门来义乌批量采购。”从“义乌全路线打卡”冰箱贴,到融入方言的“依好义乌”文创行李牌,季腾宇相信,通过将文化符号、实用功能与工艺创新相结合,能让义乌文创以更立体、更亲切的方式讲述城市故事,也更容易走进消费者心中。

同质化与产销矛盾的“双重挑战”

当文创产品在景点与市集渐成规模,同质化的现象也随之浮出水



位于佛堂古镇的乌参文创店。



鸡鸣阁“小凤鸣”IP形象。



义乌美术馆“义乌礼物”文创门店。



“依好义乌”行李牌。

面。在佛堂古镇的乌参文创店内,来自宁波的游客陈秀云在货架前徘徊了许久,她坦言:“走了好几个地方,发现卖的文创产品差不多,换个地名,贴个牌就是新品,想找件真正体现当地的伴手礼不容易。”该店店员也直言,目前上架的商品还是以冰箱贴、书签、明信片这种文创“老三样”为主,带有本土深度和创意的产品仍需要一段时间的开发。

“不是我们不想创新,而是市场接受度有限。”鸡鸣山景区职员朱芳草道出了从业者的无奈,“新颖的设计,往往要经历更长的市场培育期,而景区需要的是能快速产生效益的产品。”这种保守心态在供应链端表现得更为明显。国际商贸城经营户魏翔从事文创产品批发多年,他的客户遍布义乌市内各景区:“其他地方的景区基本上每周都会有上新,我们这里一批款式的能卖半年。看到文创剪纸火就做剪纸,看到盲盒热就一窝蜂做盲盒,但很少有人对产品内涵上下功夫。还有不少商家只求‘快’,质量问题也不少。”

创新不足的背后是严峻的成本压力。蓝宿文旅的朱晨雷给记者算了一笔账:“今年我们设计了30多款产品,最终量产的不到一半。很多设计因开模成本高、打样周期长,让许多创意方案止步于样品阶段,难以走向市场。”而在销售端,沈浩也观察到一些细节:“不少专程前来观展的游客,很期待能带走一些与最新展览同步的文创产品,但眼下

可供选择的更新产品确实有限,常常让游客失望而归。”

更深层的挑战还出现在文创IP运营层面。文创热潮下,义乌多个镇街相继推出文创IP,李祖村“有礼的祖儿”、大陈镇“大陈小集”的“陈陈”“集集”、佛堂古镇“糖糖”等IP纷纷涌现,但多数在持续发力上比较困难。“这些IP大多缺乏背后的故事支撑,缺乏配套系列产品。”文创爱好者刘子焯直言,他曾收藏过许多文创IP玩偶,但很多IP玩偶无后续产品,仅少数场景还能看到IP形象海报。这种“重发布、轻运营”的现象,也导致部分文化符号难以形成长期品牌效应。这些现实因素,共同构成了制约本土文创发展的瓶颈。

从“流量思维”到“价值深耕”的转向

面对这种困境,义乌文创从业者正从不同层面进行破局,推动行业从追求短期热度向深耕文化价值转变。经营户季腾宇的策略是小批量试错,“每次只开发少量新品,卖得好再接着做。”他最近推出的大安寺塔主题冰箱贴,增加了一些小的互动设计,“虽然定价稍高,但销量还不错。游客买的不是摆件,是对景点的记忆,细节越到位越有共鸣。”

企业端则聚焦文化深耕与体系化开发。朱晨雷带领团队建立起涵盖红色文化、婺剧系列等主题的图库体系,从吴晗故里的学术精神到“蝶恋花”的爱情文化,都被转化为具有文化辨识度的产品。“我们的核心就是讲好义乌故事。”朱晨雷说道,火热出圈的“义桶

带走”毛绒文创就是典型案例,以美术馆为原型,把子母龙玉带钩、桥头彩陶罐等文物做成毛绒玩具,让肃穆的文物变得亲切可爱。“我们不做单纯的‘文化符号堆砌’,而是让文化真正融入生活场景。”

文创IP运营也正经历从“形象打造”向“深耕内涵”的升级。近期,鸡鸣山公园主入口处的一组“小凤鸣”造型景观正式亮相,这组IP形象以凤凰和唐朝小女孩为主体形象,逐渐成了市民们游玩的最新打卡点。朱芳草介绍,后续鸡鸣山景区将围绕“小凤鸣”IP持续发力:“这个融合凤凰与盛唐文化的形象,不只是个logo,我们会开发系列衍生品,结合AR技术做互动体验,让文创IP不仅‘被看见’,更能‘被记住’和‘被追随’。”

跨界合作则进一步拓宽了文创文化价值的转化路径。喜茶与义乌“道情”非遗的联名,让传统曲艺以崭新形态走进年轻人视野。网友评价:“没想到传统文化能这么潮,比简单拼贴旧图案更有新意。”这也表明有效的文化转化,需要同时尊重传统精髓与当代审美,才能让传统文化在新时代焕发活力。

“短期流量能带来热度,但只有深耕文化才能建立真正的品牌忠诚度。”朱晨雷的话道出了文创从业者的共识。从单一产品的开发到文化内涵的构建,从迎合市场的复制到引领审美的设计,这座以“快”闻名的城市正经历一场从“流量思维”到“价值深耕”的转向,也正在文化的滋养中寻找新的生长节奏。

义亭红糖丰收季活动启幕

全媒体记者 何彦婕

本报讯 11月15日上午,“百年糖艺韵 义亭红糖香”2025义亭红糖丰收季活动在义亭镇西楼村启幕,现场人头攒动,气氛热烈。

活动伊始,一场精彩的舞狮表演,为这场甜蜜盛宴拉开序幕。随后进入备受瞩目的“糖梗王”评比环节。来自义亭镇各村的糖农们纷纷带着自家精心培育的糖梗齐聚一堂,一较高下。评委们从糖梗的长度、品相到糖度等多个维度进行专业评定。最终,楼军荣种植的一根长达4.29米的糖梗脱颖而出,夺得“糖梗王”称号。74岁的楼军荣欣喜地说:“今年我种植了两亩糖梗,能拿到这个奖,非常开心。”

活动现场一侧,记者看到四个销售窗口前排起了长队,不少游客在选购各类红糖产

品。据了解,去年西楼村成立了“红糖共富工坊”,该工坊以“甜美义亭 农产品入心”为主题,融合电商直播与线下展销,打造“产销一体化”平台,有效拓宽了红糖系列产品的销售渠道。自工坊运营以来,逐步整合产品展销、制作研学、助农直播等多个功能,不仅带动红糖产业链延伸,还帮助130余名农户实现“家门口”就业。

西楼村相关负责人介绍,该村榨糖历史已超过400年,素有“义乌红糖第一村”的美誉。红糖产业作为该村的重要支柱产业,今年糖梗种植面积达600多亩,预计每亩可产出红糖约1600斤。“往年亩产一般在1500斤左右,今年因为是闰年,加上雨水和气候条件较好,产量有所提升。”该负责人表示,今年榨糖季自11月1日开始,将持续至明年1月初。

恒风集团稠江青年社区通过竣工验收

全媒体记者 王佳丽

本报讯 近日,恒风集团稠江青年社区通过竣工验收。

稠江青年社区坐落于西城路1599号,总建筑面积达13.18万平方米,共建设4幢10至14层保障房,1幢配套服务用房,总计提供1775套优质保障房源。所有房源均以“拎包入住”为标准,家具家电一应俱全,可满足租户多样化生活需求。

据了解,该社区创新性构建“综合出行中心”,深度融合公交车、出租车、网约车、共享单车等多元出行方式,打造“品质宜居+便利出行”的特色发展模式;毗邻龙回交通枢纽,依托枢纽内34条公交线路,高效通达金华及义乌市内各地,为租户搭建便捷公共交通网

络;配套地下停车场及充电桩设施,充分满足租户停车及充电需求,全方位保障出行便捷。

稠江青年社区以“数字化、智能型、共享型”为核心定位,配套建设党群服务中心、共享茶室、会议室、培训室、多功能厅等服务空间,配备健身房、瑜伽室、羽毛球场、篮球场、匹克球场、环形跑道等运动设施,并专门设立5个标准化共享直播间,全面构建“居住+商务+交流+提升”一体化现代社区,精准匹配青年人才社交、创业、成长等多元需求。

该社区还计划在1至4号楼底商及下沉广场引入便利店、特色餐饮、潮流饮品店、休闲娱乐项目等全品类社区生活配套,实现“一公里”优质服务圈。据悉,稠江青年社区将于11月底试运营。

丹溪社区举办第十五届邻里嘉年华活动

全媒体记者 陈张彪

本报讯 11月14日,北苑街道丹溪社区第十五届“悦动丹溪 相约乐邻”邻里嘉年华联欢晚会在北苑街道新时代文明实践所举行。本次活动由丹溪社区党委携手市青少年综合服务中心主办,市中医医院、北苑街道综合文化站等单位协办,街道相关负责人、社区工作人员与居民齐聚一堂,共赴这场社区盛会。

晚会节目形式多样,舞蹈、歌曲、情景剧、越剧等多元节目轮番上演,还有有奖问答等形式开展互动,反诈宣传、消防安全宣传,既增强了居民安全意识,又活跃了现场互动氛围,实现寓教于乐。

晚会现场,“朱委员工作室”正式揭牌,该工作室以“居民有呼,社区有应,多方联动”为治理模式,聚焦居民诉求,着力解决“民生小事”,让社区建设更有温度。社区与市中医医院的清廉共建签约仪式引人注目,医院聘请10位居民骨干担任“就医体验官”,搭建起医患“连心桥”。

活动还对在服务社区、文化营造、邻里互助等方面表现突出的居民、家庭、社团及单位进行了表彰,以榜样力量激发居民从“旁观者”转变为“社区建设者”,凝聚起共建美好家园的合力。

作为社区年度品牌活动,丹溪社区邻里嘉年华以文化为纽带,既为社区居民带来了视听盛宴,更织就了有温度、有认同的邻里关系网,有效提升了社区凝聚力与居民归属感。

晚会现场,“朱委员工作室”

“加大投入可获高额回报”为诱饵,要求王先生提取10万元现金送至指定地点。王先生信以为真,预约次日前往银行取现。

了解了情况后,民警当即对王先生开展反诈宣传,结合典型案例讲解此类诈骗的常用套路及识别要点,明确告知其下载的“中原财付通”App系疑似遭遇虚假投资理财诈骗,且已向对方转账部分资金。情况紧急,派出所反诈专班人员立即开展核查,并第一时间赶往王先生居住地。

经询问得知,王先生此前在某社交平台观看投资理财直播时,结识了自称“投资顾问董羽”的人员。在对方诱导下,王先生通过二维码下载了名为“中原财付通”App,并转入9999元进行“投资”。随后,对方以

“加大投入可获高额回报”为诱饵,要求王先生提取10万元现金送至指定地点。王先生信以为真,预约次日前往银行取现。了解了情况后,民警当即对王先生开展反诈宣传,结合典型案例讲解此类诈骗的常用套路及识别要点,明确告知其下载的“中原财付通”App系疑似遭遇虚假投资理财诈骗,且已向对方转账部分资金。情况紧急,派出所反诈专班人员立即开展核查,并第一时间赶往王先生居住地。经询问得知,王先生此前在某社交平台观看投资理财直播时,结识了自称“投资顾问董羽”的人员。在对方诱导下,王先生通过二维码下载了名为“中原财付通”App,并转入9999元进行“投资”。随后,对方以

本周最低气温全线跌破10℃

大部分地区有霜或霜冻,山区有薄冰

来看,11月16日起,寒潮东移南下;11月17日,我国中东部地区进入寒潮影响主要时段。中央气象台11月16日继续发布寒潮蓝色预警,预计11月17日、18日两天,我国中东部地区自北向南将出现大风降温天气,日平均或最低气温普遍下降6℃~10℃,陕西南部、重庆北部、河南西部、湖北北部等地下降12℃~14℃,局地降温可超过14℃。此次寒潮过程降温迅速猛烈,基本上一天内就会降至低点。到了11月18日,最高气温10℃线会南压至长江中下游一带,最低气温0℃线则会来到苏皖南部至湖北北部一带。对此,气象部门提醒,由于前期我国中东部多地气温偏高,不少地方冷暖反差会比较明显。公众请根据天气变化适时调整着装,谨防感冒。

寒潮“千辛万苦”南下,到了义乌

已经成了强冷空气。市气象台发消息称,11月16日后半夜,受强冷空气影响,我市出现了明显的降温、大风和弱降水天气过程。此次冷空气的降温效果将持续至11月18日。11月19日至11月20日早晨气温较低,大部分地区有霜或霜冻,山区有薄冰。其中,11月18日至11月22日的最低气温维持在5℃及以下。值得注意的是,除了11月17日有弱降水,本周剩余几天皆以晴到多云天气为主,因此,昼夜温差将逐渐加大。尤其是11月19日至11月23日,昼夜温差都在10℃及以上。

具体天气预报:

11月17日(星期一)	白天阴到多云,部分地区有小雨,夜里多云	温度9℃~16℃
11月18日(星期二)	多云到晴	温度5℃~12℃
11月19日(星期三)	晴到少云	温度4℃~14℃
11月20日(星期四)	晴到多云	温度3℃~16℃
11月21日(星期五)	晴到少云	温度5℃~18℃
11月22日(星期六)	晴到多云	温度5℃~19℃
11月23日(星期日)	晴到多云	温度7℃~20℃

多地区都需要羽绒服护体。对此,中国天气网推出全国羽绒服预警地图,随着寒潮一路南下,我国降温范围逐步扩大,需穿羽绒服的区域也将向南扩展至长江中下游一带。早出晚归的小伙伴,出门最好多带一件衣服,及时添衣防着凉。

天气早知道

全媒体记者 陈健贤

到了11月中旬,最高气温还能超过20℃,这让不少小伙伴不知道该怎么搭配衣服了。11月16日夜,强冷空气来袭,降温效果立竿见影,本周最低气温全线跌破10℃,我市大部分地区还将出现霜或霜冻,山区有薄冰。

中国天气网发消息称,11月16日起,今年下半年首场寒潮开始影响我国中东部地区,局地降温可超14℃,不少地方气温将创今年下半年来新低,较前期冷暖反差明显。具体