

商亦有道

吴靛：爆款都是“养”出来的

全媒体记者 何彦婕 文/摄

在义乌全球数贸中心的聚美DIY潮品店里，两面墙上挂满了长卷毛的小狗形象挂件，它们有的戴着圆框眼镜，有的顶着俏皮的厨师帽，还有的怀里搂着一根胡萝卜。这七百多款造型各异、毛色与穿衣风格各不相同的小狗，都出自同一位“主人”之手——吴靛。



蒙有“骨架”的小狗可以随意活动关节

店内墙上挂满款式各不相同的小狗挂件

“这款缺货了，得补。”1月4日，见到吴靛时，她一边查看库存，一边利落地与店员沟通安排事项，清爽的短发，言语干脆，行动果决。在义乌市场里扎根奋斗15年，她早已练就出敏锐的市场嗅觉与从容的节奏感，经她手的产品，几乎款款成为爆款，卖什么，什么就被抢购一空。而这些小狗挂件，每一只都藏着她一路走来的思考、坚持与创新。



吴靛向客户介绍“领养一只小狗”IP

乐此不疲“搞特殊”

“做生意就是要做点不一样的”。2010年，吴靛在义乌国际商贸城一区开设了一家电动毛绒玩具店。从起步之初，她就决心走一条与众不同的路。

当时，市场上普遍是有什么货就卖什么，产品缺乏创新，吴靛就自己设计外包装。同行不理解，销量也不好，吴靛却乐此不疲，因为她相信，只有坚持原创、自主设计，产品才真正具备说服力。

此后，她转向饰品围巾生意，依照自己的审美，在围巾上添加了装饰元素，使其佩戴时如同一条精致的项链。这一创新品类在欧美市场大受欢迎，单个订单的货值可达七八十万元。“我们所有的产品都是原创设计，每次上新品，总有一些老客户跟着出。”吴靛笑着说道。

多年来，她的“特殊化”之路从未停止。

2024年，从事潮玩生意的吴靛注意到，无论商场还是批发市场，潮玩产品总能吸引大量客流。但她同时发现，市面上的潮玩大多围绕国内外知名IP展开，同质化问题严重。

她不想和其他人一样，只是买别人的版权。“我为什么不能做一个自己的IP？”

于是，吴靛又踏上了原创之路。她将方向定为动物形象，并在小兔、小猫和小狗之间反复斟酌。“我觉得没有人能拒绝一只快乐小狗。”

方向明确后，从小学美术的吴靛用铅笔画出了心中那只小狗的模样。她想起自己曾养过的一只爱吐舌头的小狗，便将这个细节融入设计，最终塑造出一只卷毛、吐舌、神态呆萌的小狗IP形象。

“画设计图的过程非常顺利。”在她看来，这只小狗的到来，仿佛是一场注定好的相遇。

用心做产品养成“爆款体质”

义乌全球数贸中心开业首日，吴靛带着她自主设计的“领养一只小狗”IP系列首次亮相。每一只小狗玩偶都穿着精心设计的服饰，毛色各异，神态灵动，仿佛被赋予了独特的性格与生命。产品一经推出便广受欢迎，开业当天就签下超过2000只订单，随后推出的情侣款也迅速售罄，客户下单后甚至需要等待十多天才能发货。

谈及产品备受追捧，吴靛坦言自己很开心，但并不感到意外。这份自信的背后，源于她对产品品质始终如一的严格把控。

“买我的产品你就放一百个心。”这是吴靛对客户说得最多的话。虽然多年来她不断根据市场变化调整产品品类，但对质量的执着却从未改变。

早在做围巾生意时，当别家还在使用塑料或树脂配件，她已率先采用质感更佳的合金材料。而如今的小狗系列，从设计到成品，更是经历长达8次的反复打样，毛色、脸型、材质等每一处细节都经过仔细推敲。

“额头和后脑勺要饱满，眼窝微微凹陷，腮帮子鼓起来，这样的小狗

才生动可爱。”吴靛深知如何塑造玩偶的“灵魂”，每一只小狗由机器生产完成后，都需经过人工修理毛发，直至达到理想状态。这种近乎执拗的认真，正是她自信的根源。

如今，“领养一只小狗”系列已拥有7种常规毛色与4种特殊色，并陆续推出抱抱系列、民族风系列等各种风格。小狗的服饰还会随季节更迭持续更新，几乎每日都有新品推出。“毫不夸张地说，只要进店的客人，几乎都会带一只小狗回家。”吴靛的语气里带着自信。

十多年前，吴靛第一次看店便成功接单，到做围巾、卖树脂配件屡成爆款，吴靛常开玩笑称自己是“做生意天才”。但事实上，不过是以认真做好每一件事的态度对待每一件产品，从而赢得市场一次又一次的信任。

为产品注入“灵魂”

“看着它们会觉得很治愈。”每次拿起一只小狗，吴靛的第一件事总是用手指轻轻将毛理顺，让小狗的五官清晰地显露出来。吴靛告诉记者，这些小狗不只是她设计的一个商品，还是一个陪伴她成长的伙伴。

为此，吴靛为每只小狗注入了“生命感”。每只小狗体内都装有灵活骨架，可以和它互动、可以给它换装，还可以为它取名。每一张脸都独一无二，有的笑眼弯弯，有的憨态可掬，有的则带点“奶凶”的小表情。许多顾客在挑选时，会突然发现某只小狗神似自己家的宠物，或是一眼投缘，于是便欣然决定“领养”回家。

与客户交流时，吴靛从不抱着“非成交不可”的心态。“我希望人们不是购买商品，而是领养一个伙伴。只有赋予它故事，产品才会与人产生共鸣，这才是它真正的价值所在。”她这样说道。

这样的理念也贯穿在她的经营之中。吴靛始终在观察、学习和调整。起初，团队将目标客群定位为儿童，因此设计偏向甜美公主风。然而实际上，产品更受年轻群体喜爱，而他们偏好休闲、中性的风格。发现这一差异后，吴靛迅速带领团队转向，调整设计方向，

使产品更贴合真实市场的需求。

与此同时，她也在持续完善产品的细节。尽管目前小狗的服饰样式多样，但吴靛认为还是没有形成鲜明的原创标志。她打算设计一套具有高辨识度的“招牌服装”，让顾客一眼就能认出她的作品。此外，她也积极探索服装定制、文旅合作等方向，将地方文化元素融入服饰，让每只“伙伴”都承载独特的故事与记忆。

如果是一只能对话的小狗，会不会更懂你？带着这一想法，吴靛大胆拥抱数字化，尝试将AI技术植入小狗体内，使其能够与人对话，并通过手机软件实现信息同步与深度互动。“比如你可以问它义乌的美食和美景，它就像一只小狗导游，陪伴你探索。”谈起这个构想，她的语气里满是憧憬。

在吴靛身上，不盲目跟风、不固守旧路、不惧试错，正是这份清醒与笃定，让她在瞬息万变的市场中，总能抢先一步。

延芝堂官方旗舰店
地址：义乌市南门外街60号
电话：0579-83545698

新春展会齐发力 我市一季度将举办8场展会

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 1月6日，记者从市场发展委获悉，2026年一季度我市拟举办8场展会，涵盖新质生产力、文化“新三样”、“三新消费”（“新业态、新模式、新场景”）等多个领域。

今年义乌首展定档3月11日至13日——2026年第23届全国仿真植物花卉、婚庆道具、喜庆用品暨美陈道具（春季）交易会将在义乌国际博览中心举办。展览面积达11万平方米，设国际标准展位超5000个，预计吸引源头工厂2000余家。紧随其后，第26届中国框业与装饰画展览会暨影楼后期产业博览会、2026年第2届义乌家居装饰工艺品展览会、第13届义乌华夏家博会、2026义乌学习型企业资源对接会暨创新产品展将于3月20日至22日同期举办；2026中国义乌国际时尚发制品与美发用品博览会定档3月25日至27日；2026中国义乌国际汽摩配博览会、2026中国（义乌）国际润滑油、脂、添加剂、金属加工液、养护用品及技术设备展览会则将于3月31日至4月2日在义乌同期举行。

会展兴，百业兴。围绕会展经济，义乌积极发力，寻找新机遇。2025年，我市以“产展融合、量质齐升”为核心路径，推动会展业在规模能级、改革深度、品牌影响力和国际化水平上实现系统性突破。全年共举办经贸类展览项目57个，总展览面积达131.7万平方米，同比增长17.0%，创历史新高；吸引参展企业31113家，设置标准展位60735个，境内外专业采购商到会超204.4万人次，同比

分别增长23.4%、25.7%和14.6%。同时，全年新培育和引进专业化展会项目10个，会展业发展动能持续增强。

在标志性成果方面，义乌会展综合实力已连续十年稳居全国县域城市首位。目前，我市已有8个展会获得UFI（全球展览业协会）认证，包括义博会（出口商品展、进口商品展）、森博会、电商博览会、五金会、文具礼品展、全国婚庆道具仿真花展及喜庆用品博览会，认证数量位居全国城市前十、县域城市第一。其首创的“产展融合发展‘义乌模式’”荣获“2025年度中国会展公共服务模式创新案例”，成为行业标杆；“展会促消费”实践案例亦入选首批浙江省会展经济促消费典型案例，示范引领作用显著。

尤为引人注目的是，义乌成功举办浙江省商务厅重点展会——首届中国（浙江）跨境电商进出口交易博览会。该展会聚焦全球优质供应链整合与全链路跨境贸易服务，为中外客商搭建高效、专业、一站式合作平台，进一步彰显义乌作为“世界小商品之都”在构建双循环新发展格局中的枢纽功能。

2026年是“十五五”规划开局之年，也是学习推广“义乌发展经验”20年，也是义乌全面打造中国式现代化县域典范的开局之年。市场发展委将深入贯彻落实市委十五届九次全体会议精神，坚持“以兴展、展促兴、展产融合”核心路径，全面聚焦“市场化、品牌化、国际化、专业化、数智化”五维升级，奋力推动会展经济实现新一轮能级跃升，加快打造“国际会展之都”。

我市一涉外知识产权案例 入选浙江优秀案例

全媒体记者 何彦婕

近日，浙江省制造业高质量发展（数字经济发展）领导小组办公室（省经信厅）发布了《2025年浙江省国家数字经济创新发展试验区优秀案例》。其中，“义乌市构建涉外知识产权保护新生态 赋能跨境电商高质量发展”案例成功入选各级党政机关“推进新治理”20大优秀案例。

这一成果的取得，与义乌跨境电商领域的实际需求与积极探索密不可分。我市跨境电商企业体量较大，在贸易过程中，知识产权纠纷频发，尤其在中小卖家维权难、应对慢、成本高等现实痛点上。

为此，市市场监管局坚持以平台思维破题、以数据驱动赋能、以协同共治聚力，系统构建了“政府引导、平台协同、多方参与”的涉外知识产权保护新生态。

搭建“线上服务枢纽”，实现知识产权公共服务“一站通达”，并且构建智能化监测预警网络，实现侵权风险“事前感知”。此外，创新推出“TRO保险+维权援助”等特色产品，形成风险共担、协同治理的新格局，为本地数万家电商主体筑牢“风险防火墙”。

截至目前，累计监测并预警海外平台相关纠纷案件461起，商标抢注信息130条，发布精准预警信息82篇，出具个性化指导方案97份，为平台内经营者挽回节约成本超1亿元。跨境电商知识产权维权成功率也提升明显，参保企业维权成本平均下降超90%。去年成功指导某跨境电商企业取得新加坡案件和解，挽回损失20余万美元。

市场监管局将继续深化知识产权保护与跨境电商融合发展机制，持续优化服务生态，助力更多“中国店铺”向“中国品牌”跨越。

“世界超市”人潮涌动 全球订单纷至沓来

开年即冲刺。2026年1月6日，新年首个工作日，记者走进义乌国际商贸城，只见各国采购商穿梭其间，商户们手脚麻利地整理新到货品，胶带撕拉声、计算器按键声与多语种洽谈声交织成曲。

在玩具区，几架迷你无人机盘旋于空中，引得孩子们仰头追逐、欢笑不断，不少客商驻足体验，商户为其介绍产品性能。玩具、饰品、工艺品等商品琳琅满目，吸引着来自世界各地的买家驻足细看。一位中东客商在翻译陪同下，正仔细查看一批节日装饰灯的材质与包装，不时点头并与商户交换名片。不远处，几个结伴而来的游客经过多轮砍价拿下心仪的玩具，脸上露出满意的笑容。全媒体记者 陈秋池 摄



几名游客一同体验操作无人机。



经营户为顾客介绍店内的机器狗产品。



“财神爷”乘“马”而来。



经营户展示新品“小马拉车”。



义乌国际商贸城一区人头攒动。

42场培训活动 助力电商人才高质量发展

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 1月6日下午，由阿里巴巴国际站主办的商品运营专题培训在义乌举行，标志着2026年“智能230培训计划”正式启动。仅1月份，北苑街道电商服务中心、义乌市跨境电商电子商务协会、义乌市内贸电子商务协会、义乌市直播电商协会及阿里巴巴国际站等平台机构和机构将举办电商培训活动共计42场。

据悉，本轮培训内容紧密围绕当前电商行业的前沿趋势与实际痛点，系统设置直播电商运营、跨境电商策略、数字营销技巧、供应链管理优化等核心课程模块。培训不仅邀请行业专家和平台实战导师授课，还结合义乌本地产业特色，融入案例解析、实操演练与资源对接等环节，着力提升学员的综合运营能力和市场应变能力。通过专业化、体系化、场景

化的教学方式，切实帮助电商从业者掌握新工具、新方法，新思维，增强其在激烈市场竞争中的实战本领与发展韧性，为义乌打造高素质、复合型电商人才队伍夯实基础。

记者了解到，义乌市于2025年3月启动“智能230培训计划”，目标是在两年内免费培训超30万人次。截至2025年底，该计划已累计培训15万人次。培训内容涵盖AI工具应用、数字化出海战略、政策解读与服务对接等重点领域。2026年，义乌将继续推进“智能230培训”，进一步深化人工智能等新技术在电商领域的应用，全面提升企业数字化运营能力。

**成人大学本科
就选义乌开大**
报名热线：85411530