

## 现实版“塞翁失马 焉知非福”上演



# “哭哭马”意外爆火 全网催单到断货

全媒体记者 何彦婕 文/摄

“笑笑马”和“哭哭马”，我各要200个！”“老板，现在订货的话，什么时候能拿到货？”……1月10日上午，义乌国际商贸城一区的开心姊妹毛绒玩具店里，经营户张火清正忙着回复源源不断的询问。以往总是乐呵呵的她，如今却不由地皱起了眉头。“订单实在太多了，我天天发愁，根本来不及出货。”

这种“幸福的烦恼”，源于一款名叫“哭哭马”的毛绒玩具最近在各大社交平台意外爆火、迅速出圈。而它的走红，竟始于一次生产中的小小失误。

工人在缝制小马毛绒玩具时，不小心把原本上扬的微笑嘴角缝反了，变成一副嘴角向下的委屈模样。“没想到，收到货的客户并没有因此生气，反而觉得这只“哭哭马”的小马格外有趣。随着客户将照片分享到网络，越来越多网友被它“委

屈巴巴”的表情击中，直呼这简直就是当代“打工仔”的真实写照。“本来是次品，结果却意外逆袭，成了爆款。”张火清笑着说道。

从事毛绒玩具生意十年，张火清第一次遇到如此热销的产品。面对如潮水般涌来的订单，她在兴奋之余也倍感压力。采访过程中，她的手机提示音不时响起，大多是客户发来的催货信息。“今天一上午，就已经接了十多个新订单。”张火清告诉记者，从1月6日开始，下单的客户就明显增多，单日订货量也成倍上涨，有的客户一出手就是一两万只。

订单激增，库存迅速告急。到1月9日，所有现货已被抢购一空，连店里的样品也只剩寥寥几个。现在下单要等7到10个工作日才能发货。记者来到店里时，已看不见“哭哭马”的身影了。“最后一个样品上午刚卖完。”

据了解，这款小马公仔高约20

厘米，售价25元。张火清表示不会因为产品走红而涨价。眼下，“哭哭马”已超越曾经的畅销款“笑笑马”，成为店里的新晋冠军。

随着“哭哭马”的爆火，生产线也全面开动。目前工厂产能已拉升至满负荷状态，产量比平时翻了五倍，专门生产这款玩具的流水线也从最初的两条紧急扩充到十多条，工人们都在加班加点地赶工。“即便如此，还是供不应求。订单来得太快，生产速度根本追不上。”张火清预计，这样的采购热潮将持续到2026年农历正月十五左右。

如今，“哭哭马”不仅在国内受到追捧，也吸引了南非、中东、东南亚等地的客商。1月11日上午，就有一位南非客户专程来到张火清的店铺下单“哭哭马”。“我确实没想到它会这么火！”张火清感慨道。

面对这突如其来的热度，她迅速做出反应，近日已为“哭哭马”申请了外观专利，稳稳接住了这波“泼天的流量”。

## 商亦有道

记者手记：

### “歪打正着”的生意经

看似偶然的走红，背后却是义乌制造的必然。这里从不缺少机遇，也永远包容着各种意外与可能。

“哭哭马”爆火，纯属意外。一次生产环节的微小失误，竟让原本该成“次品”的产品逆袭为“爆品”。这样充满戏剧性的故事，当它发生在义乌时，却又显得十分合理。可以说，在义乌，一次失误可以被转化为一次商机，一个灵感可以迅速铺货全球。

18年前，张火清从江西上饶来到义乌打工，后来逐步创立了自己的店铺和工厂，在义乌的十多年时间里，早已练就了敏锐的商业嗅觉和应变能力。当订单如潮水般涌来时，她能快速接住流量，调配生产线、调整产品策略；工厂能连夜扩线、满负荷运转。整个供应链高效协同的背后，是义乌经营户数十年积淀的制造底蕴、灵敏的市场嗅觉和极度灵活的产销体系在共同支撑。

与此同时，张火清始终秉持“产品质量永远摆在第一位”的经营理念，对品质的坚守，让她在机会来临时能够迅速响应，将偶然的热点转化为可持续的生产力。“哭哭马”的出圈爆火，印证了义乌市场不仅是商品的集散地，更是创意落地的加速器。



“哭哭马”也受到了外商的喜爱。

## 全国县域唯一 我市获评“全国商标业务 能力突出窗口”荣誉

全媒体记者 何彦婕

近日，义乌市知识产权维权服务中心（国家知识产权局商标业务义乌受理窗口）成功获评全国商标业务能力突出窗口，位居通报表彰名单之首，成为全国唯一获此殊荣的县级窗口。

近年来，市市场监督管理局以深化商标注册便利化改革为切入点，全面推进知识产权保护“全链条”服务体系建设，为市场主体提供了坚实支撑。

在国家知识产权局大力支持下，市市场监管局成立义乌市知识产权维权服务中心，围绕智慧化、规范化、专业化发展方向，创新推行线上线下融合服务模式，着力构建涵盖咨询、注册、变更、续展、维权及马德里商标国际注册的一站式服务体系。据统计，已累计受理各类业务超8.7万件，为企业节约各类知识产权申请成本超3000万元。

针对义乌市场高度国际化的特点，市市场监管局还不断加强海外知识产权保护能力建设，持续完善风险预警体系，并在阿联酋迪拜等地设立海外知识产权指导站，为企业“走出去”提供属地化维权支援，构建起海外知识产权保护网络。

截至目前，义乌国内有效注册商标总量已达23万件，马德里及欧盟商标注册总量突破2500件，均居全国县域首位；拥有中国驰名商标24件，积极探索知识产权金融创新，2025年商标专用权质押融资额达25.94亿元。商标品牌对产业升级与外贸高质量发展的带动作用日益凸显。

## 品牌出海 义乌故事

### Yiwu Selection 安哥拉展厅启用

全媒体记者 吴峰宇 文/图

本报讯 当地时间1月11日，安哥拉义乌分市场启动仪式在罗安达新时代商贸中心举行，Yiwu Selection安哥拉展厅正式授牌并投入运营。此举标志着义乌小商品城品牌出海体系在非洲迈出关键一步。

据悉，该展厅面积超200平方米，精选日用百货、家电电子、五金建材等十余类核心品类，汇聚80余家义乌优质供应商的拳头产品，精准对接当地民生消费与基建需求，让非洲采购商无需远赴中国，即可直连义乌优质供应链。

展厅由义乌商城集团联合智捷元港和深耕非洲近30年的旭日投资集团共同打造，创新采用“前厅后仓”模式——前厅提供实地看样、现场洽谈的沉浸式体验，提升供需对接的直观性与信任度；后厅依托智捷元港数字化供应链平台，联动安哥拉物流园区等配套设施，打通“展示—下单—仓储—配送”全流程闭环，有效破解传统跨境贸易“看样难、交

货慢、成本高”的痛点。开业当天，来自饰品、工艺品、五金工具、小家电等行业的义乌企业代表，与100余位安哥拉本地企业、在安中资机构及采购商开展面对面精准对接。现场洽谈氛围热烈，意向订单持续涌现，多个采购商当场敲定合作；义乌商户也借此机会深入捕捉非洲市场新需求，为产品迭代和渠道拓展明确方向。

“以前要飞上万公里去义乌看样，现在展厅就在家门口，看货、下单、长期供货一站式完成，省时间、降成本还靠谱！”一位安哥拉采购商在现场感慨道。义乌商户代表表示，该展厅作为扎根非洲的“前沿窗口”，能够实时掌握本地市场动态，使产品研发与市场拓展更加精准高效，助力义乌优质商品真正扎根非洲、服务非洲。

据悉，作为商城集团全球化布局的重要节点，安哥拉展厅不仅将有力拉动义乌商品对安出口增长，更将以罗安达为核心枢纽，辐射刚果（金）、赞比亚等南部非洲国家，加快构建覆盖更广、效率更高的跨境贸易网络。



当地消费者在展厅选购商品。

## 义乌文创产品“波波鹅”启程赴泰

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 1月13日，在江东街道山口村128栋某仓库内，工人正将一箱箱“波波鹅”文创产品装入集装箱。它们即将从宁波舟山港启运，发往泰国曼谷。

下个月，这批货物就会亮相泰国SaKiso公司旗下60多家连锁门店，正式面向当地消费者展销，成为“波波鹅”品牌开拓泰国市场的重要一步。

据义乌文化用品行业协会常务理事汪善奇介绍，这是去年8月义乌65

家文具文创企业在曼谷订货会上斩获的订单之一，如今已从展台意向高效转化为出海实单。此次出口的“波波鹅”文创产品由十余家授权企业联合生产，涵盖削笔刀、圆珠笔、笔袋、保温杯、铅笔等文具品类，共400余箱，货值超30万元。

“波波鹅”能如此顺利地进入泰国主流市场，并非偶然，这得益于义乌市文化用品行业协会的“铺路搭桥”。去年，协会多次组织企业前往泰国、印尼、越南等东南亚国家，举办展会与订货会，精准对接海外渠道。从捕捉网络热点，到快速设计生产，再到通过协会力量系统性出海，“波波鹅”的路径，勾勒出义乌产业升级的新模式——即以敏捷反应和供应链优势为基石，在行业组织的协同下，将中国创意打造成具有全球吸引力的品牌商品。

义乌是唐代诗人骆宾王的家乡。一千多年前，骆宾王即创作的《咏鹅》家喻户晓，人人吟诵。如今，历经近两年打

磨、迭代4稿后，“波波鹅”相关产品正式进入量产阶段。“这些产品不仅将‘波波鹅’可爱的形象巧妙融入设计，还在品质与功能上进行创新，为国内外消费者带来全新的文化用品体验。”义乌市文化用品行业协会会长黄昌潮说，2023年10月，义乌市文化用品行业协会启动“波波鹅”IP项目，从IP项目启动到量产，“波波鹅”项目投入了上千万元。目前，义乌市文化用品行业协会把“波波鹅”IP免费授权给协会企业使用，设计的产品涵盖书包、钟表、本子、笔、潮玩等多个品类。行业内已有20多家企业拿到授权投入生产，首批采购订单金额达300万元。

义乌成为总台2026年春晚分会场之一，为本土IP带来前所未有的曝光机遇。义乌市文化用品行业协会顺势而上，积极抢抓春晚流量红利，通过沉浸式互动、创意展示和场景化营销，全方位推介“波波鹅”IP形象，推动文创产品从出海走向“出圈”。

## 义乌饰品工厂展展位抢订火热 全球采购商瞄准“源头好货”

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

本报讯 “我们希望多拿几个展位！”1月13日下午，义乌全球数贸中心152号中庭人头攒动、气氛热烈——2026义乌国际时尚饰品工厂展展位选位仪式在此举行。近200名企业代表早早到场，大家围在展位图前仔细比对、低声商议。选位通道一开启，商户们便争相上前，生怕心仪位置被抢先锁定，折射出企业商户抢抓新年外贸先机的强烈信心。

据悉，义乌国际时尚饰品工厂展已成功举办两届，今年第三届将于4月27日至29日在义乌国际博览中心A1、B1、C1馆举办，设置国际标准展位超1300个，汇聚来自义乌本土及东莞、青岛、胶州、广州等全国主要饰品产业基地的近千家优质企业，集中展示数万款潮流新品，全面呈现中国饰品制造的创新活力与“出海”实力。

“这是我们第三次参展，从第一届起就一直参与，今年一口气报了16个

展位。”义乌海燕饰品有限公司负责人陈晓笑表示，团队从去年便开始筹备，聚焦新品研发，并提前邀约海内外客户。前两届展会不仅帮助公司拓展了新渠道、提升了品牌影响力，也带动效益显著增长。

作为全国重要的饰品产业基地，义乌集聚了饰品成品及配件两大类，为全球买家提供丰富、优质的源头产品，实现全品类、一站式、工厂直供的采购服务。据义乌市中国小商品城饰品及配件行业协会会长丁杏娟介绍，在商城集团、国际商贸城第一分公司及展览公司的大力支持下，饰品及配件两大行业商会强强联合，全面整合产业链资源。本届展会继续围绕“人、货、场”三大核心要素开展精准对接，推动“好货找到渠道，渠道找到好货”，力争将展会打造为规模领先、专业度最高、引领时尚潮流的全球饰品行业标杆平台。

针对“为何名称中特别强调‘工厂’”的提问，丁杏娟解释：“‘工厂’突出的是源头属性——我们邀请的参展企

业均为行业佼佼者，掌握饰品及配件的定价权，能从生产端严控品质，确保高性价比，让境内外采购商买得放心、用得安心。”

展会期间，还将同步举办多场品牌发布秀、专题论坛及专场采购对接会，进一步强化产业交流与贸易实效。



前来参加义乌饰品工厂展选位的商户

## 商城集团战略投资 Egatee 品牌出海再启新篇

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前，商城集团与非洲知名B2B电商平台Egatee正式签署战略投资协议。双方将依托数字化手段深耕中非贸易沃土，为“义乌中国小商品城”品牌出海非洲开辟全新赛道。此举也是商城集团践行共建“一带一路”倡议，赋能中非数字贸易高质量发展的关键举措。

当前，非洲正迎来数字化转型与经济发展的双重红利：总人口逾14亿，互联网用户规模突破5亿，数字化渗透率稳步提升。庞大的人口基数、旺盛的消费需求与加速推进的数字化进程，为中非贸易升级提供了广阔空间。

商城集团此次选择战略投资Egatee，正是看中其在

非洲市场的深厚积淀与本地化服务能力。深耕非洲多年的Egatee聚焦服务本地中小零售终端，已构建起覆盖尼日利亚、坦桑尼亚、赞比亚等多个重点国家的数字化交易与综合服务体系，实现了对非洲核心经济区域的广泛触达，为义乌品牌落地非洲搭建了成熟的“数字桥梁”。

下一步，商城集团将充分发挥全球领先的小商品集散优势和成熟的供应链网络，深度融合Egatee的非洲数字平台能力与本地化服务资源，精准对接非洲市场需求与义乌优质供给。双方将创新探索“数字贸易+本地网络+品牌出海”合作新模式，推动更多义乌优质品牌高效触达非洲终端市场，实现资源互补、互利共赢，共同书写中非经贸合作新篇章。