

市场经纬

单品狂销215万只 义乌潮玩叩开外贸新市场

全球“猫”易正当时

首席记者 何彦婕 文/摄

一只暹罗猫,正在潮玩“江湖”里掀起风浪。

它叫“猫猫PAI”,一只懂年轻人情绪的治愈系猫猫。今年5月,它冲进抖音潮玩热销榜前十;随后的“6·18”好物节,更是一举拿下全国销售榜第5名,小红书#猫猫PAI盲盒#话题阅读量已突破千万。线上热度持续攀升的同时,线下更是一“猫”难求,多个渠道门店已相继断货。

这只猫,并非来自广为人知的头部厂家,而是义乌品牌森之物旗下的IP。如今,“猫猫PAI”凭借软萌治愈的气质,迅速成为年轻人办公桌面的解压新宠,也让人看到义乌在潮玩赛道上的另一种创新。



名创优品店内的“猫猫PAI”产品



“猫猫PAI”挂件



经营户展示“猫猫PAI”盲盒

淡季不淡 产销两旺持续走高

走进义乌全球数贸中心的森之物店铺,视线几乎瞬间就会被门口那只巨型猫猫雕塑“抓”住,它蹲坐在地,摆出迎客的萌态,软糯圆润的造型自带治愈力,引得往来客商纷纷停下脚步拍照。

店内,店主龙千禧正忙着与一位客商洽谈订单。“现在这个IP是我们店里的爆款,进店的客户基本都会带一些走。”她笑着补充道,自去年四月份首发上线以来,热度几

乎没降过,“可以说是一夜爆红。”而当前最受追捧的产品是乐无忧转转系列盲盒。据龙千禧介绍,这个系列产品今年3月上市,仅仅四个月时间,便狂销215万件。为此,工厂不得不调整产能,组织三分之一的工人和设备全力投入这一系列产品的生产中。

在森之物的生产车间里,一场与时间竞速的交付战正昼夜不息。“一只‘猫猫PAI’从无到有,要经

历开模、注浆、喷漆、彩绘、喷效果、移印、修创、做细节……至少七道纯手工工序,近三百名工人三班接力,指尖的每一个动作都关乎最终成品的灵动感。”生产主管谢金明告诉记者,因为每一步都依赖手工打磨,即便日产能已突破10万个,每日生产时间超过10个小时,依然追不上订单涌来的速度。“基本没有现货,客户下单,排单期要等12到15天。”

“现在其实还算生产淡季。”谢金明说,按照以往的规律,1至4月和9至12月才是销售高峰,届时产能还会进一步拉满。尤其每逢节假日前后,销量往往陡增,生产线会临时再扩产40%。也就是说,眼下这轮热火朝天的景象,不过是一年中的“常规操作”罢了。而“猫猫PAI”的走红,显然早已跨越淡旺季的界限,成为客商们争相锁定的长期“硬通货”。

创意设计 有品质更懂年轻人



各种不同系列的“猫猫PAI”

“猫猫PAI”系列的构想始于去年2月,从草图到最终上架,前后花了三个月。“决定用暹罗猫作为IP原型,是因为它的性格魅力和高冷的颜值,它对我们的情绪变化很敏感,能察觉人的情绪变化,在你低落时安静地陪在身边。”设计师三三(化名)告诉记者,加上暹罗猫独特的渐变毛色和宝石蓝的眼睛,辨识度极高。整个设计过程历经两个版本的推敲,最终定稿时,团队刻意做了“减法”,让线条更简洁、特征更鲜明,这才有了今天这只眉眼间自带情绪的“猫猫PAI”。

这种设计的底层逻辑,其实很懂当代年轻人。用猫咪软萌的外表,承载猫咪日常中的各种状态,反过

来映射都市人真实的内心情感。“我们想做的,就是把大家藏在心底的情绪,变成猫猫脸上看得见的表情。”三三说。

目前,“猫猫PAI”已推出60多个子系列,每一组都在用猫的百态,替年轻人“说出”那些想说又没说出口的话。比如“果然有趣”系列,把猫猫和水果混搭,谐音祝福语,俏皮又讨喜;“治愈陪伴”系列则直接对准打工人的痛点,打造了“财来运来”“有志者事竟成”“薪平气和”等形象。

而真正让这个IP从“好看”升级为“好玩”的,是“乐无忧转转系列”盲盒,在猫咪原型上嵌入了可转动的互动结构。轻轻一拨,猫猫

脑袋或小爪子就能旋转起来,这种微小的解压动作,让产品不仅是摆件,更像一个随身携带的“情绪小玩具”。除了核心的盲盒系列,钥匙扣、冰箱贴、手机支架等周边品类已经落地。

不止于巧思,更惊喜的是触感。当消费者真正把“猫猫PAI”拿在手中,植绒手感、精细彩绘、局部透明工艺等多重技术叠加出的质感,自然催生了大量“自来水”口碑。

据了解,森之物扎根义乌多年,深耕供应链与工艺的平衡之道。从开模到彩绘,每一道工序都坚持手工精做,既保留了手作的温度,又借助义乌成熟的产业协作网络,实现了稳定且可观的产能。

提早布局 IP出海路在脚下

丰富的选择满足不同消费者的偏好。

立足国内市场的扎实根基,森之物团队开始将目光投向更广阔的海外空间。当前,潮玩盲盒类产品的国内销售占比约为80%,但团队希望逐步提升国际份额,打开外贸新增长点。

当前,海外

市场已初见成效,来自乌克兰、俄罗斯、阿根廷等国的客户陆续下单,近期更达成了一笔90万元的外贸订单,印证了“猫猫PAI”的跨境潜力。

为进一步推动IP出海,将原创理念传递至全球,团队正多线并进。一方面,积极参与各国潮玩展会,近期在韩国潮玩展上,猫猫PAI“乐无忧转转系列”大受欢迎,展出的样品最终被客户全部购走,一抢而空。此外,在Chinagoods平台助推

下,团队同步开辟了海外社交媒体账号,着手布局TikTok、Facebook等渠道,尝试跨境电商新模式。令人振奋的是,首个海外视频发布仅5分钟,便收到来自中国香港、文莱等地采购商的私信询盘,目前均处于积极洽谈中。

货,三天累计成交订单超8000单,海外直播间观看量突破1000万人次。

活动现场,Starry de Lune充当起“市场买手”。

她穿梭于市场经营户的展位间,依据东南亚消费者的审美偏好,重点挑选了玉石、珍珠手串等极具东方韵味的珠宝品类。“我们不仅看款式,更看重产品能否讲出故事。”直播过程中,她全程使用当地语言介绍产品工艺,并通过试戴展示搭配技巧,大大拉近了与印尼消费者的距离,为义乌市场时尚珠宝出海探索出一条“跨境直播选品”新路径。

值得关注的是,本次活动采用了“国内造势+海外带货”的双线模式。在国内,网红探店的短视频提前在相关平台预热,为商户积累了品牌认知;在海外,直播精准锁定印尼当地时间14:00至24:00的黄金时段,实现了流量的高效变现。

据商城集团全球数贸中心分公司相关负责人介绍,此次选品会是市场深化“跨境电商+产业带”融合的举措之一。

接下来,义乌全球数贸中心将继续针对RCEP成员国及“一带一路”共建国家,常态化举办系列网红选品活动,进一步拓宽外贸新渠道。

全媒体记者 吴峰宇 实习生 余喆



来自佛得角的客商聂迪在选购世界杯主题玩具

全媒体记者 吴峰宇 实习生 余喆/文 吕斌/摄

本报讯 2026 美加墨世界杯的激情虽已落幕,但义乌的赛事外贸热度并未随之退潮,反而迎来了持续的返单热潮。义乌海关最新数据显示,今年上半年,义乌体育用品出口总额达 62.2 亿元,同比增长 6.1%,产品远销全球 204 个国家和地区。其中,对拉美地区出口 12.5 亿元,同比增长 20.4%。依托成熟的供应链和敏锐的市场嗅觉,义乌商家正将短期的赛事流量转化为长期的经济红利。

“欧洲五大联赛、非洲杯预选赛将陆续开赛,足球的热度从未消减。”日前,非洲采购商基恩专程飞抵义乌,在国际商贸城三区琳琅满目的体育用品前敲定了新的补货订单。他表示,义乌不仅产品质优价廉,发达的物流网络更能保障货物快速发往非洲各国。基恩的采购热情是义乌体育用品市场火热的一个缩影。

今夏,随着西班牙国家男子足球队夺得美加墨世界杯冠军,相关周边产品迅速热销。义乌国际商贸城经营户陈绍美介绍,专为西班牙市场设计的红黄配色足球,自去年上线以来已销售 10 万个。夺冠后,来自非洲、欧洲的客户纷纷跟进,返单量持续增加。

除了传统球类,义乌商家还在不断拓展“足球+”的衍生赛道,通过产品创新满足海外消费者的多元需求。“足球能衍生出丰富的周边产品,今年我们新开发了沙滩足球、足球造型的钉锤和足球主题沙发。”义乌国际商贸城经营户王馨介绍,这些创意产品让游客在购买周边时获得更强的参与感。近期,这类产品的补单需求旺盛,主要供给做跨境电商的采购商。

面对海外采购商补单订单持续释放的现状,义乌海关通过打通“空空转关”、陆空联运等方式,持续拓宽空运物流通道运力;同时,开设体育用品出口专窗,利用数字化集拼模式优化拼箱货物查验流程,将此类商品的通关时长压缩,确保相关订单能够极速出海。



汇 800 余家源头工厂 意向成交额破亿元

全媒体记者 吴峰宇/文 吕斌/摄

本报讯 8月2日至4日,义乌国际博览中心人潮涌动,机械引擎的轰鸣与体育运动的活力在此交汇。为期三天的义乌体育及户外用品展、义乌自行车电动车及配件博览会暨三轮四轮车展双展联开。据主办方统计,三天展期累计接待专业采购商及观众近 50000 人次,展会意向成交额破亿元。

“我们是 4 家企业抱团来‘抢订单’的。”河北捷创体育用品有限公司负责人菅芳告诉记者,连续多年参展让他们尝到了甜头,三天展期已经接待了几十拨专业采购商,微信好友瞬间多了百余个“新朋友”。面对当前海外市场对于体育用品的旺盛需求,菅芳坦言,希望能借展会结识更多海外买家。

伴随着清脆的击球声,一台乒乓球自动发球机正不知疲倦地运转着。河北柏聆体育负责人马云静在发球机控制器上按下按钮,乒乓球以特定的速度和刁钻的角度从出球口接连射出。几位外商见状,纷纷跃跃欲试,拿起球拍在展位前直接挥拍对打起来。“反应迅速且灵敏,对球的落点控制得非常好!”常驻义乌的也门外商亚辛刚体验完,竖起大拇指连连称赞。他兴奋地说,这台发球机能轻松模拟出多种球路,无论是旋转还是速度,都完全能满足专业训练的需求,是一款难得的好产品。

看着外商们满意的表情,马云静眼中满是自信。这已经是他们第三次来到义乌参展了。凭借过硬的品质和不断迭代的技术,这款发球机不仅在国内市场站稳了脚跟,更通过一次次在义乌展会上的亮相,成功“圈粉”了众多海外客商。

作为本届展会的另一大重头戏,义乌自行车电动车及配件博览会暨三轮四轮车展同样人气爆棚。步入展区,各类整车与核心配件琳琅满目:从轻便的城市通勤

车、硬核的山地自行车,到风靡海外的电动滑板车,再到实用的老年代步车和快递专用车应有尽有。同时,电池、轮胎、刹车系统等核心零部件也悉数亮相,全方位满足了不同场景下的多元出行需求,集中彰显了中国制造在绿色出行领域的创新活力。

首次参展,浙江大泰新能源有限公司就带来了拳头产品——六相永磁同步电机、(模块化)控制器、叉车后桥、独立悬挂驱动系统、履带式双驱系统等最新科研成果。公司销售总监张睿告诉记者,针对国外客户提出的意见建议,如大功率电车驱动系统普遍存在重载爬坡难,爬坡电流大,速度不快,续航里程不够远等问题,这些新产品能够有效解决。“我们新开发的六相永磁同步(模块化)控制驱动系统,以‘大扭矩、低能耗’完美解决上述痛点,实现山区重载与平原高速的自如切换。”他说,展会期间,南美、中东、非洲的客户详细了解了这套系统,表现出了浓厚兴趣,后续会邀请意向客户,前往工厂实地考察和洽谈,争取拿到订单。

穿梭在熙熙攘攘的展馆间,巴西采购商 Roger 正忙着寻觅心仪的“中国制造”。他兴奋地分享道:“来义乌参展,最大的感受就是能拿到一手源头货,不仅价格极具竞争力,产品迭代的速度和新鲜度也让人惊喜。”谈及此次的采购清单,Roger 将目光锁定电动摩托车。他表示,受限于地形与路况,摩托车在巴西的普及率极高且不可或缺。而中国新能源汽车凭借顶尖的储能技术,完美解决了大功率爬坡与长续航的痛点,完全契合巴西市场的实际需求,是他此行重点“扫货”的对象。

据展会主办方相关负责人周仁杰介绍,本届展会展览面积 4 万平方米,设国家标准展位 1600 余个,汇聚了 800 余家源头工厂,集中展示健身器材、运动防护、电动自行车、三轮摩托车等各类产品。

记者手记:

当一座以小商品“制造”闻名的城市,开始认真做“创造”,会发生什么?

森之物的货架提供了一种答案。在安妮宝贝、MM 奶糖、嘟嘟等众多原创 IP 中,“猫猫 PAI”现在占据绝对 C 位。扎根行业十七年来,森之物在设计积淀与供应链打磨方面展示出了深厚功力。这只猫猫走出义乌车间,登上全球桌面的背后,是义乌一条日渐成熟的潮玩产业链,也是义乌向“制造”向“创造”跃迁的生动注脚。

从国内爆款到国际 IP,一个更具想象力的潮玩品牌全球化的蓝图正在加速铺展。而对于森之物团队而言,“猫猫 PAI”的全球故事,也恰是从此刻翻开崭新的序章。



“流量”变“销量”

三天成交超8000单

印尼网红义乌直播卖珠宝

“以前我们想对接海外网红,往往要飞到东南亚,成本高、效率低。这次活动把网红请到了‘家门口’,不仅为我们省去了跨境差旅费,更重要的是能实时看到海外消费者的弹幕反馈,试错成本大幅降低。”日前,为期三天的“印尼网红时尚珠宝直播选品会”在义乌全球数贸中心收官,参与活动的经营户收获满满。

记者从主办方获悉,本次活动由印尼网红 Starry de Lune 及其团队直播带