

一池碧水千年诗

一羽萌鹅满城晖



千古一咏:鹅之灵,城之魂

义乌关于鹅的记忆,早于骆宾王的诗篇。

相关考古研究表明:约在7000年前河姆渡文化遗址中,先民已开始驯雁为鹅,鹅古时又叫“舒雁”。《嘉庆义乌县志》就曾有这样的记载——“鹅:舒雁。伏,随日朝东暮西,性顽而傲。”

据说,远在一千多年前的陈朝,义乌古文献里已出现“苍鹅(灰白鹅)”的最早记载。《东阳郡乌伤县双林寺傅大士碑文》中,有“苍鹅之兆未萌”的表述。

古人赞鹅有君子之风——“韵会长头,善鸣,峨首似傲”,性温驯而嗅觉机警,貌雅洁而气宇轩昂。千百年来,鹅备受文人墨客钟爱。而在义乌,这份爱尤为深沉。宋代义乌人喻良能写下“初喧鹅雁声,中静儿女语”的田园画卷;明代县官审案,遇鹅拦轿,视为冤情征兆。不难发现,鹅在义乌,早已超越家禽,成为独有的文化隐喻。

但真正让义乌之鹅名动天下的,终究是骆宾王那十八个字。“鹅,鹅,鹅”,有人从中读出诗人跌宕的一生:少年成名,屡遭困厄,后又行踪成谜。他一生浮萍曲折,却始终昂首“向天歌”。这份风骨,正是骆宾王留给义乌的珍贵传承——“节义”。

义乌的精神底色远不止于此。长久以来,义乌先辈摇着拨浪鼓,靠着“鸡毛换糖”辛勤打拼,铸就“信义”金字口碑,凝练形成“勤耕好学、刚正勇为、诚信包容”的义乌精神,也演绎出“莫名其妙”“无中生有”“点石成金”的发展传奇。

文人的“节义”与商人的“信义”,一个来自风骨,一个来自韧性,在千年时光中悄然交融。鹅,便成了这份交融最温柔的见证。因此,当以黄昌潮为代表的义乌商人决定把《咏鹅》打造成文创IP时,他们不过是在做一件水到渠成的事:让沉睡了千年的本土文化基因,在当代苏醒焕发。

街巷里的“波波鹅”:
一座城市的文化回响

“波波鹅”的热度,迅速从国际商贸城货架蔓延到整座城市的街头巷尾。

去年“十一”的稠城街道万国文化周期间,“波波鹅”互动打卡超20万人次。今年“五一”,义乌天地举办“鹅”外惊喜活动:巨型气模、文创快闪车、幸福留言板,将商圈变成一座开放的“鹅”童话现场;“全民鹅运会”上,鹅言鹅语方言赛、分贝呐喊挑战,让市民在欢笑中与城市IP亲密互动。

今年7月,宾王商贸区普斯汀土耳其餐厅,推出“波波鹅”文创雪糕。芒果味的“波波鹅”、西瓜味的“有情有义 世界义乌”、草莓味的“义乌好好逛”——三种味道,三种城市表情。老板老默是外籍友人,在义乌生活了近20年,汉语流利,早已以“义乌依”自居。

“我到过上海、北京、哈尔滨,看到很多城市都有属于自己的文创雪糕。义乌名气这么大,也应该有自己的文创雪糕。”在稠城街道、宾王社区支持下,首批6000盒文创雪糕正式面市。

如今,稠城街道已将“波波鹅”嵌入商圈更新,场景营造、各类节庆活动全链条。宾王国际商圈多处设置了“波波鹅”景观小品、主题美陈、打卡装置,一个兼具“洋气、土气、烟火气”的国际化现代商圈正在形成。

这一刻,千年之鹅与今日“波波鹅”,在熙熙攘攘的城市巷陌相逢,奏响穿越千年的时代之音。

“波波鹅”的诞生:从“坐商”到“造梦者”



稠城街道通惠社区骆宾王公园内,有一方池塘,旁边石碑上书有“骆家塘,始建年代:隋唐”。相传千年之前,一个七岁孩童立于塘前,眼见白鹅拨弄清波、红掌映照绿水,脱口吟出十八个字,就此定格时光:“鹅,鹅,鹅,曲项向天歌。白毛浮绿水,红掌拨清波。”

这名孩童便是日后位列“初唐四杰”的骆宾王。这首《咏鹅》,不仅成为入选联合国教科文组织教科书的儿童诗,更在一代代人的童年时光里口耳相传。

千年岁月流转,骆家塘池水依旧。诗中之鹅历经千年游进了义乌人的血脉,沉淀为这座城市的集体记忆,总在某个寻常又不寻常的时刻,自历史的碧波中翩然跃起,振翅向天。

黄昌潮生于1970年,是义乌市场从无到有的亲历者之一。20世纪80年代初,他从地摊起步;1998年进入文具行业,代理品牌订书机,却遭遇厂家单方面终止合同。“没有自主话语权,企业永远做不大、走不远。”2002年,他创立自有品牌。

2015年,黄昌潮当选为义乌市文化用品行业协会会长。彼时义乌文具产业,外销为主,不少企业固守“坐商”思维,缺少自主品牌与原创设计,在内销市场认可度不高。2016年,有人建议他将骆宾王咏鹅元素融入文具产品,但受限产业环境,“还没有适配的土壤和时机”。

转机出现在2017年。义乌文化用品行业“抱团发展”,首届中国义乌文具礼品博览会应运而生。历经近十年深耕,展会规模与档次目前已位居全球同行业前列。义乌3000余家文具文创企业,从“卖产品”迈向“树品牌”,由“代工生产”转向“设计主导”。

伴随行业蓬勃发展,多年前的构想再次浮现。“不少外地朋友竟然不知道骆宾王是我们义乌人。”黄昌潮深受触动,“作为义乌商人,我们有社会责任,也有情怀,应该让更多人知晓一代文宗骆宾王,读懂他童年时写出的《咏鹅》。”

2020年,义乌市文化用品行业协会以《咏鹅》为文化内

核,启动原创城市文创IP打造计划。从“红掌拨清波”中汲取灵感,将IP命名为“波波鹅”。2023年10月,“波波鹅”项目正式启动,历时近两年打磨、四轮迭代,2025年量产面世。

据介绍,这只头顶爱心的卡通萌鹅,采用“IP共享模式”,免费向义乌市文化用品行业协会数百家会员企业开放,目前已有20多家企业投入生产,产品涵盖书包、文具、潮玩、钟表等十余个大类共200多款单品。

一支笔、一个本子、一只杯子,从此不再只是器物,而是一段文化的微缩叙事。而这只“波波鹅”正振翅远航,开启全球化传播之旅。

2024年10月,“波波鹅”乘坐货轮,经过多天海上航行,跨越数千公里抵达印尼;2025年,65家义乌文具文创企业在泰国曼谷举办订货会,“波波鹅”系列在泰国曼谷潮流地标Sakiso搜集社集体亮相;2026年1月,400余箱“波波鹅”文创产品从义乌发往泰国曼谷……这已不是简单的产品输出,而是一次深层次的文化对话。

从骆家塘的一池碧波到走向海外商超,从义乌本土的集体记忆到吸引全球消费者的目光,这只鹅的旅程,丈量着一座城市从“卖全球”到“讲好城市故事”的诗意远方。

鹅犹在,歌未央

回望这只鹅的旅程——从隋唐池塘的碧波到国际商贸城的货架,从七岁神童的即兴吟咏到全球消费者的掌心,从一首18个字的唐诗到一个年销售额千万元级的IP矩阵——这不是一个关于爆款商业故事,而是一座城市的文化自觉。

“过去我们拼价格,如今我们拼文化、拼创意。”黄昌潮如是说。时代浪潮奔涌向前,义乌商户的身份也在悄然转变。在他们看来,“我们不再仅仅是生意人,更是城市发展大局中富有活力的细胞。”

从“鸡毛换糖”的拨浪鼓到“波波鹅”的文创雪糕,从骆宾王的“节义”到义乌商人的“信义”,千年文脉与当代商业在这只鹅身上完成了一次奇妙的汇流。那只从古诗里“游”出来的鹅,正在用它的方式告诉世界:义乌,不止有小商品,还有大创意;不止有“买全球、卖全球”的格局,还有把本土文化送上更大舞台的深厚情怀。

鹅还是那只鹅,鹅又早已不仅是那只鹅。千年前它在骆家塘的碧波里“向天歌”,千年后它在世界的注视中继续高歌。变的是形态,不变的是义乌这座城市始终昂首的姿态,以及那份从未熄灭的、对美好生活的向往与奔赴。

全媒体记者 林晓燕 实习生 朱心玥 文/图

