

市场经纬



捏捏爆火背后：  
一场席卷全球的“情绪生意”

“宝子们,今天上新的都是脆皮捏捏,而且全是现货哦,感兴趣的快点链接下单!”一次偶然的直播推送,把上班族龚雅婷带入捏捏的“坑”。

直播间里,主播举着几个裹着蜡皮的“米饼”捏捏,指尖轻轻一压,酥脆的裂响顺着扬声器漫出来。松软的黏土在主播指尖被反复揉捏、拉扯,松开手后又慢悠悠地回弹成最初的样子。这对疲惫了一天的上班族而言,仿佛找到了释放压力与情绪的出口。“有什么烦恼,使劲捏几下心情就会好很多,这感觉太爽了。”龚雅婷说。

越来越多的年轻人正迷上这种“捏”出来的快乐。凭借卡通或仿真的造型、填充物的解压声以及回弹手感,捏捏迅速俘获了人们的心。行业规模的快速增长也印证了这款玩具的热度。据《2025解压玩具品类洞察报告》显示,2022年中国解压捏捏乐市场的零售总额达到了约58亿元人民币,预计到2027年,市场规模将达到120亿元左右,反映出年轻消费者对这类解压产品的旺盛需求。截至9月1日,小红书平台上有关“捏捏”的话题讨论量已超5029万,浏览量突破68亿。在抖音平台上,有关“捏捏乐”的视频更是收获了超226亿次播放。

一款小小的解压捏捏,为何能成为年轻人的新宠,拿捏住年轻人的心?又如何撑起当下日渐庞大的解压消费市场?

从“解压包子”到“积木黏土”  
捏捏造型玩法持续出新



随后几年,随着手工DIY的兴起,捏捏开始在手作圈走红,并形成了一定的爱好者圈层。近年来,在海内外社交媒体的推动下,这个原本小众的爱好逐渐破圈,被年轻人赋予了社交属性和情绪价值,衍生出越来越多的新玩法。

“现在的捏捏造型多、花样多,光是我们店里已经出了上百个系列。”朱巧君介绍,除了造型出新,如今的捏捏还跳出了单一的玩法,通过加入凡士林、麦芽糖、果胶、积木等填充物,手感、回弹速度都发生了明显的变化,捏压的爽感也大幅提升。“以前客户还会比较在意价格,现在大家的需求很直白,好玩、捏着舒服就行。”

飞凡玩具是这两年涌入捏捏赛道的新玩家,经营户雷凌对这股

热度飙升的风潮有着最直观的感受。“今年年初,随着海外社交媒体的传播,捏捏的热度一下子被点燃,工厂完全是供不应求的状态,一周就能出好几个柜子,排单在1个月以上。”即便如此,客户大多愿意等待。

市场的需求也变化极快。“每隔一段时间就会有一种新的捏捏火起来,比如今年4月麦芽糖捏捏就比较火,5月至6月方块捏捏、脆皮捏捏订单慢慢上来了。现在比较火的就是积木黏土捏捏。”她介绍,在黏土中加入积木,与当下很火的ASMR(自发性知觉经络反应)十分契合,捏压时发出的细微声响能带来更强烈的听觉刺激,进一步放了解压效果。“现在很多年轻人买捏捏,不只是为了手感,更是为了听那个声音。”也正因此,捏捏不只是玩具,更多时候被当作一种情绪支持,它的受众群体也从儿童扩展到了更广泛的年轻群体。

除了听觉,琦食工艺则在嗅觉上做了足文章。还未走进这家商铺,诱人的面包香味便已扑面而来。“很多客户从门前路过,还误以为是旁边的面包店传来的香味。”店员苏欢介绍,店里推出的捏捏以仿真食物造型为主,无论在手感还是香味上都与真实面包高度相似,很多款式连包装也参照面包店的纸袋设计,拿在手里就像刚从面包店买回来一样。

这种“以假乱真”的体验感,让琦食工艺的捏捏在众多产品中脱颖而出。苏欢介绍,近期店里上新了300多种仿真面包捏捏,其中,“毛毛虫面包”“大熊面包”“杯子绵羊蛋糕”等都是近期热门款式,销量十分可观。

一周之内迅速上架  
热门款式供不应求



麦芽糖捏捏则可达5万个。即便如此,源源不断的订单还是排到了1个月以后。

欣飞塑胶玩具生产的捏捏广泛

销售于南美、欧洲、东南亚等海外市场,其中南美市场的订单占比正稳步提升。“最近正是圣诞节备货季,南美客户下单特别积极,不少雪人、圣诞树

情绪价值深层驱动  
传统产品也有“春天”

了验证。解压包子、解压球,“爆眼龙”捏捏等老产品的身影,依旧出现在许多商铺的显眼位置。而这些老款捏捏乐并不是单纯“炒冷饭”,只需在造型、表情、填充物上做出一点改变,就可能激发起消费者新的购买欲。

在飞凡玩具,解压包子是长卖不衰的常青款。“这款产品最初的填充物是面粉,后来我们换成了麦芽糖、果胶等材料,加上夜光效果,在丰富手感的同时,让表情更灵动,根本不愁卖。”不仅如此,飞凡玩具还打造出“蒸笼包子”盲盒、“戳戳乐”包子等新系列产品,让消费者收获更多未知的惊喜感。

如何想到将捏捏与盲盒结合?雷凌解释,在过去的十多年,飞凡玩具的主营产品其实一直是盲盒,而捏捏只占很小部分。凭借对流行

爆款的市场敏感度,她果断带领企业转型加入捏捏赛道。“捏捏裂变速度快、受众群体广、海外市场潜力大,我相信捏捏不会只是一个短期风口,而会持续增长,所以我们必须主动求变,抓住这波机遇。”如今,捏捏已成为飞凡玩具的绝对主力产品,占整体业务量的90%。



仿真面包、蛋糕捏捏

全媒体记者 吴峰宇

**本报讯** 距离第19届中国义乌国际森林产品博览会开幕不足60天。昨日,记者从第19届森博会组委会获悉,本届森博会将于2026年10月30日至11月2日在义乌国际博览中心举行。展会将以“缩小‘三大差距’,助力共同富裕”为主题,汇聚源头厂商、采购商商与行业专家,一站式破解林产企业商贸发展难题。

本届森博会展览面积50000平方米,保留木竹日用品、家具及配件、木竹装修材料、森林康养、森林消防及智慧林业、花卉园艺、茶产品、森林食品八大传统核心展区,聚焦林产工业全产业链,筑牢森林产品展示交易核心载体。展会设国际标准展位2000个,参展企业超1000家,预计吸引专业观众超5万人次。

值得关注的是,本届展会新增“森林消防及智慧林业展区”,集中展示森林消防装备、智慧监测预警、林业数字化管理、病虫害绿色防控等技术与产品,填补了林业安全与智慧化展示的空白,进一步提升展会的专业覆盖度。

据悉,为顺应年轻消费趋势,森博会今年重点打造两大新板块。“山野好物直播展区”,集聚原生态山货、林下特色好物、网红林产品,配套直播选品与线上推广场景。组委会将依托政府渠道,重点邀约“林小白带你游新昌”“北山农科花卉”等省内优质助农、文旅类自媒体账号与流量达人,现场开展直播带货、产品推介与助农互动,构建“前端直播引流、后端企业成交”的市场化消费模式。“国潮养生展区”,针对中青年品质消费群体,引入中药咖啡、中药奶茶、新式养生快闪、沉浸式康养体验等潮流业态,推动传统森林康养与现代消费需求深度融合。展会还将增设非遗美食体验展区,汇聚传统技艺、特色小吃与现场品鉴,以文化赋能展会,提升参与感与传播力,实现产业展示与文化传播双向融合。

目前,森博会观众预登记通道已全面开放。有意参观的客商可关注“中国义乌森林产品博览会”微信公众号,点击底部菜单栏“我要参观”进入预登记页面,填写手机号并获取验证码,按提示完成信息注册。

本届展会实行实名制入场,预登记成功后,观众在展期(10月30日—11月1日9:00—17:00,11月2日9:00—14:00)可直接刷码、刷脸或刷身份证入场。

本月6场展会在义乌举办

全媒体记者 吴峰宇

**本报讯** 9月1日,记者从义乌市市场发展委获悉,本月义乌国际博览中心将密集举办6场展会。这一系列展会活动旨在持续为外贸增长注入动力,通过搭建高效交易平台,进一步激活消费市场活力,助力企业拓展订单渠道,为经济高质量发展再添新动能。

据悉,9月6日至8日,两场制造业专业展率先登场:2026浙江(义乌)包装印刷展览会在A1、B1馆举办,集中展示包装机械、瓦楞彩盒设备、印刷机械及环保技术;同期2026中国(义乌)工业博览会亮相C1、D1馆,涵盖工业机床、模具、机器人、智能装备、激光焊接与工业自动化等板块。9月12日至14日,2026第11届中国义乌汽摩配用品交

易会启用A1、B1、C1、D1、E1五大展馆,聚焦汽车配件、摩托车配件、新能源车配件及汽车用品,依托义乌外贸流量服务全球采购商。

9月18日至20日迎来“三展同档”:2026义乌照明展览会在A1馆开幕,展示户外照明、智慧照明、LED封装、太阳能照明等全产业链产品;2026第3届义乌家居装饰工艺品展览会落子B1馆,展出墙饰、摆台工艺品、香薰蜡烛、钟表与灯饰;第27届中国框业与装饰画展览会在C1、D1馆举办,覆盖相框、画框、装饰画及影楼后期设备。

义乌市市场发展委相关负责人表示,6场展会贯穿9月,既有包装、工业、汽配等外贸出口主力品类,也有照明、家居、框艺等消费品类,能满足全球不同采购商的采购需求。

金秋九月义乌电商火力全开  
48场线下活动密集举办

全媒体记者 吴峰宇

**本报讯** 9月,义乌电商进入“全速冲刺”模式。义乌市市场发展委发布的《义乌9月电商系列活动速递》显示,9月上旬至中旬,全市将密集推出48场线下电商交流会与实操培训,覆盖跨境电商、AI应用、平台招商、财税合规等多个领域,为商家迎战四季度旺季“充电蓄能”。

在众多活动中,“AI+电商”无疑是最受瞩目的关键词。随着人工智能技术的迭代,义乌商家对AI工具的需求已从“概念了解”转向“落地实操”。阿里巴巴国际站“乌商公学”系列连续开设AI商品基建课、流量课、成交课,北苑街道电商服务中心推出“零基础AI轻松办公课堂”,稠江街道电商产业服务中心举办“AI工具电商领域落地实操公益培训”。这些课程直击商家从商品发布到客户转化的全链路痛点,让前沿技术真正转化为生意增量。

跨境多平台齐发力,掘金全球新蓝海。面对即将到来的“双十一”“黑色星期五”等旺

成人大专本科  
就选义乌开大

咨询热线: 0579-85411530