市场经纬

“咔嚓”上头 订单“上门”

义乌接住“脆皮捏捏”的情绪生意

全媒体记者 吴峰宇
实 习 生 余 喆 文/摄

脆响上头,一捏即碎。最近,一款名为“脆皮捏捏”的解压玩具在社交平台上彻底火了。“脆皮捏捏”是捏捏乐产品中的新品类,通过蜡壳破裂的声响与内芯形变提供多感官解压体验,其核心特征为“外脆内软、一捏即碎”。因其“一次性”“破碎感”出圈,成为年轻人争相晒单的潮流好物。

10月27日数据显示,微博#脆皮捏捏#话题阅读量达45.9万;小红书同话题浏览量更是飙至3.9亿,讨论量超86万次。“脆皮捏捏”的走红并非偶然。它背后折射出的是2026年消费市场一个绕不开的关键词——“情绪消费”。据艾媒咨询预测,2026年中国情绪消费市场规模将突破3万亿元,到2029年有望达到4.6万亿元。“脆皮捏捏”的爆火,恰是这一趋势的生动注脚:当一只小小的玩具能同时满足“捏着爽”和“看着治愈”的双重需求,它就不再只是一件商品,而成了年轻人随身携带的“情绪包”。

回顾捏捏乐产品的发展轨迹,从早期的“解压包子”到后来的慢回弹硅胶,再到如今靠蜡质脆壳制造“咔嚓”裂响的“脆皮捏捏”,捏捏乐产品已至少完成三代更迭。嗅觉敏锐的义乌商家自然不会错过“脆皮捏捏”的风口——从终端售卖、手工制作到模具开发,整条产业链迅速响应,不仅助推“脆皮捏捏”完成产品升级,更让这款小玩意儿漂洋过海、热销全球。


境外客商在选购“脆皮捏捏”产品


工人正在制作蔬菜造型的“脆皮捏捏”


模具厂正在生产捏捏乐模具

“咔嚓”解压 销售火热

在义乌全球数贸中心,记者走访多家捏捏乐店铺发现,几乎每家店铺都已上架“脆皮捏捏”产品。“00后”经营户朱贺的店铺专门经营解压捏捏乐产品。“我本身对解压捏捏乐比较感兴趣,因此选择了这一赛道,店铺有一半区域陈列‘慢回弹捏捏’和‘脆皮捏捏’。”他表示,每逢节假日和双休日,店内顾客络绎不绝,营业额较平时至少增长10倍。目前,该店在售解压捏捏乐产品有数百款,按材质可分为食品级硅胶、PU慢回弹、TPR麦芽糖、脆皮、积木等五大类。

对于新款“脆皮捏捏”,朱贺表示,这个月刚上了一批货,目前货架上仅剩几个样品。“‘脆皮捏捏’零售价根据大小不同,从10元到80元不等,价格区间较大。”朱贺说,目前店内有黄油条、土力架、西红柿等“脆皮捏捏”产品,以大豆蜡、白蜂蜡制脆壳,搭配黏土内芯,捏碎瞬间兼具视觉、听觉、触觉三重体验,批发价在7元左右。

在义乌国际商贸城一区一家名为软fufu捏捏店铺,经营户何琦、何玲推出了“脆皮捏捏”盲盒,一套12个售价88元,单买10元一个。“里面有各种形状的一次性款‘脆皮捏捏’,上货以来已售出上千盒。”何玲坦言,她们是在顾客到店咨询后才了解到“脆皮捏捏”这款产品的,“刚开始还在犹豫要不要做,后来很多人来问,才推出这款产品。”她们从事捏捏乐生意已有五六年,目前正在赶制馒头、大汉堡等慢回弹款式的“脆皮捏捏”,订单工期至少需要45天。

据介绍,“脆皮捏捏”主要可分为一次性款和可重复使用款两类。一次性款多以黏土、蜡壳等为主要内芯,外层脆皮捏碎后无法复原,部分低价款使用寿命也较短,属于消耗型解压玩具。可重复使用款则以PU慢回弹材料或TPR材质为内芯,外层脆皮虽可能因捏压出现裂纹,但整体结构仍可继续使用,适合反复把玩。不少店铺会提前告知下单须知:“脆皮捏捏”属于消耗品,捏碎后无法复原;产品为成人解压玩具,并非儿童玩具;蜡质遇高温容易软化、融化,请勿放置在车内、阳台等位置。也有店铺仅在直播间上架,消费者需拼手速抢购,价格从几元到几十元不等。

多裹一层蜡 产品制作周期长

最先感知到“脆皮捏捏”商机的,莫过于源头工厂。工厂负责人邹文杰从事捏捏乐生产四年,外贸订单占比95%以上。他直言:“今年行情特别好,尤其是6、7、8月,客户都要守着我们抢‘脆皮捏捏’,供不应求。”

该工厂主要生产传统PU(聚氨酯)捏捏和“脆皮捏捏”两种产品。“这两个月‘脆皮捏捏’在欧美市场很火,工厂正在赶外贸出口的订单。”邹文杰解释,“脆皮捏捏”是在PU(聚氨酯)基础上手工加工,上蜡后晾干,出货较慢,包装还要比传统款多包一层海绵垫。“‘脆皮捏捏’一天产量只有一两万个,传统PU(聚氨酯)产品三条生产线全开,一天可达20万个,两者产能相差较大。”

目前,工厂主打产品有牛油果、柠檬、香蕉等水果系列“脆皮捏捏”,以及西红柿、葫芦、骨头等造型系列“脆皮捏捏”,平均每月上新十几款。邹文杰强调,“脆皮捏捏”运输过程易碎,工厂要裹20克以上的蜡,达不到就要捏碎重裹。这一蜡层标准,是为了保证产品运输途中保持完整,降低损耗率。

一张图开模 一周出新品

生产端的扩张,离不开模具端的支撑。在义乌国军模具厂,今年新增捏捏乐相关模具超200款,紧跟市场潮流快速更新。“从早期的包子造型,到南瓜、独角兽、宠物造型,市场流行什么,我们就能快速开发相应的模具。”模具厂主管毕郑栋介绍,捏捏乐产品填充物材质各有不同,但外皮基本结构一致,区别主要在于形状变化。在定制业务上,客户大多提供模具图纸,常规款式一周即可交付生产,一套模具成本约1万至1.5万元,使用寿命可达30万次以上,稳定性较强。

“近年来,捏捏乐产品迭代速度明显加快,带动模具订单持续增长。”毕郑栋表示,今年以来,从麦芽糖捏捏到“脆皮捏捏”等新品陆续走俏,市场端热点与模具端开发形成了更紧密的联动。

“每隔一段时间,就会有一个新款捏捏乐产品火起来。”正如经营户所言,模具端“一周开模”、生产端赶工生产、销售端“供不应求”,义乌不仅能接住一波又一波“情绪流量”,更能把短暂的网络热度沉淀为持续的产业增量。

会拍会讲还会揽客

AI走播机器人“上岗”

全媒体记者 陈秋池 文/摄

10月26日,义乌全球数贸中心一楼,一台正在走播的机器人沿规划路线在街区穿行直播,不时停在店铺门口介绍门店和产品,吸引不少客商驻足合影。

“走播机器人是这段时间刚出现在市场里的,我们都觉得很新奇,真没想到它自己能根据停留的店铺说介绍词,特别智能。”经营户季祈达说,作为“00后”,他很接受这种新的宣传方式,机器人能帮助经营户提高曝光、提升营业额。经营户丁诚悦也有同感,她的店铺靠近大通道,机器人常在大通道的空地介绍义乌全球数贸中心,镜头会扫到两侧店铺,也吸引了不少零售客户进店。

“义乌全球数贸中心真的很不一样,市场里到处充满科技感,连走播都是机器人来做的。”客商王华被走播机器人吸引,靠近机器人一边观看其直播页面,一边与调试人员交流。发现机器人还能根据网友评论实时回复,他当即表示如果这类设备上架,愿意成为首批用户。

目前,这台走播机器人主要在珠宝行业区块试运行,跟随市场规划路线为经营户服务。商城集团全球数贸中心分公司相关负责人介绍,机器人按照录入程序,根据脚本宣传店铺和商家,每家店铺介绍时长因特色不同而有所调整。后续若效果良好,将逐步覆盖义乌全球数贸中心内更多行业。

近年来,义乌全球数贸中心持续推动数字化运营,已推出夜间直播、AI数字人、AI翻译等工具,帮助商户拓展客源。走播机器人的出现,是市场在服务经营户方面的一次新尝试,用智能化的方式,把更多客流引到店铺门口。


客商向工作人员了解走播机器人功能


印尼采购商正在义乌全球数贸中心选品采购

印尼采购商组团采洽

现场达成意向金额数百万元

全媒体记者 吴峰宇
实 习 生 余 喆 文/摄

本报讯 近日,一场面向印尼采购商的选品会在义乌全球数贸中心T6写字楼一楼大厅举行。60位印尼采购商首次组团到访,与场内二十余户经营户面对面洽谈,现场达成意向采购金额216万元。

选品会聚焦户外用品、医疗耗材、面料、文具及无人机等品类。洽谈现场,外商带着采购清单看样询价,重点询问产品适配性、起订量与交货周期;经营户现场展示样品,借助翻译工具进行沟通。

“这款户外装备适配印尼气候吗?”“医疗耗材起订量怎么算?”Safetyboy、杏琳医疗等商户现场对接多位意向客商,其中杏琳医疗当场锁定六七笔合作意向。现场最特别的洽谈,发生在无人机展位。印尼客商Bagus Rizky围着一台农用植保机看了又看,询问“一箱药能喷几亩”“山地梯田能不能用”“售后零件怎么补”……经营户打开平板,调出适配东南亚气候的机型参数,双方越聊越具体,最后互留微信,约定选品会结束后赴工厂实地考察。“印尼是千岛之国,农业场景碎片化,轻量化、可维护的机型反而更有市场。”该商户事后说,这场对接让他看到了东南亚农业数字化的设备采购窗口。

选品会后,不少印尼客商意犹未尽,直接走进义乌全球数贸中心市场街区继续逛铺找货。还有客商刚离场,就在采购群抛出采购需求,市场工作人员快速响应,精准匹配到店铺,陪同客商直达摊位实地看样,把服务延伸到会场之外。

“专场对接精准度高,找货更省心。”多名印尼采购商表示,义乌全球数贸中心把源头供应链、数字导购与跨境服务集成在一起,降低了选品与沟通成本。

作为义乌第六代市场的核心载体,义乌全球数贸中心正通过“国别专场+数字匹配+展场联动”模式,服务RCEP及“一带一路”共建国家采购商。此次印尼专场,是市场从“坐等客来”转向“按国别、按清单主动撮合”的又一次实践。

展会落幕客未散 外商“转场”忙采购

全媒体记者 陈秋池 文/摄

第32届中国义乌国际小商品博览会虽已圆满落幕,展会的余温尚未散去,新的采购热潮已在义乌市场蔓延开来。连日来,众多参加完义博会的境外采购商纷纷“转场”前往义乌国际商贸城、义乌全球数贸中心开展实地采购。

从展馆到市场一线,从饰品配件到日用百货,从解压玩具到智能小家电,这些境外客商步履不停,在商品的海洋中尽情“淘宝”。义乌全球数贸中心内同样人气高涨,数字化选品区、品牌出海专区成为采购商驻足停留的热点区域。

“义博会是一个窗口,市场才是真正的货源地。”也门客商Majed表示,展会结束后特意多留了三天,就是为了到市场里把样品逐一核对、实地比价。

从“展会上看趋势”到“市场里找货源”,境外采购商的这一“转场”,正是义乌“展会+市场”联动模式的生动写照。义博会引流、义乌市场成交,两者无缝衔接,让全球客商在义乌的每一分钟都转化为实实在在的贸易增量。


在义乌国际商贸城一区,外商选购心仪产品


外商到义乌国际商贸城二区采购


外商到义乌国际商贸城四区采购洽谈


外商认真交流采购意见

“御剑飞行”照进现实

“飞剑无人机”亮相义乌市场

全媒体记者 陈聪 文/供图

云雾缭绕间,侠客脚踏宝剑御风而行,神气凛然。这不再只是影视作品中的特效画面。在义乌市场,一款外观形似刀剑的“飞剑无人机”吸引了不少采购商慕名前来。

在义乌全球数贸中心的义乌静界商贸店内,展台上的那把“飞剑”格外引人注目——剑身长约1米,裸机自重约1.2千克,通体白色,造型炫酷,搭载4个螺旋桨。“像这样外观的无人机在市场上很少见。”工作人员梁爽介绍,如果只是冲着颜值而来,那还只是第一步。实际上,“飞剑无人机”承载着高层建筑应急破窗、紧急物品投递、娱乐影视表演等多种实用功能。独特的外观设计,一方面使其能够精准破窗救援,其最大飞行速度达40km/h,抗风等级达6级。另一方面,通过佩戴在手上的遥控按钮,操作者可以精准操控“飞剑无人机”的飞行姿态,变换多种排列方式,实现编队飞行表演等多种指令,在影视拍摄中营造出更具冲击力的视觉效果。

梁爽表示,借助义乌市场的平台优势,像“飞剑无人机”这样的创新产品能够更直接地触达全球客商,进一步拓宽了新兴科技产品的展示渠道。


“飞剑无人机”AI图