

毛絨玩具賣斷貨 喜慶裝飾銷海外

生肖產品爆款 商家錢兔似錦

「兔」字諧音吉祥話

大展宏兔
——大展宏圖

▶可愛的毛絨兔玩具
最受客戶喜愛。
大公報記者王莉攝

兔步青雲
——徒步青雲

前兔無量
——前途無量

好事成兔
——好事成雙（TWO）

兔來運轉
——突來運轉

「兔」字諧音 喜慶吉祥

記者發現，今年不少兔年商品上都被印上了類似「大展宏兔」「兔飛猛進」「揚眉兔氣」等等與「兔」字相關的成語諧音。「『兔』字自帶的諧音梗也是我們今年產品的一大特色。比如很多對聯中都會出現類似的成語，那我們就把和『兔』字諧音的那個字用變體的『兔』字或者乾脆就用一隻抽象的兔子形象表現出來，消費者覺得也挺有意思。」義烏年貨商家田青說，「中國人過年講究的就是一個好意頭，兔子除了形象溫柔可愛以外，還能和很多成語諧音，而且寓意美好，這應該也是很多消費者買這類產品的原因之一。」

正在商場文具專櫃給孩子挑選新年禮物的沈女士就看中了一套兔元素的電動文具套裝。她告訴記者：「文具上3D立體打印的小兔子很有新意也很可愛，孩子肯定會很喜歡。而且上面印着的『兔飛猛進』『前兔無量』也是對孩子的一種期望，討個好彩頭。」

在商戶陸榮慶看來，這些諧音梗不僅帶旺了產品的銷售，同時也為自己的2023年帶來了好兆頭。「兔年果然是個吉祥年，金兔一來，就給我們帶來了『錢兔似錦』的希望。」他告訴記者，隨着中國疫情防控政策的調整，很多已經兩三年沒回義烏的外商都在兔年開端就給他打來了電話，約定年後義烏見。義烏玩具協會秘書長陳美君也粗略統計了一下，有100多個外商已經訂好機票，80%都要在春節之後陸續趕過來。

▶充滿中國味的兔年穿戴和玩具。
大公報記者王莉攝

原創國潮兔
歐美客至愛

「這些舞龍兔、福袋兔、擊鼓兔、如意兔都是我們加入了很多中國元素的國潮風原創產品，推出後銷量一直不錯，現在已經賣出近200萬個。」義烏商戶陳嬌嬌表示，設計這些產品的初衷就想將兔子元素融合到新產品上，向國外客戶展示中國的生肖文化。

同樣，採用了和田玉作為原料加工而成的生肖兔系列飾品也成為了今年義烏市場的搶手貨。某飾品店店主肖麗麗告訴記者：「這幾款耳釘、手鏈、項鏈都加入了兔子元素，材質使用的是和田玉及99銀，再搭配金色或者紅色的配件，整體看起來既有中國傳統飾品的韻味，又不缺乏時尚感，年輕人 and 國外客戶都非常喜歡。」

90後的駱小剛是義烏「二代」，他今年創意設計的鑲鑽兔引得歐美客戶都來下單。他介紹：「鑲鑽兔是去年3月份開始設計的，5月份第一隻兔子出來的時候並沒有收到太多訂單，當時只是採用了目前國際上比較流行的菱形格子設計，沒有鑲鑽，銷售情況一直不溫不火。後來我就想着把兔子全身鑲上了人造鑽石，沒想到一下子就火了。」

他說：「去年一年大概賣了200多萬隻，有一個客戶一下子就下單了幾十萬隻，這時我們才知道這款不僅內地賣得好，歐美客戶也都來下訂單，目前銷量國外佔60%，內地佔40%。」

「因為兔子的形象本身就比較可愛吧，所以從去年下半年開始，和兔子相關的產品出貨量都非常大，我們有幾款兔公仔的銷量都在幾百萬個。」浙江義烏商貿城商家陸慶榮告訴記者，從去年下半年開始，「兔元素」就霸佔了義烏市場的C位，「毛絨兔玩具、智能機器兔、兔燈籠、兔子飾品等等，可以說吃穿住行各種各樣的產品中都有和兔子相關的。」他笑着說：「我們也希望藉着兔產品的熱銷，今年的生意能『大展宏兔』『錢兔似錦』。」

兔年話兔③

大公報記者 王莉



◀1月11日，外國客商（右）在義烏國際商貿城選購玩具。
新華社

「其實生肖產品一直是義烏市場每年的常規產品，不過今年還是有些不同，一方面因為疫情防控政策的調整，明顯能感覺到國外內市場需求一下子就旺盛起來了，另一個原因就是今年是兔年，而全世界大部分人對於兔子的印象都是呆萌、可愛，所以國外客戶對產品的接受度也很高。不像老虎、龍這些，因為文化不同，有些國家的客戶就不怎麼喜歡。」陸慶榮說，「去年底我們一個月裏就陸續推出了40款節慶類毛絨玩具兔，有吉祥兔、福袋兔、胡蘿蔔兔等，其中有一款芭比兔大約二三十公分大，銷量是最好的，大概佔到了總銷量的50%。」

10元公仔售出十萬隻

他告訴記者，早在元旦後所有產品基本都已經斷貨。「我們主要以訂單和批發為主，所以去年12月國外訂單都發完貨了，內銷單也在元旦之後都發出去了，後面有不少客戶想補貨也補不了。我們了解到整個市場裏情況都差不多，很多爆款1月份都已經訂不到貨，只能等年後開工才有了。」

「我們一共設計了9款玩具兔，現在只剩2款還有少量的貨，賣得最好的是這款毛絨裙兔，批發價10多元一隻，年前大概賣了10萬隻。」義烏玩具商家徐女士說，「等過完年開工之後，我們除了爆款還要繼續生產之外，還打算再設計一些帶兔元素的家居用品，比如靠枕、抱枕、擺設之類的，相信今年一整年兔子都會是主要元素。」

訂貨靠搶 有錢也買不到

義烏國際商貿城三區的喜慶用品專區，是中國最大的年畫掛曆對聯產品集散中心，這裏承擔了全國80%的「年味」產品。「今年含兔元素的福字、對聯、掛件都是要靠搶的。」在義烏年貨商家田青的店鋪裏展示着福字、對聯、窗花、紅包、裝飾掛件、卡通頭飾等等，去年12月底，這些商品已經出現了有錢也訂不到貨的情況。

除了對聯、福字等傳統春節裝飾品之外，今年在田青的店裏賣的最好的還有一款兔年摺疊紅包。紅包殼整體質地看起來更像一張請柬，封面上印着一隻十分可愛的卡通兔，紅包打開時呈現扇形，非常獨特。「這款紅包殼設計感強，又有『大展宏兔』諧音『大展宏圖』的寓意，所以比較受歡迎，一個月出貨量就是幾萬件。」

田青說：「往年我們的春節產品主要以內銷為主，畢竟春節是我們中國人自己的節日嗎。但今年接到了不少來自越南、新加坡、馬來西亞的生肖福字和對聯訂單，總價加起來大概也有十幾萬元。」義烏市年畫掛曆商會會長樓寶娟做過初步統計，今年帶生肖的毛絨福字和卡通兔子造型的對聯賣得特別好，而且出口東南亞地區的訂單比較多。「有華人的地方就有需求，有了這些大紅對聯、福字才更有春節的氣氛嗎。」

玩具兔



熱銷「兔」元素商品

▲兔公仔、智能機器兔、鑲鑽時尚兔

◀兔形春聯、兔元素窗花

春節掛飾



家居擺設



得意精品



◀國潮風玩具兔、兔子飾品

電商細說年俗 帶火海外市場

除了傳統外貿訂單之外，今年各大跨境電商平台推出的兔年專場也讓「義烏製造」再次成為國際頂流。在日本跨境電商平台starday上，兔子紅包殼的銷量已超過30萬個，俄羅斯本土最大的線上平台Wildberries的網站裝飾頁面也已經出現了大量兔子元素。據該平台統計，去年12月中旬，兔形象的餐具銷售額同比增長107%，毛絨兔的銷售額也同比增長了68%。

「義烏當地在亞馬遜、海外抖音這些平台上做零售的商家來拿貨的就更多了，有些甚至就是一邊拿着自拍桿直播一邊走進店裏的。」作為義烏市場的老商戶，陸慶慶還記得上一個兔年也就是2011年時也有俄羅斯客戶下了訂單。「比較有意思的是俄羅斯和中國一樣也講究生肖，不過12年前和現在對產品的要求還是有很大不同了。那時候客戶最看中的就是價格要便宜，質量過得去就行，現在不一樣了，他們也要求有創新有特色，所以今年有一款電動兔就比較受歡迎。」

小視頻講解中國文化

「去年前10個月賺的錢，還不如後兩個月賣兔子賺得多。」在TikTok上帶貨的義烏人周江行笑着說，好的銷量和他們做的充足鋪墊也有很大關係。「下半年開始，我們就做了一系列有關中國過年習俗的小視頻陸續放上網，國外有不少觀眾都挺感興趣的，今年我們準備再多做一些和中國傳統文化相關的視頻。」