

# 生肖经济“马力全开” 马元素“奔腾”融入岛城新年消费潮

□记者 姚舜婷 文/摄

随着农历新年的脚步渐近，舟山街头巷尾的年味也一天天浓烈起来。走进商场、超市，随处可见与“马”相关的装饰与吉祥话：“马上有福”“马上来财”“马到成功”……马，作为中国传统生肖中象征奔腾、奋进与吉祥的动物，正以各种创意形式融入新年氛围中。

从金饰珠宝到服装潮玩，从线下超市到线上平台，如今马元素不再局限于传统的年画与春联，而是跨越领域、融合现代设计，成为连接传统与时尚的文化符号。无论是寓意深远的金饰，还是萌趣可爱的玩偶，抑或是“谐音梗”满满的潮玩挂件，马的形象正以多元姿态走进人们的日常生活，承载着人们对新一年的美好期盼。



曼卡龙推出徐悲鸿大师联名系列金饰



童装上的小马玩偶



线上饰品店的小马项链

## 金饰与服装 传统吉祥寓意的现代表达

近日，记者在多个商圈看到，多家金饰品牌已推出以马为主题的系列产品，将传统意象与现代工艺巧妙结合。

新城凯虹广场曼卡龙店长蒋女士介绍，曼卡龙推出了“天马行空”系列，这是与徐悲鸿的大师联名系列，形式包括马首金、《群奔》收藏金票、挂饰吊坠等。“马的寓意非常吉祥，相关吉祥词汇也很多，相比即将过去的蛇年元素，马的形象受众面更广。”她提到，目前该系列尤其受本命年顾客青睐，购买者中也不乏单纯喜爱马形象的消费者。

老凤祥则从唐文化中汲取灵感，推出“盛唐风华·奇骥”系列。新城宝龙广场老凤祥经理陈女士介绍了两款主打的系列吊坠：“奇骥系列吊坠以唐马为原型，这两款圆润可爱的吊坠‘唐飞飞’和‘唐墩墩’，造型胖萌，搭配彩色钻石，既有古风韵味又不失时尚感。”该系列按克重销售，受到许多年轻顾客喜爱，体现了传统金饰在生肖主题下的创新突破与文化传播。

在服饰领域，马元素被赋予深厚文化内涵与时尚设计，成为新年消费中的亮点。新城凯虹广场的纳丽女装店在显眼处展示了一件有马图案的红色毛衣，店长余女士表示：“我们每年临近新年都会推出几款融入生肖元素的服装，今年推出了两款带小马图案的毛衣，已经售出几件。有的顾客生肖属马，特



老凤祥的唐马金饰



生活用品店的马形颈枕

意为本命年准备，也有的是单纯喜欢设计。”

波司登则推出“马踏飞雪”系列羽绒服，在胸前位置饰以奔马纹样，将冬日保暖与新年寓意结合。巴拉巴拉童装则在儿童连体衣上添加小马造型玩偶，增添童趣与年味。运动品牌如耐克、阿迪达斯也纷纷推出马年限定系列，以“脱缰”“奔腾”等为主题，吸引年轻潮流人群。

## 潮玩与日常用品 萌趣设计激活年轻消费

在潮玩与日常用品领域，马元素以可爱、谐趣的形象出现，吸引大量年轻消费者与家庭客群。

知名潮玩品牌泡泡玛特近期将推出“马力全开”系列毛绒挂件，融合七大热门IP，并以“马”谐音创意命名，如“收款马”“好运嘉马”等，巧妙结合网络流行语与新年祝福，成为社交媒体上的热门话题。在线下潮玩日用品店，记者也看到了不少马元素饰品，如在新城宝龙广场的名创优品，记者就找到了几款小马造型毛绒发夹、钥匙扣等小物，设计活泼。

超市则成为马元素呈现的生活化场景。在新城宝龙广场负一楼的世纪联华超市，春节布置已随处可见马图案与吉祥话：工作人员正悬挂绘有奔马水墨画的春联，零食区一片红火，格力高、卫龙等品牌推出马年主题包装，将零食消费与新年彩头绑定，激发购买欲。

此外，家居用品、文具、红包等领域也涌现许多马元素设计。如马形抱枕、带马纹的春节红包等，均以红色、金色为主调，突

出传统喜庆氛围。这些产品不仅满足实用需求，更成为传递新年祝福的载体，融入日常生活的方方面面。

## 线上创意无限 马元素“破圈”生长

线上平台凭借其传播优势与创意空间，成为马元素展示与销售的重要阵地。

在电商平台，许多饰品店铺推出小马主题商品，如毛毡挂坠项链、马形耳环、手链等，设计风格从复古到可爱不一而足，满足个性化搭配需求。汉服商家也抓住时机，推出马纹刺绣、马图案织锦的汉服“新年战袍”。

20岁市民小黄上周网购了一套马年主题汉服，准备在正月初一穿上拜岁，“去年也在差不多的时间购入了一套蛇元素明制汉服，今年也不例外，就是图个应景和吉利。”小黄观察到，新年主题汉服通常为了应景，选择金色、黄色、红色为主色，主题上则突出“马到成功”“龙马精神”“马上有钱花”等吉祥寓意，将马纹样搭配以铜钱、祥云等元素。

社交平台上，马元素以更具创意与互动性的方式呈现。如在小红书平台上，不少博主在近期分享马年特色福字画法，用毛笔勾勒卡通小马融入“福”字，既传统又俏皮。网友创意层出不穷，纷纷用“马上放假”“马上脱单”等自组词汇传达各自的新年祝愿，在网络上形成轻松有趣的网络年俗。

甚至社媒平台官方也玩起潮流“热梗”。如抖音在商城年终狂欢季的马年营销里玩转“爱你老己”网络热梗，将青花瓷、水墨、苏绣、琉璃等非遗美学元素，与当下流行的AIGC(人工智能生成内容)技术结合制作了一支影片，用“放自己一马”的主题向大众传达向内关照自我的祝愿。

从线下到线上，从传统金饰到潮流玩物，马元素以多样形态渗透各个消费领域，既承载着千年生肖文化的吉祥寓意，又注入现代设计的活力与趣味。它不仅是新年的装饰符号，更成为连接情感、传递祝福、激发创意的文化媒介。

随着春节临近，这股“马”上到来的消费热潮，正伴随着越来越浓的年味，奔腾进千家万户的生活之中。