

# 被缝反的“哭哭马”，为啥成了爆款？



现实版塞翁失马焉知非福。一只“缝反了嘴”的马年玩偶，竟然成为全网催单的“哭哭马”，相关话题冲上了热搜第一。

近日，浙江杭州一网友晒出图片，称自己购买的马年公仔嘴巴缝反了，“笑笑马”变成了“哭哭马”。网友称，给商家反馈后，商家和厂家也被这造型逗笑了，承诺给其换货。

记者发现该公仔意外走红后，有许多网友向商家咨询购买该款“哭哭马”，商家表示没想到因顾客分享而爆火，目前正在加急制作中，并承诺不会涨价。据了解，这款小马公仔高20厘米左右，售价25元。

据了解，工人在缝制马年玩偶时误将上扬的嘴角缝成下撇，形成嘴角下垂、腮红鼻孔朝下的“委屈脸”，本属瑕疵品。“哭哭马”委屈巴巴的表情戳中网友们，既能吐槽解压又能治愈emo，从普通公仔变成社交新宠。

不少网友爱上了“哭哭马”的这股“可爱劲儿”，纷纷找商家求购错版，原本要纠错的生产线连夜改方案，缝纫工踩着缝纫

机赶制“哭哭马”。

“哭哭马”还被网友玩出花式梗：打工不开心？“哭哭马”陪你，新的一年允许自己不开心。还有网友表示：“这真是马‘倒’成功了。”

1月9日，义乌国际商贸城经营户张女士笑着表示：“就是工人疏忽了，嘴巴弄反了。”从次品逆袭成爆款，老板娘说订单多到来不及生产，“开了十多条生产线吧，没办法，来不及。”但是仍供不应求，订单已排至2026年3月。

从“残次品”到“隐藏款”，“哭哭马”的爆红背后离不开“义乌速度”的快速反应。

有网友感叹，在义乌连失误都能变成商机，但并非人人都能抓住稍纵即逝的机遇。抓住商机就要靠迅速反应，从发现走红到启动加急生产，义乌商家仅用48小时便完成决策链条，然后果断开出十多条生产线，加班加点生产。完备的供应链加上及时的响应速度，帮助“哭哭马”蜕变为市场“黑马”。

据新华社微信公众号

## 在规范中聚起外摆经营烟火气 上海激发消费新活力

冬日午后，在上海安福路街边坐着喝杯咖啡；傍晚移步西岸梦中心，于临江商铺外就坐，边吃甜品边看日落；晚上再去吴江路夜间市集点一份热气腾腾的小吃……如今，“外摆”已成为上海一道独特风景，不仅为市民聚起触手可及的烟火气，更持续激发着街区的消费活力。

“外摆位让整条街都很热闹，大家可以直观感受到城市的烟火气和消费活力。”从杭州来上海过周末的刘先生，专程来到西岸梦中心体验沿江的外摆店铺。他说：“坐在这里吃东西、喝咖啡，看看风景和来往的行人，感觉非常放松。”

据上海市绿化和市容管理局介绍，目前上海全市已设近500处外摆区域，覆盖商户超4000家，业态以轻食、咖啡为主，与街区风貌相互融合，构建出层次丰富、形态多元的城市商业生态。

在上海新乐路与东湖路交叉口，一道鹅卵石铺就的分界线，巧妙区隔了餐饮店的外摆区与公共步道。这里的外摆生意四季常热，深受喜爱，新入驻的“回官井·黄鱼小馆”正积极融入这一氛围。负责人余延奕观察发现，尽管是冬季，许多顾客仍偏爱户外座位，高峰期时常一座难求。

“外摆位能直接把店铺的活力展示给过往行人，成了我们吸引客流活的‘活招牌’。”余延奕表示，作为2025年底开业的新店，在外摆形象与整体布置上仍在不断调整优化，希望未来能像周边老店一样，将外摆位打造成自身独特的消费吸引力。

外摆位是城市商业空间亮眼的延伸，但必须在规则的有效引导下进行。外摆经营，如何摆出秩序感，又留住烟火气？

为满足市民对高品质、亲民化生活的需求，上海市绿化和市容管理部门近年来持续探索外摆经营规范化、精细化治理路径。2025年8月，上海市绿化和市容管理局会同市商务委、市交通委等五部门联合发布《关于进一步规范外摆位设置提升街区“烟火气”的若干措施》，对街区外摆位设置区域、业态类型、配套服务等方面提出明确要求，进一步规范外摆位管理。

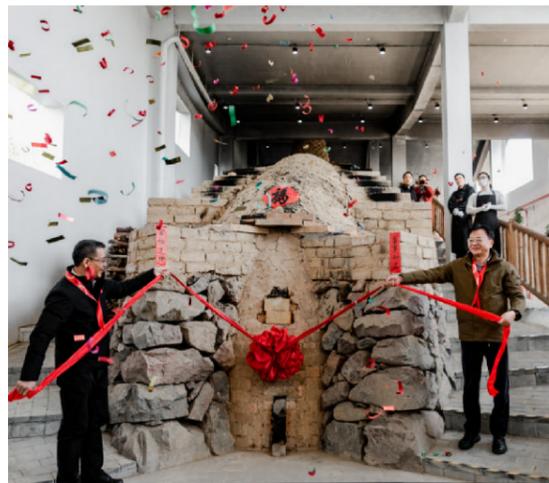
规范的外摆经营也为商户带来了显著的经济效益。据上海市绿化和市容管理局介绍，抽样调查显示，合规的外摆可为商户平均提升约20%的营业额。以杨浦区大学路为例，两年来举办近90场外摆主题活动，吸引客流超千万，销售额达2.65亿元；徐汇滨江引入外摆餐车，为市民游客提供咖啡、冰激凌等轻食服务，在2025年第二季度总营收超102万元，环比增长约20%。

“我们希望在规范中激发街区活力，并通过精细化治理手段，平衡好商户经营与居民生活需求。”上海市绿化和市容管理局市容管理处处长张浩说，“下一步，我们将持续推进这项工作，进一步优化上海营商环境，持续激发街区活力，实现城市品质与市民获得感的双提升。”

据新华社

连续两年开龙窑迎新

## 慈溪将“千年窑火” 照进了市民日常



“吉时已到，开窑！”

1月10日一早，慈溪青瓷文化传承园内人头攒动。鼓点声中龙窑窑门缓缓打开，青瓷匠人们小心翼翼捧出匣钵，亮出精心烧制的2000多件越窑青瓷精品，引来阵阵喝彩。

继2024年1月份成功试烧后，这是当地连续第2年在新年伊始举办龙窑烧窑活动。借助这种极具仪式感的举动，“秘色之都”慈溪告诉所有人：他们将通过技艺传承和载体创新，将越窑青瓷这张地域文化标签擦得更亮。

### 新年开出2000余件青瓷“盲盒”

咖啡杯、主人杯、精美花器……一件件成功烧制的青瓷精品将长桌摆满，在晨光映衬下显得格外漂亮。

记者了解到，本次共烧制作品2000余件，既包含大师手作的花器、葫芦、果盘、水洗、钵等，也包括大批量制作的精美日用器，如咖啡杯、主人杯、碗等，造型丰富，种类多元。

为烧出更好的作品，承办方特邀浙江省工艺美术大师孙威、甬江人才吴建春等大咖坐镇，带领近十名龙窑烧制师傅和工艺美术师全程把控。

一直守在烧窑现场的孙威告诉记者，他们早在两个月前就开始准备，去年12月23日起，所有坯体经过施釉，装匣，依次放入11间窑室中，1月1日清晨，龙窑正式点火启烧。

“这次从成品率和釉面效果来看都很不错，特别是很好展现了越窑青瓷艾草色和青灰色的特征。”在孙威看来，龙窑柴烧的方式有点像是“开盲盒”，但是能很好体现传统青瓷制作环环相扣、一丝不苟的特点，在当今这个快节奏时代能带来更好的仪式感和互动体验价值，为青瓷传承注入新鲜元素。

“光是添柴就添了一天一夜，冷却又花了好几天时间，这种‘慢’本身就是青瓷的文化精髓之一。”孙威介绍。

### 柴烧龙窑让青瓷文化“具象化”

柴烧龙窑不仅是专业匠人锤炼技艺的平台，也是慈溪推动传统青瓷文化走向大众的崭新尝试。

记者在现场看到，不少市民专门带家人前来参与活动，通过一件件青瓷作品向孩子们介绍青瓷的前世今生。窑门打开之时，“开窑体验官”们还纷纷上前捧出匣钵。这种沉浸式体验让普通市民对青瓷文化多了一分“具象化”的理解。

“看到龙窑开启，一件件青瓷作品从泥土变成工艺品展现出来的时候，心情特别激动。”市民茅女士欣喜地说。

慈溪市青瓷文化传承园负责人朱燕珍介绍，新年之际举办龙窑开窑活动是对传统文化的传承，同时也寄托了人们对新年的美好祝愿，市民参与非常踊跃。

据潮新闻