

“马上有钱”“马上有福”“马到成功”……

“马年限定”占领宁波消费市场C位

文创、黄金成最大亮点



天一广场的朱炳仁门店展示的骏马摆件。

马年春节越来越近，“马年限定”已提前占领宁波消费市场C位，从博物馆文创到黄金设计，“马上有钱”“马上有福”“马到成功”等兼具文化内涵与实用价值的产品备受青睐。

1

文创年货上新

位于天一广场的朱炳仁门店，展示着多款联名款骏马摆件，如朱炳仁联名故宫文创推出的“乾隆八骏之腾雾”马摆件姿态昂扬，出自清宫廷画师郎世宁《八骏图》；朱炳仁联名敦煌研究院推出的“飞黄腾达”马摆件，则有“天马行空来，腾达万里去”的飞天之姿，吸引了不少消费者驻足挑选。

相隔不远的一家大型文创书店，马年元素产品也被摆放在最显眼的展示区，立体马纹福字、“青梅竹马”毛绒玩偶、马造型U形枕等商品放满货架。市民林女士正在给属马的儿子挑

选，她表示“提前营造氛围，既添年味，也希望孩子在新的一年能像马一样勇往直前。”

这种情感共鸣是马年文创热销的核心驱动力。该店工作人员表示，从去年12月中下旬开始，马年相关产品的订单量持续攀升，多款热门产品已经补货多次。

线上平台同样热度高涨，在天猫、京东等平台，各大博物馆推出的“马年限定”文创层出不穷。故宫博物院推出多款马年年货，比如，故宫福桶里的丙午年年画源自明代《柳荫双骏图》轴，树下的两匹白色骏马色彩清

丽、神情灵动；“灯彩紫禁城”三折叠发光冰箱贴巧妙“复活”了清宫画师郎世宁的画作《万吉囍》轴，“骏马香车”万年历冰箱贴的设计则来源于清《康熙南巡图》卷。

据淘宝数据显示，近一个月来，“马年文创”“马年礼物”等关键词搜索量同比增长240%。

抖音电商发布的报告显示，去年“双11”期间，故宫日历·2026年马年生肖日历销售额环比提升10倍，书画版故宫日历也售出超17万册；京东平台上的马年生肖纪念币、邮票等收藏品销售额也创下新高。

2

黄金饰品“好彩头”加持

黄金饰品作为年货市场的“硬通货”，也在马年农历春节来临之际迎来创新。记者走访看到，在宁波多家珠宝品牌门店，寓意好运的马年贺岁黄金饰品成为“流量担当”，不少品牌的小克重马年款式已经需要提前调货。

比如，老凤祥将唐马神韵与老凤祥标志性凤凰元素融合创新推出多款“飞天马”产品，以昂首的姿态、流畅的线条展现东方美学；六福珠宝联名唐宫文创推出“唐彩墩墩马”系列，造型丰腴、色彩明艳；曼卡龙与悲鸿美术馆联名推出徐悲鸿·群奔骏马图金条、金钞等产品，其中售价99元的徐悲鸿联名黄金手机贴

销售火爆。

消费者王先生的想法颇具代表性：“金条只能放在保险柜里，这款徐悲鸿联名金钞平时能当摆件，寓意也更美好。”这种心态正是生肖文创珠宝热销的核心原因，也是其投资价值的重要支撑。

宁波第二百货有关负责人马杰认为，这股热销潮背后，是生肖文创珠宝独特的投资逻辑。黄金材质的保值基础与文化寓意的加持，让这类珠宝拥有额外的升值空间。

中国黄金协会数据显示，2025年上半年，投资类实物黄金消费量达264.242吨，同比增长23.69%。其中，生肖类文

创产品增速最为突出。

面对高金价带来的购买压力，珠宝品牌调整策略推出小克重款式，满足不同消费需求。5G工艺、手工金丝绕线、微雕镂空等创新技术，既确保了黄金产品的闪耀光泽与生动造型，也减轻了产品重量。

从文创小件、非遗手作再到黄金饰品，“马年限定”覆盖了消费者的多元需求。这股“马上”消费热，既体现人们对美好生活的向往、对传统文化的认同，也反映市场注重产品寓意与实用性的趋势。随着农历新年临近，预计这波热潮还将持续，为新春经济注入更多动力。

记者 史娓超 文/摄

宜家宁波商场 将于2月2日停止运营

1月7日中午，宜家中国发布《韧性构建未来 宜家中国关于调整门店布局的说明》。记者获悉，宜家中国将于2026年2月2日起停止运营上海宝山、广州番禺、天津中北、南通、徐州、宁波及哈尔滨的7家商场。这意味着，陪伴宁波消费者超过12年的宜家宁波商场即将退出历史舞台。

当天中午，记者在宁波宜家商场看到，商场处于闭店状态，入口处贴着“暂停营业”的通知，落款时间为1月7日，并称将于1月9日恢复营业。值得一提的是，该通知并不涉及2026年2月2日起停止运营的相关事宜。

记者随后致电宜家官方客服核实，客服回复称，宜家宁波商场确实将于2026年2月2日起停止运营。1月7日至9日暂停营业进行调整，1月9日恢复营业至2月1日。据悉，其间将有闭店清仓活动，目前清仓活动的折扣力度与具体时间尚未公布，但预计将覆盖家具、家居用品、餐厅食品等全品类商品。

值得一提的是，在宁波环城南路高架下的这座蓝色建筑已经伴随宁波人超过12年。2013年7月17日，家居用品零售商IKEA宜家宁波商场正式开业。这是宜家继上海、北京、广州、成都、深圳、南京、大连、沈阳、天津、无锡商场之后在中国开设的第十二家商场，也是浙江省内首家开业的宜家商场。

宜家宁波商场营业面积47505平方米，共五层，一层至二层为商场营业区域，包括家具展间与家居用品区域，家具自提区及收银台；三层至五层为屋顶停车场，拥有1360个免费停车位。

对于后续服务，宜家中国称，当地顾客仍可通过所在城市（例如上海、广州、天津）的其他宜家商场或宜家官网、宜家APP、宜家微信可购物小程序、天猫旗舰店及京东旗舰店等全渠道继续体验宜家产品和服务。

此外，宜家中国也谈到，公司将从规模扩张转向精准深耕，以北京、深圳作为重点市场进行探索，在接下来的两年内开设超过10家小型门店，包括将于2026年2月开业的宜家东莞商场，以及将于2026年4月开业的北京通州商场。

记者 史娓超 文/摄



宜家宁波商场