

# 小包挂，何以成年轻人“心头好”？

本报记者 刘乐艺

憨态可掬的动漫IP联名挂件、火遍海外的拉布布(LABUBU)搪胶毛绒、内涵丰富的博物馆文创……如今，不少年轻人的背包上挂着各式各样的玩偶挂件，成为街头巷尾一道流动的风景。

包挂并非新事物，但近年来热度持续攀升。数据显示，2025年，某直播电商平台的包挂类产品全年累计成交额突破2.9亿元，同比增长超154%；2026年包挂热度不减，今年第一季度，仅在抖音电商，毛绒玩偶挂件销售增速便超过114%。

小小包挂，何以成为年轻人的“心头好”？“包挂热”的背后，藏着怎样的消费逻辑？记者就此进行了采访。

▲一小孩书包上挂着“兔子”包挂。

新华社发

## 小挂件承载情绪价值

清明假期，北京市朝阳区合生汇的一家潮玩店内，00后大学生小郭正在挑选有“眼缘”的包挂。

“换一个包挂，就像换了一款新包。”小郭热衷于收集各类潮流包挂，时下流行的三丽鸥、迪士尼等品牌她均有购买，她说，“包挂是我们与喜爱角色之间的‘情感纽带’，随时瞧上一眼，心情会好很多。”

潮玩店内，一整面墙挂满了包挂产品，从经典动漫IP到原创设计，品类丰富，价格从几十元到上百元不等。店员介绍，这些包挂深受年轻群体喜爱，“很多顾客甚至会一次选购多个款式，只为搭配不同的心情和场合”。

抖音电商相关负责人表示，“悦己”是包挂消费的核心驱动力，其次是社交需求，收藏属性最强。

“包挂的小尺寸、低门槛、强情绪价值等核心特征，精准契合当下年轻人的生活与心理需求。”商务部研究院副研究员洪勇认为，年轻人购物不再只看使用价值，而是看重情绪价值，更愿意为能带来愉悦感和归属感的产品买单。

包挂是传递心情的载体，也是生活中的“温暖调味剂”。在北京工作的王女士，包上挂着一只造型可爱的白猫挂件，这是她与朋友逛街时一同选购的。“它很有纪念意义，就像我的‘可视化日记’，时不时看一看，心里会格外温暖”。

包挂还发挥着社交功能，彰显消费者的兴趣与审美，成为一种看得见的“身份标签”。

“挂件，是有社交属性的。”刚工作半年的张女士告诉记者：“有时碰到陌生人背着同款IP包挂，相视一笑间，仿佛‘对上了暗号’。”大学生小雨也有类似体验，“当我看到有人背着同款游戏角色的包挂时，就会产生一种‘找到知音’的亲切感”。

在创意市集，极具巧思的包挂设计是同好之间无需多言的“社交密码”；在图书馆，一个动漫角色的包挂可能成为陌生书友开启对话的“钥匙”……包挂作为“身份标签”，正在成为年轻人之间的“破冰”工具。

因包挂产生的社交联结，也延伸至线上。

在社交平台，记者发现“包挂搭子”“包挂交友”等话题持续升温，年轻人通过分享照片、交流搭配等方式，在虚拟空间延续兴趣社交。

“现在的年轻人不一定要依赖大牌包袋或贵重服饰来彰显个性，而是通过包挂这类‘微型身份标签’，通过很少的花费就能体现自己的兴趣、审美，从而获得较高的情绪价值。”中南财经政法大学经济学院教

授张鸿武分析，在习惯了与陌生人保持“安全”社交距离的当下，包挂已成为一种便捷的社交“暗号”，正帮助人们快速找到同好，实现低成本的社会连接。

## “包挂风”带火“娃衣热”

如果说包挂是年轻人的“情绪搭子”，那么为包挂搭配的微型服饰——“娃衣”，则进一步延展了这种情感寄托。

“我的拉布布包挂是白色的，尤其适合换上各式娃衣。”平日里，江苏省南京市市民吴文婧会经常给自己的包挂娃娃搭配穿搭，“包挂不仅是配饰，更是自我内心的投射，而娃衣可以让这种情感表达更加完整”。

最近，消费者小崔也入手了3套娃衣。谈及下单动机，她直言“这样自己的包挂会显得稍微特别一些”。小崔表示，其购买灵感大多来自社交平台的推送，“刷到各种各样的娃衣款式，觉得有趣就下单了”。

“购买包挂是第一步，是‘拥有’一个喜欢的玩偶，而为其添置娃衣，则是将其视为陪伴对象，开始装扮、照顾，情感投入会更深，满足感也更强。”张鸿武对记者说。

据了解，当前娃衣市场价格体系层次分明，从低至十几元的“跑量款”，到三五十元的“品质款”，再到百元以上的“精装款”，不同价位的产品一应俱全，满足了消费者的多样化需求。

随着娃衣消费日渐走俏，众多商家纷纷涌入这一新赛道。

在浙江省义乌市全球数贸中心，95后朱子艳的美梦潮玩娃衣店面积虽然不大，却摆满了各类娃衣及配件：几厘米的短袖T恤衫、十几厘米的牛仔外套，甚至还有搭配的迷你帆布鞋……1000多款产品，适配市面上多数热门玩偶挂件。

她的客户群体以拥有自主IP的商家为主。“客户把自己的IP形象带来，我们负责为其量身定制服饰。”朱子艳告诉记者，这种定制模式使其避开了同质化竞争，“现货模式容易陷入‘价格战’，而定制服务则能帮助客户建立差异化优势”。

依托自有工厂，朱子艳的店铺能够实现协同生产和弹性排期，从设计确认到批量出货，整体周期可控制在一周左右，若客户提供现成设计稿且材料齐备，两三天即可完工。据她介绍，店铺平均每周推出两三款新品娃衣，设计灵感紧跟时尚热点。“例如，宋锦等新中式风格流行时，我们会及时跟进，推出相应款式”。

在浙江省海宁市，类似的探索也在进行中。当地企业海宁市钱数纺织科技有限公司负责人胡鸣介绍，企业原本生产非遗面料，看到娃衣市场爆发后，便尝试用香云纱等非遗服装面料来制作娃衣。



▲吴靓(左)向客户介绍她设计的小狗包挂产品。  
义乌融媒体中心供图



▲上海南京路步行街，泡泡玛特全球旗舰店内展示的拉布布毛绒挂件盲盒。  
王初摄(人民图片)

▲内蒙古博物院一家文创店内的马造型挂件。  
新华社记者 连振摄



▲美梦潮玩娃衣店展示的娃衣产品。  
受访者供图

“我们想借着娃衣的热度宣扬传统文化，让年轻人更好地了解，没想到市场反应这么好。”胡鸣介绍，自开发娃衣产品以来，企业订单占比相当可观。“光是在电商平台，娃衣每个月的销售额预计就能超过1亿元”。

记者在采访中了解到，商户普遍认为制作和售卖娃衣是一项可持续的生意。他们表示，当前毛绒挂件所承载的情绪价值正获得越来越多的认同，“只要毛绒挂件有市场，娃衣就有需求”。

## 原创设计走向世界

包挂持续走热，离不开原创设计的支撑。

在义乌全球数贸中心的聚美DIY潮品店里，两面墙上挂满了长卷毛的小狗形象挂件，它们有的戴着圆框眼镜，有的顶着俏皮的厨师帽，还有的怀里搂着一根胡萝卜。这700多款造型各异的挂件，都出自店主吴靓之手。

“市面上的潮玩挂件，大多用的是国内

外知名IP，同质化比较严重。我就想，为什么不能做个自己的IP呢？”吴靓说，她想起自己曾养过一只爱吐舌头的小狗，便把这一细节融入设计，最终塑造出一只卷毛、吐舌、表情呆萌的小狗形象。

这款小狗挂件总共经历8次画图、打样，毛色、脸型、材质等每一处细节都反复推敲。“额头和后脑勺要饱满，眼窝微凹，腮帮鼓出来，这样的小狗才生动。”吴靓说，机器生产完成后，每只挂件还要经过人工修毛。正是这种对细节的把控，让她敢于对客户承诺品质。“毫不夸张地说，进店的客人几乎都会带一只小狗回家，做生意要做点不一样的，只有坚持原创、自主设计，产品才真正有说服力。”吴靓表示。

与此同时，包挂产品的形态也在持续创新。

今年春节期间，马年主题挂件、声光互动挂件等成为市场热点。其中，泡泡玛特旗下IP“毕奇”(PUCKY)推出的敲敲系列搪胶毛绒挂件，因轻拍即可发出清脆的木鱼声，被网友戏称为“电子木鱼”，一度引发抢购。在抖音平台，有关PUCKY敲

敲系列的话题视频播放量超3375万次。

泡泡玛特相关负责人在接受本报采访时说，企业坚持产品创新，通过使用多元材质、开发新玩法，拓展IP产品的使用场景，为消费者带来全新体验和长久陪伴。

现如今，这些创新正推动中国包挂以全新姿态走向世界。在上海南京路步行街，外国游客兴致勃勃地选购中国特色包挂饰品。在社交平台上，外国博主开箱拉布布挂件的视频获得了数十万点赞。泡泡玛特相关负责人介绍，公司全球运营门店数量达到630家，正在持续完善线上渠道体系，强化品牌直接触达用户的能力，通过自研APP将门店购买、门店抽选等功能推广至全球。

洪勇表示：“中国潮玩、包挂的出海征途，是中国制造业升级、文化创意崛起和品牌全球化战略的缩影。未来，随着更多明星产品、品牌企业走向世界，这些承载着中国创意和情感的小挂件，将在全球市场上讲述更多精彩的中国故事。这不仅是产品的输出，更是中国文化和中国品牌自信的体现。”

(南彤霏参与采写)

# 京城首条樱花河亮相 北小河滨水空间焕新

王梓馨 项馨婵



▲北小河公园美景。  
项馨婵摄



▲北小河上的游船。  
王梓馨摄

春风拂岸，樱开河畔。在北京市朝阳区北小河公园旁的东湖湾码头，一艘装饰着粉色樱花的游船缓缓离岸，船桨划破澄澈水面，荡起满河花影。沿岸游客纷纷举起手机，定格这“舟行碧波上，人在画中游”的春日限定画面。

今年春天，北小河滨水空间焕新亮相，北小河成为京城首条“樱花河”。4月3日，北京朝阳公园节暨迎春启航·2026游赏体验季在北小河公园开幕。北小河全域种植的近6000株樱花盛放，3.8公里的赏樱航线同步开通，为市民带来春日文旅新场景。

漫步滨水步道，早樱、中樱、晚樱在沿岸次第绽放，花瓣层层叠叠、如云似霞，将整条河道装点成一条流动的粉色丝带。微风轻拂，花瓣簌簌飘落水面，随碧波缓缓荡漾，勾勒出“落花流水”的诗意景致。

沿着步道走进北小河公园，园内营建了樱花谷景区，打造了樱花广场、樱花MINI剧场等多元化场景，花木高低错落、景致层次丰富。正在举办的樱花春野市集人头攒动，樱花文创、特色茶饮、手

作饰品等摊位琳琅满目，吸引游客驻足。

“以前这里景观很单调，焕新之后变得很漂亮。”正在长椅上晒太阳的任先生笑着告诉笔者，“现在水清景美，来散步休息都特别愉快。”

河岸边，不少市民正半躺在S型的休闲躺椅上赏花、观河。滨水步道平整宽敞，沿线有不少垂钓平台、避雨廊架等设施，还设置“一灰一蓝”两座大象滑梯，与卡路里运动公园、林下阅读花园等休闲区域。

过去，北小河边可不是这样的光景。它只承担汛期行洪功能，岸边步道忽宽忽窄、时有时无，景观乏善可陈。2024年底，朝阳区启动北小河滨水空间综合治理，涉及4.2公里河道、约40万平方米水岸面积，新建8.4公里高品质绿道，直接惠及约8万人、14个小区，最近的小区离岸边只有50米。

“现在水清亮了，河边花草也多了。”常来散步的居民吴先生说。在改造中，还进行清淤和植被修复，增加5000余平方米水生植物，建成全市首个近万平方米“生境花园”，为鸟类、昆虫、水生生物营造栖息地。

改造中还拆除河边的护栏，打造“无界”滨水空间。河道与水岸之间，水生鸢尾、灯心草、睡莲等水生植物代替了传统护栏；水岸与居民小区之间，通过拆墙降坡、打通绿化带等措施，设置17个入口。河道也与沿岸的四个公园打通，形成一条连续生态廊道。

花园节活动期间，游客可凭北小河游船票根或樱花印章，在望京万象汇等沿岸商场兑换优惠。北小河流经东湖等繁华地块，通过桥、水和慢行步道连接商业与滨河，激活滨水经济。未来，还将推动广顺北大街段美食街、1.3万平方米北小河滨水商业体等落地，并打造赛艇、垂钓、游泳等城市滨水活动空间。

北小河正向“生态+文旅+商业”的活力岸线转变，它也是北京城市滨水空间品质提升与花园城市建设的缩影。“能沿河遛娃，晚上还有热闹节目，幸福感增加不少。”沿岸居民王女士表示。未来将有更多河流转变为“滨水会客厅”，让“推门即见河，举目皆美景”成为城市生态文明建设的幸福答卷。