

“捏捏”炒至千元 情绪价值生意是否真的“好赚”

■中国城市报记者 张亚欣

有的受访者拥有“捏捏”。

“捏捏”正成为当下年轻人的新宠。日前，话题“年轻人为啥愿意花几千买一个‘捏捏’”冲上了微博热搜。其实，“捏捏”是一种慢回弹解压玩具，采用柔软的硅胶类材料制成，高度还原了美味诱人的食物外形，因好看又好玩受到众多年轻消费者喜爱，价格也在几元至上千元不等。

业内看来，“捏捏”能够释放年轻人在工作、学习或日常生活中所积累的压力和焦虑情绪，其中限量版或特殊设计的“捏捏”因稀缺性而出现炒作现象导致价格畸高。同时，“捏捏”的行业标准和法规亟需相关部门明确规定产品的材料、安全性能、标识要求等，以防危及消费者的健康。

“捏捏”让人释放压力、调整心情

“菠萝包、饭团、甜甜圈、草莓蛋糕、油条”……北京白领李静雯向中国城市报记者展示了自己关于“捏捏”的战利品。这些“捏捏”造型逼真可爱，让人忍不住想捏一捏，像李静雯这样被“捏捏”虏获的年轻人有很多。

实际上，除了上述烘焙糕点等食物造型外，市面上还有植物、动物等造型的“捏捏”，大多为硅胶材质，不会融化也不会变硬，可塑性强，大致分为水感、水泥感和泥感三类。其中，水感最轻软，捏起来无阻力，回弹最快；水泥感微微带有橡皮泥手感，回弹速度适中；泥感则酷似捏橡皮泥，回弹最慢。

天猫新生活研究所数据显示，2022年，解压类玩具在淘宝天猫整体增速近40%；到了2023年，“捏捏”已经成为淘宝2023销量快速增长的玩具品类之一。

“第一次接触‘捏捏’是今年年初在小红书上刷到了相关的帖子，看到它们造型可爱，觉得很有意思，再加上我平时就喜欢小工艺制品，稍微了解之后就入坑了。”李静雯告诉记者，捏这类慢回弹玩具时，内心会感到很平静，一边玩“捏捏”，一边工作或学习时也能让其更快地投入思考、减少焦虑，对她来说可以达到发泄情绪或者缓解压力的效果。

“捏捏”圈子里也流传着一句话：“当你捏过这个玩具之后，就再也忘不了这个手

感。”“捏捏”作为一种解压玩具，在简单的捏揉或挤压动作之下，产生的弹性感和舒适感能够使人感到放松和愉悦。奥优国际董事长张玥在接受中国城市报记者采访时表示，在快节奏生活中，许多人面临着工作和生活压力，而“捏捏”提供了一个便捷的、崭新的娱乐方式，让人们可以随时随地释放压力，调整心情。

种类繁多的“捏捏”为何“身价”不同

年轻人旺盛的购买需求也刺激了“捏捏”市场。除了可以在九木杂物社、The Green Party、名创优品等店铺购买“捏捏”外，淘宝、小红书、闲鱼等线上平台也有种类繁多的“捏捏”正在销售，多数的价格在几元至上百元之间。

然而，也有较为例外的存在，比如“祖拉拉捏捏”在圈内热度很高，特别是小红书某博主更是晒出了价值1.5万元的“捏捏”开箱视频，其中两个“祖拉拉捏捏”以2900元的价格被拍下，因此有网友戏称，“祖拉拉捏捏”是“捏圈”中的“爱马仕”。

李静雯告诉记者，她的购买渠道一般是小红书店铺、淘宝、微店，偶尔会从直播间购买，单价在10元—60元不等。一般情况下，体积越大、客单

价越高，而不同的店铺定价也有差异，“目前，还没有购买过单价在百元以上的‘捏捏’。”李静雯说。

其实，在二手平台上进行高价代拍的“捏捏”大多都出自网红手工作店铺。“这反映出市场供需失衡以及收藏和炫耀心理的驱动。”中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受中国城市报记者采访时分析，一方面，某些限量版或特殊设计的“捏捏”因稀缺性而变得抢手，类似潮玩的炒作现象，使得它们的价值超越了玩具本身，成为收藏品；另一方面，一些年轻消费者愿意为此支付高额费用，除了实际的解压需求外，还在于它作为社交资本的作用，即通过拥有独特或昂贵的“捏捏”，在同龄人中展现个性和品位，满足自我表达和社交攀比的需求。

情绪价值生意受欢迎

这届年轻人被小情绪困扰，也为小情绪买单。

《2023中国现代消费发展指数》调查结果公布的数据显示，认为“悦己”更重要的消费者比例急剧上升，达到47.8%，较2022年增长了16.8%。另据《2024年中国消费趋势调研》数据，64%的消费者更加看重精神消费，并且年轻消费



共鸣，从而转化为消费者的购买意愿。然而，这类市场也存在波动性和不确定性，需要不断创新和精准定位才能持续吸引消费者。

对此，张玥持有不同看法。“贩卖情绪价值确实已经成为一门生意，尤其在年轻人中越来越受欢迎，但这种生意并不总是容易赚钱的。”张玥表示，除了“捏捏”这类解压玩具外，其他一些情绪价值产品，如心理咨询服务、情感治愈书籍等也需要有足够的吸引力才能吸引消费者。再加上，产品质量、品牌声誉和服务质量也是影响这门生意能否赚钱的重要因素。

张玥的担心并非没有道理。有博主曝光称：“买了一堆‘捏捏’，香精味道很大，拿甲醛仪器简单测了一下，直接超标。这两天不仅疯狂长痘，还得了结膜炎，不知道是不是和‘捏捏’有关。”

据悉，广州市消委会曾公布了37款解压玩具的比较试验结果。测试结果显示，产品存在增塑剂超标、挥发性有机物和二甲苯释放量过高、菌落总数过多、声响过大等质量问题和安全隐患。

现阶段，“捏捏”的销售品类、渠道繁多，但国内鲜有知名生产厂家入局，个人手作反而居多。因此，不少业内人士呼吁，对于慢回弹类解压玩具的行业标准和法规亟需相关部门明确规定产品的材料规格、安全性能、标识要求等，以有力且针对性地监管，确保产品符合人体健康标准，规范市场秩序，维护消费者的合法权益。

此外，余丰慧也提示，市场过度炒作可能引起价格泡沫，导致消费者盲目跟风购买，最终造成经济损失。同时，过度依赖“情绪经济”可能忽略了产品本身的实用性和耐用性，长远来看不利于行业健康发展。而且，“捏捏”畅销也可能加剧年轻人的消费主义倾向，过度消费可能会对个人财务状况和心理健康产生负面影响。

者对精神消费的重视程度更高。消费者更加关注自我小世界，愈发追求消费的获得感、价值感和意义感，理性消费、感性生活将成为消费的基本面。

“捏捏”火爆全网和价格炒至千元的背后，也让不少人发现，贩卖情绪价值似乎正在逐渐成为一门生意。比如，近日，一种名为“水培香蕉”的商品在电商平台持续热销，近一个月内多款类似产品超万人加购，其中多数销量更达数千。据介绍，这种水培香蕉区别于一般的观叶绿植，兼具“观赏+食用”的特点，且极易养活，只需将其插在满水的花瓶里，等待约一周就可成熟，对于没有太多精力打理的打工人而言，花费的成本极低又较为省心。

而除水培香蕉外，其他“情绪类”水果也受到消费者的青睐，比如购物平台上，20元就可以买到一支“鲜切菠萝”，30元则可以买到一盆番茄幼苗，而水培草莓、水培佛手柑等品类均在20元至100元不等。

情绪价值的生意真的这么“好赚”吗

在余丰慧看来，贩卖情绪价值的生意，在一定程度上是好“赚”的。他认为，随着社会心理需求的增长，人们越来越愿意为能够带来心理慰藉和情感满足的产品和服务付费。情绪价值的商业逻辑在于，它抓住了现代人情感缺失的痛点，通过产品设计、营销策略和品牌故事，营造出一种情感