

“可爱经济”的双面叙事 从悦己消费到文化破圈

□记者 单冬 文/图

你有为可爱的物品买过单吗?

从萌宠玩偶到主题文创,再到不断涌现的以可爱为主题的餐饮店、沉浸式体验店,可爱风潮正以多样化形式融入市民的生活。无论是被端上餐桌的毛绒玩具,还是穿上毛衣的城市建筑,抑或是频频以可爱“出圈”的主题公园,都在“万物皆可拟人”的语境下,展现独特魅力。



店铺陈列的系列文创产品

从实用主义到悦己消费

4月26日上午,位于缤纷亚洲的小田家馄饨店刚营业不到半个小时,门外食客已排起长队。“你身体往壁画那儿靠一点。”“快来,妈妈给你跟‘胡迪’拍个合影。”店内楼梯上、壁画旁、玩偶前,小朋友和年轻顾客们不停变换角度和姿势拍照打卡。

“这家装修好看,我们专门来拍照。”店外,正在等位的顾客刘莹介绍道,从事新媒体职业的她,工作之余喜欢和朋友约在各种主题店铺体验,而这家被称为“本土迪士尼”的小店,是本周她和朋友打卡的新据点。

漫步大街小巷,以小狗为主题的烤肉店,以中古玩具收藏为卖点的汉堡店,用迪士尼玩偶吸睛的融合餐厅……各类店铺装饰着大小不一、形态各异的萌趣物件,让人眼前一亮,也成为激发当代年轻人分享欲的“社交货币”。

“你摸这个盒子两侧,明显是有框架的。”当天下午,中南大有境泡泡玛特门店内,25

岁的陈伟正拿着一款疯狂动物城系列盲盒反复“感受”,试图通过触觉判断盒内玩偶的款式。

验证“手感”是否正确,是陈伟购买盲盒的主要原因。“我去年12月开始玩盲盒,大概买了200多个。”陈伟表示,为了提高准确率,经常看一些关于盲盒“手感”的攻略视频和提示帖。

在陈伟看来,盲盒的魅力在于不确定性和探索乐趣,抽到喜欢款式后的满足与喜悦、抽到不满意款式时的失落与懊恼,都让他感到生活更加充实有趣。

作为一种新兴的消费现象,“可爱经济”背后折射出当代人从“实用主义”到“悦己消费”的价值跃迁。“年轻人购买可爱物品本质上是花钱买快乐体验,以前买东西取决于能不能用,现在更在乎‘买完不开心’。”在心理健康服务协会理事长蒋洁看来,“可爱经济”本质上是一个充满治愈力的消费空间。

推动地域文化可感可知

“明天去南京出差给大家带着,感觉这个挺好玩。”“各10个有吗?”26日晚上8时50分,Tim炒酸奶店店主丁宸扬在朋友圈晒出顾客咨询“我们盐城人都骑鹤出门”和“我们盐城人都骑鹿出门”文创冰箱贴的对话截图。

“本来是为五一备的货,结果这两天因为丹顶鹤‘闪现’市区,已经卖掉三分之一。”凭借可爱画风和情感叙事,丁宸扬和表妹陈川川以宠物狗Tim为原型,将鸡蛋饼、麋鹿、丹顶鹤、聚龙湖等元素巧妙融入设计,创作的系列文创产品频频“出圈”。

在丁宸扬看来,产品要吸引人,得有故事、有情感。而当文创成为情感与产品的纽带,它就不仅是商品,更是城市文化的再现和传播文化的载体。

《盐城市文旅产业高质量发展三年行动计划》提出,打造“黄海湿地吉祥三宝”IP形象

和可感产品。从以盐城美食、湿地生态为灵感的“建礼cat”系列玩偶,到化身城市IP的勺嘴鹤、丹顶鹤等毛绒玩具……如今,萌态十足的文创产品不仅摆满各大礼品柜台,更成为城市形象宣传的“代言人”。

“经过萌化设计,将油墩子、茶干、藕粉圆及生态元素震旦鸭雀等变成一个个憨态可掬的玩偶。”礼遇盐城文创旗舰店负责人表示,这种可爱化的表达,有利于将本土美食文化、生态文化以一种轻松有趣的方式呈现,让游客在把玩、收藏中,对盐城有更深刻的印象。

深耕创意,将“可爱”与地方文化、地域特色深度融合,可以赋予产品更多人文情怀和文化底蕴。市委宣传部文产处处长金龙飞介绍,放眼全市,湿地生态相关文创产品总销售额超3000万元,带动产值数千万元。

赋能文化产业创新发展

从物质追求到精神满足,可爱作为一种跨越年龄和文化的通用语言,正以它独有的方式,连接起每一个热爱生活的年轻人。而可爱元素作为一种能够引发人们共鸣和喜爱的元素,也正逐渐成为各类商品和服务中不可或缺的一部分。

“未来市场是个性化市场,我们要提供的不仅是商品,更重要的是提供情绪价值。”五年前,盐城欢乐基文化创意有限公司董事长孔祥宇敏锐捕捉到这一趋势,开始深耕潮流玩具深度定制领域。

五年来,公司将3D打印、柔性生产等技术融入可爱产品开发,推出从生肖盲盒到宠物定制公仔等个性化产品,满足消费者“独一无二”的情感需求。公司还与本地动漫团队合作,打造具有本土特色的原创IP形象,将

麋鹿、海盐等城市元素与可爱画风结合,既传承地域文化,又吸引年轻客群。

随着Z世代消费力持续释放,以及元宇宙、AI技术的赋能,“可爱经济”有望通过虚拟IP开发、沉浸式体验等新模式,进一步拓展市场空间。2024年,该公司仅毛绒玩具一类产品的海外销售额就达4000万元,今年预计突破8000万元。

作为个性化消费转型的重要成果,“可爱经济”展现强大生命力。未来,文旅产业可进一步深化可爱元素与在地文化的融合,通过IP联名、数字化互动等创新形式,持续释放“可爱经济”的文化传播与经济赋能价值。唯有在满足情感需求与保持理性消费间找到平衡,方能推动“可爱经济”行稳致远,为城市发展注入持久活力。



可爱的毛绒玩偶



主题店铺的可爱吧台



小朋友与巨型“胡迪”玩偶合影