

潮玩：情绪价值的安放处

如今，不少城市的商场B层早已改头换面。以往，通往商场B层的自动扶梯是多数人逛累后渴望美食果腹时的传送梯。如今它成为了一条次元传送带，串联着年轻人与遍地开花的潮玩店。潮玩与其IP矩阵正慢慢浸润于生活日常，早就不只是冲动消费的注解：当年轻人用潮玩填满手办柜，连爸妈都开始打听“这小人能升值吗”，一份69元的盲盒，承接的是每位玩家被妥善安放的情绪价值。

年轻人的精神家园

当一个个盲盒被拆开，人们争相收集的岂止是设计师手下的形象？我们或许该重新审视潮玩现象——它早已超越了消费主义的范畴，更如微小灯塔，于当代精神荒原上，为飘荡的情绪提供一处实在的安放处。

我们的时代，技术狂欢带来器物丰盈，精神却如沙漏般流失。我们沉溺于屏幕喧嚣，却在真实生活中陷入疏离。年轻人活得越来越“抽象”，他们需要一个连接点，确定自己对真实生活的感知力与热爱能力。而潮玩，恰恰提供了具象可能。拆盒时的悸动、收藏时的满足、交流时的共鸣，这些看似“无用”的情绪体验，恰恰是抵抗抽象的解药。当年轻人用手办填满柜子，他们在做的远非浅层消费，是以一种具象方

式，默默修复被抽象目标碾碎的生活感受。它们无声却有力，为每一份无处安放的情绪，构筑起可触可感的精神家园。

潮玩的走红似一面镜子，映照出这个时代最隐秘的渴望——在虚无的夹缝中，寻找情感的锚点。在理性至上的时代，情感需求从未消失，只是需要新的安放之所。“生命是生死之间的摆渡”，潮玩玩家们早已在拆盒的瞬间，触摸到了摆渡过程中的微光——那光亮不足以照亮整个荒漠，却足以温暖掌心，支撑他们继续前行。

情绪的安放处还有别的地方，走进菜市场、走进厨房，走进日常的劳作里，走进邻里，我们需要在真实的生活里体味活着的意义。

张艳森

潮玩早已突破商品属性

如今，潮玩经济的爆发已经远超预想的发展。标价69元的盲盒，撕开包装的瞬间释放的不仅是PVC材质的玩偶，更是当下年轻人被压缩的情感出口。在写字楼里被KPI裹挟的年轻人，会在休闲时抽盲盒，从高压工作状态中抽离，获得片刻轻松。不少家庭把整面墙改造成手办陈列室，为造型各异的手办们构建起专属的精神乌托邦。

当家长们开始追问“这小人能升值吗”，他们或许还未意识到，潮玩早已突破商品属性的边界。二手交易平台上，限量款盲盒溢价数十倍的交易

记录，本质上是情绪价值的市场估值。每个收藏者珍藏的不仅是稀缺性，更是拆盒瞬间肾上腺素飙升的惊喜感，是漫长等待中对理想款型的期待。这种沉浸式的消费体验，让潮玩手办成为对抗生活同质化的解药。

IP的构造让潮玩的情绪承载更具纵深。各类玩偶人格故事线的赋予和东方美学的融入让这些盲盒不再是冰冷的商品，更是当代年轻人精心构筑的情绪博物馆，呈现现代人的孤独、渴望与热爱。当快节奏的现代生活挤压出情感真空，盲盒，正以柔软的姿态填补着心灵的空缺。

香菜

潮玩与年轻人的双向奔赴

踏入商场B层，就像被卷入一场奇幻冒险。自动扶梯缓缓下沉，脚下的地砖不知何时印上了卡通涂鸦，耳边传来若有若无的电子音乐，夹杂着此起彼伏的欢呼与惊叹。转过拐角，一家家潮玩店豁然开朗，暖黄与霓虹交织的灯光倾泻而出，将摆满盲盒的货架、戴着防尘罩的限量手办，照得宛如童话里的宝藏。

店内，年轻人的身影穿梭如蝶。有人贴着玻璃，鼻尖几乎要碰上橱窗里价值不菲的限量款，眼神里满是向往；有人攥着盲盒，在结账台前反复摩挲，像在给幸运值“充电”。我曾见过一位姑娘，拆开盲盒前深吸一口气，指尖微微发颤，当抽出隐藏款的刹那，她先是瞪大双眼，随即捂住嘴巴，满脸难以置信的狂喜，转头就拽着闺蜜又蹦又跳。

这些小小的潮玩，早已超越了玩具的定义。在格子间里加班到深夜的年轻人，会对着办公桌上的潮玩玩偶吐槽工作；独居的女孩，会给心爱的娃娃搭配不同的服饰，在社交平台上

分享“今日穿搭”。它们是疲惫生活里的甜蜜慰藉，是深夜emo时无声的倾听者。当年轻人用潮玩填满手办柜，就像是筑起一座只属于自己的秘密城堡，每一个角色都藏着一段故事，或是追星的狂热，或是对某个虚拟世界的痴迷。

而潮玩更像一把神奇的钥匙，打开了年轻人的社交新世界。在二手交易群里，有人用闲置款交换心头好，聊着聊着就成了线下聚会的好友；漫展上，背着同款潮玩背包的陌生人，相视一笑，瞬间拉近了距离。甚至家庭聚会上，年轻人兴致勃勃地给长辈科普潮玩文化，爸妈们也好奇地端详着这些精致的小物件，问出那句“这小人能升值吗”，两代人的代沟在潮玩面前，悄然出现了和解的缝隙。

在这方小小的天地里，潮玩与年轻人完成了一场浪漫的双向奔赴。年轻人用热爱赋予潮玩灵魂，潮玩则用温暖与陪伴，回应着每一颗渴望被理解、被治愈的心。

周志轩

年轻人早就有经济能力去为自己的情感需求支付高溢价了。在他们的情感需求中，用好物彰显个性，是亘古不变的诉求。

——凯欣

现代人正通过这些巴掌大小的潮玩，在标准化时代雕刻一种个性，在虚拟化宇宙中锚定一份真实。

——姜饼人

潮玩的出现，让年轻人度过了孤独的时光，从中获取陪伴的快乐。

——rocky

在“万物皆可潮玩”的时代：一款电影联名潮玩的推出，可能让一部电影的宣发费迅速回本。

——emo

潮玩的消费者正在迅速增长，不再局限于年轻人，越来越多的中年人也在这个队伍中。

——魏旭程

与其否定那些沉溺于潮玩的年轻人，不如反思一下，除了潮玩，我们还能拿什么安抚年轻人的精神世界？

——叮一下

