

警惕非理性消费 让爱好回归纯粹

“娃衣”走俏 俘了欢心费了银两

临近春节,给“娃”添置新衣成为当下消费新选择。只不过,这里的“娃”并非孩童,而是各式各样的玩偶。棉花娃娃、BJD人偶等玩偶的专属服饰“娃衣”,既俘获了年轻人的欢心,也成了孩子们的心头好,线下门店人气升温,线上选购更是热度不减,悄然掀起了一股新春“娃衣”消费热潮。

老字号进校园 “天津味道”带回家



天津就是好吃的多,马上就到元旦假期,带点天津的好吃的回家和家人、朋友过新年,那多美啊!这不,众多天津美食在天津商业大学的校园里“集合”了,师生们忙着给家里捎“天津味道”。

祥禾饽饽铺的糕点、桂发祥十八街麻花、山海关的饮品,还有老字号的文创产品……天津商业大学在校工会举办“带老字号回家过年”专场活动,学校邀请20余家老字号企业前来参加,同时引入来自外省市的老字号企业共同参展。现场热闹非凡,师生纷纷挑选心仪的年货。活动还设置了“非遗”技艺展示、互动体验等环节,通过电子屏、展板、海报以及微信小程序等多种形式,让师生们近距离了解老字号,感受老字号的独特韵味与企业精神,进一步弘扬中华优秀传统文化,推动老字号焕发新活力。

老字号企业带来的,不仅有独特的产品,还有精湛技艺和服务理念,以及其承载的工匠精神和优秀传统文化;不仅方便了师生,也为老字号企业搭建了拓展新市场、吸引年轻消费群体的平台。在活动期间,校方与企业深入交流,了解企业产品特色和校企合作需求。学校将发挥学科、科研、人才等优势,不断为老字号高质量发展赋能。

记者 任悦 摄影 记者 张立

误入家中烟道 开辟出口助“鸮”脱困

近日,宝坻区林业部门接到居民求助,称有小动物误入家中烟道被困。救援人员火速赶赴现场处置,成功救出一只国家二级保护野生动物纵纹腹小鸮,目前该动物已在救护中心接受精心养护,待具备野外生存能力后将被放归自然。

救援人员抵达居民家中后发现,被困狭窄烟道的纵纹腹小鸮因掉落过程中受到惊吓,始终蜷缩不动。为避免对其造成二次伤害,救援人员在烟道上方开辟出口,借助保护套小心翼翼地将其取出。

据宝坻区阳光野生动物收容救护中心工作人员彭湃介绍,这只纵纹腹小鸮性格胆小,身体偏瘦弱。纵纹腹小鸮有寻觅洞穴休息的习性,推测其是不慎误入烟道,而烟道空间狭窄,翅膀展开后无法满足飞行需求,最终导致被困。

经检查,这只纵纹腹小鸮无外伤及其他异常情况。为帮助其尽快恢复并适应环境,救护人员已对其进行填喂,同时安排了同伴陪伴,以规避应激反应。彭湃表示,后续将持续观察约一个月,待判定其具备回归野外的能力后,便会实施放归。

林业部门相关负责人介绍,每年冬季均有大量迁徙鸟类在本市越冬。受低温影响,体质虚弱或不慎撞击障碍物受伤的鸟类,若未及时得到救治,易面临失温等生存风险。为此,宝坻区林业部门组建了16人的专业巡查队伍,重点对河道、湖泊、水库、林地等鸟类集中栖息地开展常态化巡查。

宝坻区林业中心工作人员韩建华表示,巡查中若发现落单、精神萎靡的鸟类,基本可判定其出现生存异常,工作人员会第一时间开展救助并为其补充营养。据统计,自今年11月巡查工作启动以来,已累计救助鸟类约50只。

在此提醒市民,若发现受伤、被困的野生动物,请勿擅自处置,应及时联系林业部门或野生动物救护机构,共同守护生物多样性。 记者 燕少行 刘颖

“娃衣”价格堪比玩偶

在恒隆广场内一家售卖棉花娃娃及娃衣的门店内记者看到,店内货架上摆放着多款造型可爱的玩偶,它们身穿各式各样风格不一的娃衣,吸引不少年轻人和带孩子的家长前来挑选。

店内的玩偶大多将“裸娃”和“娃衣”分开标价,记者注意到,不少娃衣的价格甚至超过了玩偶本身。一款名为“牛油果”的20cm裸娃售价为89.5元,而其身穿的“熊熊奶芙”主题娃衣,售价为90元。这里面单件娃衣价格赶超裸娃的情况并不少见,另一款“大优姐”裸娃售价为69元,娃衣“魔法学院”价格为89元。

一位资深“娃友”向记者介绍,大家常为棉花娃娃、BJD娃娃和泡泡玛特等IP搭配娃衣,选购时除了款式,更看重娃衣质量。“如果娃衣质量不好,很容易出现掉色、起球的情况,一旦染色就会把娃娃弄坏,反而得不偿失,所以我们会选择质量好的娃衣,甚至还会自己制作娃衣。”

记者在各大网络购物平台看到,娃衣的价格选择很多,从几十元到几百元的应有尽有,品类更是涵盖日常穿搭、节日礼服等。

正值新春前夕,多款带有新年元素的拜年服格外抢手。在一家售卖娃衣的直播间里,记者看到拜年服已经显示为“预售”,有网友留言询问:“过年能收到拜年服吗?我家俩‘娃’都需要新衣服。”而这家拜年款娃衣的商品页面显示,24小时内就有超过400人加购。

玩偶也过年 多重需求交织

“快节奏的生活里,玩偶早已成为不少年轻人的‘精神陪伴者’。”天津工业大学经济与管理



学院工商系主任马翠华说,这份特殊的替代式依恋,恰好填补了年轻人的情感空缺,而在新年为玩偶添置新衣,更是把对节日的仪式感,悄悄寄托在了这份陪伴之中,这也是年轻人对情感投射与拟人化陪伴的深层需求。

除了情感层面的寄托,为玩偶搭配新年装扮,也是年轻人个性化表达与圈层归属的社交需求体现。马翠华表示,玩偶与娃衣是消费者自我概念的延伸,年轻人通过为玩偶打造独一无二的造型,把心中的“理想人格”具象化呈现,尽情释放自己的个性表达。而在社交平台上分享娃衣搭配、交流创意的过程,也凝聚起紧密的“娃圈”社群,购置新年款娃衣,也成了玩家融入社群文化、收获圈层认同的一种“社交资本”。

在马翠华看来,为玩偶置办新年战袍,更是年轻人对仪式感与情绪价值的追求。这类消费无关物质层面的实用价值,年轻人更享受为玩偶精心挑选、搭配新衣的过程,在这个过程里收获

纯粹的快乐,舒缓日常的生活压力,这正是当下年轻人“为快乐买单”的真实写照,收获满满的“情绪价值”。

警惕潜在的问题

首先,要警惕非理性消费,避免过度投入。当前娃衣市场上,部分产品存在价格虚高、限量炒作等现象,容易诱发消费者的攀比心理与冲动消费。玩家需明确自身的消费能力与需求边界,不盲目追逐“限量款”“稀有面料”,防止陷入“消费主义陷阱”,让爱好回归纯粹的快乐。

其次,要关注产品质量,规避安全隐患。娃衣市场鱼龙混杂,部分低价产品存在面料劣质、做工粗糙、甲醛超标等问题。尤其是采用非遗面料的娃衣,消费者需认准正规购买渠道,关注面料真伪与加工工艺,避免因产品质量问题影响把玩体验,甚至危害身体健康。

再次,要平衡圈层社交与现实生活,避免过度沉迷。娃圈社群虽能带来归属感,但也具有一定的封闭性。部分消费者容易过度沉浸于圈层内的交流,忽视现实生活中的人际关系。玩家需把握好兴趣爱好与现实生活的平衡,将圈层社交作为生活的补充而非全部,珍惜与家人朋友相处的时光。

最后,要尊重知识产权,抵制侵权盗版产品。娃衣设计涉及图案、版型等多项知识产权,未经授权的抄袭、盗版行为,不仅损害原创设计师的合法权益,更会破坏市场的健康生态。消费者应树立知识产权保护意识,主动选择原创作品,共同推动娃衣市场朝着规范、可持续的方向发展。

文/摄 记者 信华