

娃衣出圈记 | 知名设计师合作、博物馆文创、少数民族元素…… 娃衣玩法日益多元



■广西壮族自治区博物馆文创娃娃。(来源:网络)

7月初,上海一家潮玩店开业当天,推出限量88套的38cm限定款拉布娃娃“齐天大圣装”。该套娃娃由知名设计师出品,定价上千元,开售便引发抢购热潮。

娃娃已经延伸至知名设计师合作、博物馆文创、少数民族元素等多个领域,玩法日益多元。

近期,博物馆文创掀起一股“娃娃”热潮,把传统文化穿在玩偶身上,可爱又有纪念意义。

上海博物馆东馆以馆藏明代服饰为灵感,推出飞鱼服、明官袍等汉

服娃娃,线下49元一件,还有内含东坡闻思香、内务府帐中香的汉服香囊,特别标注可穿OB11、12分BJD娃娃。广西壮族自治区博物馆的民族娃娃最为火爆,可自选壮锦图案和苗银配件等,制作壮族、瑶族、白族、苗族、彝族等民族服饰,为各个尺寸的娃娃量身定制,每件需耗时三四十分钟,每天仅10单可现场取走,其余线下或线上定制都需排队等候,在节假日常常出现爆单的情况。

内蒙古博物院售卖拉布布的蒙古族衣橱、周可可蒙古袍娃娃等,还

有鹰形顶金冠饰、金环等微缩文物首饰,受到大众欢迎。此外,武侯祠的丞相香囊娃娃挂件、苏州博物馆的娃娃头套、恭王府和成都博物馆的特色娃娃等,成了许多游客会购入的“纪念品”。

更有高校推出了校园文化娃娃,北大文创推出的北京大学的校徽娃娃、帽衫娃娃等爆火,19元就能让限定的青春记忆穿在娃娃身上。此外,还有不少奶茶店也将套餐周边做成了娃娃,在购买奶茶之余还能得到一套娃娃,许多年轻人都觉得“划算”。

“需定制”“众筹买”“只开一次团”……“悦己消费”玩出花 小众赛道长成百亿大市场

【声音】 年轻人为“养娃”一掷千金? 娃娃创业者如是说——

“装扮娃娃的过程,本质是自我治愈的过程”

扎根广州的饭团娃娃屋,由早年猫咪文创小店转型而来,店主饭饭以物理专业的跨界身份,从零自学缝纫、刺绣技艺,和搭档分工协作,打通了娃娃生产的“创意构思—打版选材—手工制作—多平台销售—售后养护”的完整产业链。

据介绍,广府民俗、国风文化、明星应援和日常穿搭等都是饭饭的设计灵感来源。店中娃娃由其亲手缝制,强调手工细节,定制娃娃根据其款式复杂度和数量区分工期,简单改衣可当日交付,重工刺绣款式按需排期,工期3天至数月不等。每一款设计前,她都会精准采集娃娃头围、颈围、胸围、腿围等全套尺寸,保障打版精准度;在选材上,一般会采购优质布料,刺绣线材人工逐一对

色配比,各类配饰由3D打印制作后喷漆打磨成型。

店主介绍,娃娃销售线上线下相结合,在线上构建起现货零售、开团预售的模式,其中,适配Labubu的透视彩球纱裙复购突出,销量超400件;经典赛车服娃娃定价105元、售出超300件,线下门店在售卖时还能提供试穿、打卡、个性化定制体验。

此外,门店的明星衍生娃娃均以50至100单成团落地。同时,门店提供精细化定制与养护服务,幼稚园、婚礼三件套定制娃娃定价300元,基础刺绣分体娃娃百元出头,还有许多定价大多在70元上下的基础款娃娃,饭饭坦言,“我们手工制作的娃娃,并没有太多利润。”

除了原创娃娃售卖,店铺长期承接娃娃换棉、装骨、修复、洗护、改衣等服务,全国各地的粉丝都会寄来自己珍视的娃娃;20cm、40cm娃娃洗护换棉服务分别定价40元、80元,日均可完成4至5只娃娃改装修复。“很多明星的限量娃娃很难抢,哪怕品控差、歪脖子、长短手、充棉发黑,他们也会花更高的价格来我们这里修复。对他们来说,这不是一个玩具,是陪伴自己很久的寄托。”饭饭表示。

深耕行业多年,饭饭热爱不减。她告诉新快报记者,棉花娃娃从来不是单纯的儿童玩具,“大人也要玩娃娃,更换不同娃娃、装扮娃娃的过程,本质是自我治愈、调剂心情的过程。我想让娃娃陪着我们长大、陪着我们生活。”



■消费者正在挑选娃娃。



■娃娃店铺。



■饭团娃娃屋手作的各类娃娃配饰。

【问题】 这边厢,“高定”娃娃单件拍卖高达数万元 那边厢,盗版泛滥、品控不稳等问题不鲜见

记者发现,在线上平台,“高定”娃娃单件拍卖高达数万元,这类娃娃多为限量孤品,手工制作,其价格早已超过市场售价;而“低配”娃娃只需数十元就能买到,这类娃娃较为简单,销量过万不在少数,胜在价廉量多,其中的利润空间很大。价位的两极分化共同撑起了娃娃市场巨大的选择空间,当然,其中更多的则是售价在几十元、几百元的娃娃,正是这种多元化的选择和源源不断的需求,让不少厂家看到了商机,因此也带来了许多问题。

“很多时候,设计师也会画饼,想要的娃娃迟迟不能落地生产,只能一直等。”娃娃薯条指出,圈内对原创保护已形成默契,“设计师自己制作的,不能用盗版和AI,否则口碑就没了。”但现实维权困境重重,娃娃店主饭饭坦言:“我们原创的某款娃娃,被其他商家全盘复刻,连我们原创的卡片文案都一字不改,直接卖9.9元,我们原价78元的正版直接卖不动。”因小众原创维权成本高、追责难度大,其团队只能被迫自我迭代,“没办法,只能放弃旧款、不停出新款。现在我们也不再拍平铺

图,刻意增加立体工艺、复杂细节,提高复刻门槛,不让别人轻易照搬我们的原创。”饭饭表示。

此外,品控不稳定也是消费者常遇到的问题。小艺曾买到品质低劣娃娃,“买来之后发现掉色,这种是非常不合格的。有的商家盗用别人的图,实际发货的是非常劣质的娃娃,不好看,不好穿,还散发着塑料的臭味。”薯条也直言,“现在需求量大,许多工厂都在排单,根本忙不过来,在赶工的情况下导致品控不太行。”她呼吁厂家好好把关,杜绝粗制滥造。

专家看法

情感寄托催生“养娃”热潮 小众文创赛道需加强规范

广州市政协常委黄丽丽指出,相较于单向消遣的“玩”,“养娃”更多是年轻人主动的情感经营行为,具备拟人化养育属性,能短暂消解孤独。为娃娃购买高定、限量款娃娃,反映了疗愈经济消费风潮中,消费者追求个性化、情感化的趋势。

黄丽丽认为,“养娃”文化具备撬动细分文创消费、激活本土原创设计的双重潜力。既有利于青年创业,带动产业链上下游增加灵活就业岗位,不少专职娃娃设计师、手作创业者依托电商、二次元市集即可运营;又可盘活本土供应链,广州拥有成熟的面料、蕾丝、刺绣辅料产业链,娃娃小批量、多批次的定制订单,有效消化中小工厂闲置产能;还能激活线下商圈消费活力,如地王广场、动漫星城等依托娃娃、娃娃业态,形成特色二次元消费场景,吸引大量年轻客流,联动带动商圈餐饮、摄影等周边消费。此外,“养娃”还为青年原创设计师提供低门槛成长赛道,圈层消费者普遍认可原创价值、愿意为原创版型、手绘刺绣等支付溢价,将国风、复古、岭南特色等本土元素融入娃娃创作,也为本土文创产业持续发展储备了新生代人才。

但“养娃”市场也存在局限与风险。受众狭窄,仅局限于二次元小众圈层;盗版泛滥,爆款娃娃极易被低价仿制,原创设计师收益受损;行业无统一质检、工艺标准,产品品质参差不齐,难以规模化、品牌化。黄丽丽认为高价娃娃是否“割韭菜”需辩证看待,部分手工定制款、限量设计师款、IP联名款因成本高、稀缺性、版权成本具备合理溢价,但商家刻意炒作“绝版、限量”哄抬物价,或是将盗版对标高价售卖,必须加以遏止。

对于这种新兴小众商品的价格监管和消费者权益保护,黄丽丽提出,应强化现场监管,对核心二次元商圈开展专项巡查,要求商家明码标价,清晰标注限量数量、面料材质、IP授权资质,杜绝虚假稀缺营销。同时,压实平台主体责任,电商、社交平台应区分原创设计师店铺与量产仿品店铺,对虚假炒作、哄抬价格、盗版抄袭商品限流下架,明确定制娃娃工期、售后、退换货规则,帮助消费者维权。此外,引导消费者理性消费和维权,消费时留存沟通记录与相关凭证,遭遇虚假宣传、盗版溢价及时维权。