

# 听说专属于湖南人的jellycat悄悄上线

小龙虾、臭豆腐等特产都变成了小玩偶 “成年人玩刚刚好”的文创产品究竟有何魅力



扫码看新闻

小龙虾、宁乡五花肉、本地辣椒、紫苏叶、松花蛋……你有在社交平台刷到长沙限定的jellycat吗？

近期不少专属于湖南人的jellycat悄悄上线，常见的食物变成了可爱的小玩偶，一些店内还会有店员假扮厨师“烹饪”玩偶，给足大小朋友过家家的体验感。

如今，湖南、甘肃、陕西等不少省份都结合当地特色，推出专属于本地区的jellycat，也就是拥有表情的可爱玩偶，一些畅销款甚至“一娃难求”。

“成年人玩刚刚好”的jellycat等文创产品，究竟有何魅力？



“过家家”拉满情绪价值，引发年轻人疯抢，jellycat突然爆红。

## 现象：把湖南特产变成玩偶了

小竹筐里装满红红绿绿的玩偶，粉白相间的五花肉、红彤彤的朝天椒、绿色的青椒、黄色的姜，将这些“食材”交给店员“厨师”后，店员就会将这些玩偶用塑料的小刀假装划几下后，丢入小锅里，再盛到一次性的塑料餐盒，贴上标签，一份“湘味盒饭”就做好了。

不止“现炒现做”，小锅旁边还有一串串的臭豆腐、长沙大香肠、糖油粑粑玩偶供消费者选择。食材区还有紫苏桃子姜、辣炒小龙虾等“预制菜”玩偶供选择。

这是当代年轻人的“真·精神食粮”——专属于湖南人的jellycat。

jellycat本身是英国的一个毛绒玩具品牌，于1999年在伦敦成立，产品最初的定位是婴幼儿的安抚玩具。但近年来，可爱的外观逐渐成为成年人的心头好。

而当可爱的jellycat风格与湖南本土食材结合，不仅收获了喜爱毛绒玩具的湖南消费者，也成为了不少长沙游客的伴手礼首选。

“十几元一个价格，很适合带给同学们，而且很轻，也不怕坏。”前往长沙丰盈西里“打卡”的游客陈同学告诉记者。记者看到，陈同学在视频通话中不断记录下同学们的喜好，还将店员的烹饪过程录下来，发到好友群里。

相较于动辄三四百元的原版jellycat，湖南文创店内的玩偶售价可以说相当亲民——钥匙扣在20元以内，三四样玩偶搭配的“湘菜盒饭”售价39元。

## 趋势：过家家的风还吹到了文创

当然，在社交媒体上，不少网友看到店员制作“辣椒炒肉”等“佳肴”的视频，也提出“这不是过家家吗？”“店员太有信念感了”的感慨。

但正是这种“小学生玩太幼稚，成年人玩刚刚好”的玩偶，近一两年，让全国的文创掀起新一轮的风潮。

前不久，甘肃天水麻辣烫火遍全网时，甘肃省

博物馆就趁热推出了各式各样的麻辣烫玩偶，不仅有蘑菇、西兰花、白菜、火锅丸子等食材，还有天水樱桃、定西洋芋、冬果梨等特产，以及可爱的小锅、粉嫩的冰箱。游客在购买时，还会分发微辣、中辣、麻辣的手牌，模拟购买麻辣烫的全流程。

相关数据显示，8月初，在甘肃省博天猫旗舰店开启预售，一周内便有近20万人疯狂涌入抢购，直接推动店铺成交量同比暴涨343%。

目前，火热的还有福州的佛跳墙、中山烧乳鸽、西安肉夹馍、苏州大闸蟹、山西饺子蘸醋、新疆的馕、东北锅包肉和红肠、保定驴肉火烧……

不少社交平台的博主，还做了解锁中国各地jellycat的攻略地图，不少帖子的点赞量都在万级以上。可以说，从产品类别、销量还有社交平台的热度，过家家的风确实吹到了文创。

## 观察：jellycat风还会吹多久？

数据显示，近几年jellycat的火热让其品牌市值大涨，2022年的营收超过了13亿元，毛利润大概8亿元。侃财君此前也侃过，在二手交易平台，一些稀有的玩偶收藏价值飙升，原价二三百元的品类甚至可以涨到上千元。

当这种可爱风的玩偶和中国本土食材结合，也很快俘获了喜爱毛绒玩具者和当地游客的“童趣心”。但随着热度攀升，也随之暴露了一些问题。

jellycat风的消费动力，或许可以归结为身边的日常物品加上了可爱的面部表情，但风格明显的同时，也因为可复制性强，面临同质化严重的发展趋势。侃财君注意到，许多文创店都有一些重合的“食材”，如煎蛋、土豆、茄子等，一些玩偶的设计版权也并不明晰，不少消费者在购买时也会提出“是否是正版”的疑问。随着消费火热，商品质量、原创性保护应进一步加强。

小小的玩偶，其实承载着对回归童年的向往，是当代年轻人无法戒断的陪伴玩具，是逃离复杂的现实生活中的小小栖息地，也是在远方带给亲朋好友专属于某座城市的问候。对于未来，还将有怎样的“童年的纸飞机现在飞回到我手里”，让我们保持期待。

■据侃财邦

## 怎样“买买买”才不被骗

“双11”商家有套路，中消协提示“第三方测评”也不可轻信



扫码看视频

“双11”已经拉开序幕。作为一年一度的电商盛事，“双11”不仅是受消费者关注的购物狂欢节，更是各大电商平台展示实力、创新服务的重要舞台。

10月17日，三湘都市报记者注意到，随着购物车“越撑越大”，定金越付越多，消费者也逐渐通过“实战”发现自己在“购物套路”上越走越远。

## 同款商品“大促”价格忽高忽低

“昨天‘怒买’30单安踏童装，给我家侄儿侄女们的新年礼物都备齐了。”14日，二胎妈妈郭女士在淘宝天猫为家人添置了不少东西，“这次买童装明显感觉安踏和巴拉巴拉没有往年‘双11’力度大”。此外，郭女士还发现，各商家的预售时间并没有统一，促销产品和价格也在变动。“不知道是不是因为这次大促时间提前了，有些商家还没做好准备。”

经过几天的观察和购物“实战”，郭女士表示“有点混乱”，“部分商家还没上‘大促’商品，部分商家一直在增加‘大促’商品，有的商品图片上标明使用优惠券后的最终价格，有的商品价格一天一个样，这让我几乎无法在不同平台或者店铺进行比价”。

“今年5月份，我花3300多元买了一个微蒸烤一体机，这次‘双11’领了政府补贴和平台优惠券后，价格比当时要便宜200元左右。”徐女士有些疑惑，“但是有些货品又越买越贵，或者价格忽高忽低，摸不清楚‘套路’”。

除了价格不明确，不少冲进各平台的直播间抢红包的消费者也发现，“捆绑销售”“价格悄悄上涨”等现象仍然存在。业内人士提示，直播间关于省钱、低价的介绍，让人眼花缭乱。消费者可以从货比三家、仔细算单价、关注赠品这三个方面着手，谨防上当受骗。

## 警惕“跑偏”的“第三方测评”

近年来，“双11”网购促销活动受到公众关注，不少消费者养成了“买前看‘第三方测评’”的消费习惯。与此同时，不少消费者也因“跑偏”“变味”的“第三方测评”而踩过坑。就此，中国消费者协会发布消费提示。

中消协提醒，针对某些主播、博主推出的各类“测评红黑榜”“必备好物清单”“避雷清单”，“必入”“智商税”“谁买谁后悔”“错过等一年”等词句，消费者应当多平台、多渠道比较，客观理性看待测评内容，保持清醒，聚焦真实需要。

消费提示中提到，不少“第三方测评”账号本身就经不起测评。消费者在浏览相关测评信息时，对于评论吐槽意见较多、带货推销倾向明显甚至有失公允的，要及时搜索查证、自觉远离；要留意查验有关测评项目是否合理，测评信息或数据来源标注是否清晰，相关结论有无常识性错误或逻辑谬误，还可以翻阅查验该账号往期内容、网友评论留言，综合比较信息的真实性；针对偷换测评概念、测评结果自相矛盾等涉嫌误导欺骗消费者的行为，可保留证据向相关互联网平台和有关部门进行投诉举报，维护权益。

■文/视频

三湘都市报全媒体记者 叶竹 通讯员 徐榕璐