

# 年轻人偏爱“丑”?“老鼠干”玩偶走红

低成本带来大快乐,其滑稽形象既能彰显个性,还是治愈情绪的“秘密武器”



扫码看视频

“丑得一般的不要,特别丑的才行!”近日,社交媒体上刮起一阵“审丑”的新潮流。年轻人纷纷晒出自己的“老鼠干”玩偶打卡照,还有不少网友分享奇怪的摆拍姿势,默契地加入这场“比丑大赛”。

据悉,“老鼠干”玩偶是一种定制玩偶,其充棉量有限,做工粗糙,有些玩偶四肢还内置铁丝,可以摆出任意造型。9月9日,三湘都市报记者走访市场发现,这种看似“抽象”的人偶,正凭借其低廉的价格、个性化的定制功能,成为年轻人的新“搭子”。  
■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 罗炜婷 胡钰林



9月9日,长沙一户外店内,市民正在选购轻便款雨伞。

## 雨伞玩出时尚感,一把卖到上百元

更轻巧,还能当装饰品,高颜值雨具成年轻人“社交符号”



扫码看视频

初入9月,艳阳与骤雨时常交替登场。漫步长沙街头会发现,雨具市场正在焕发着新的生机:曾几何时千篇一律的伞面,正渐渐被各类联名“高颜值”款式取代。与此同时,各类升级款雨伞凭借小巧轻便、易于携带的特点,加之可斜挎作装饰的巧思设计,不只是防雨遮阳的工具,正在悄然演变成行走的时尚单品。

升级后的雨伞是否受市场青睐?9月9日,三湘都市报记者进行了走访。

### 轻便小巧、功能多元,多折叠雨伞成趋势

9月9日,蕉下(长沙国金街店)内,不少顾客正忙着选购雨伞:有人上手掂量伞的重量,有人撑开伞查看花纹样式。记者留意到,除了传统款式的雨伞,小巧便携的折叠伞、扁体伞以及包伞一体款式应有尽有,各式花伞占据了店内近三分之一的墙面陈列区。

“和以往的雨伞相比,这些雨伞大多轻便和小巧,收伞后不到20厘米,克重基本上在100—200克左右。”蕉下的店员介绍。记者上手掂量发现,其中一款重量和手机重量相当,带在身上几乎无感。同样,在名创优品(长沙平和堂店)内,不少雨伞都打上了“超轻羽毛”“口袋便携”的标签,“轻便”已成为驱动雨伞市场的核心需求,并逐渐占据市场主流地位。

值得注意的是,各类雨伞还在朝着多功能化发展。蕉下店员告诉记者,店内的“口袋系列”,除了轻便易携,还能直接斜挎着当装饰品,口袋本身也能用来装些小物件,“这款设计上的细节更多,不仅能通过磁吸片吸附在手机上,配套的伞套还能单独用来收纳耳机等小件物品”。

为了更便于携带,如今不少雨伞已升级为“五折款”,甚至还有更小巧的“六折伞”。“和传统的‘三折伞’比起来,现在的这些多折叠伞收起来后尺寸小了不少,往包里一放几乎不占地方,出门带着特别方便。”市民洪先生说。不过也有消费者反映,多折式雨伞收起来时不如传统雨伞顺手,且关节处似乎

更脆弱,用久了容易损坏。

### 高颜值、装饰性雨伞一把卖到上百元

与此同时,雨伞也在向着个性化趋势发展,已进阶为颜值单品。在名创优品(平和堂店)里,货架上摆满了库洛米、玉桂狗、蜡笔小新等各类联名款雨伞,它们的伞柄还特意设计成了对应卡通人物的头部造型,模样十分俏皮,不仅有小朋友驻足,还吸引不少成年人选购。

不过,记者走访发现,这些升级版、高颜值的雨伞价格并不便宜,蕉下(国金街店)内的雨伞基本上在100元到300元之间。在名创优品一把雨伞联名后卖到近50元,九木杂物社的联名款式售价89.9元,比普通款式高出30元左右。

在线上电商平台,上百元的雨伞也不在少数,其中“野兽派”旗舰店一款Hello Kitty的联名晴雨伞售价217元,销量达8000件。“买回来一把质量还算凑合,是冲着颜值买的,很时尚。”一名消费者评价道。

### 雨伞发展成为Z世代的社交符号

“现在的雨伞大多是晴雨两用的,在生活里的使用频率越来越高,所以我特意买了好几把,出门时会根据当天的穿搭来挑选搭配。”湖南师范大学的王同学坦言,雨伞还是她常用的拍照打卡道具,“有些雨伞设计得很有氛围感,在户外拍照也很出片”。

“Z世代和重度社媒用户是颜值经济的核心消费群体,他们追求独特、避免撞款,而可爱风、小众款、联名款正好契合,雨具成了他们表达自我的载体,成为社交‘通行证’。”上述业内人士分析称,雨具这类使用频率较高的产品,要想长远发展,需不断更新和迭代。

业内人士认为,雨具从遮雨工具到个性与生活态度符号的转变,背后是消费者需求从“物质满足”向“精神满足”的升级,“这也给行业指明了新的方向,未来雨具的竞争,可能更在于对不同人群情感需求和场景需求的精准捕捉”。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 全若楠

### 低成本带来大快乐,有店铺月销量突破5000件

在审美日益多元的当下,“丑东西”反而更容易出圈。

“我在玩《恋与深空》这款游戏时,看到其他玩家都买了主角造型的‘老鼠干’,拍一些搞笑的照片或视频,觉得很有意思,于是也买了一个。”中南大学大三学生姚同学晒出了她的人偶,“这种人偶在网上很容易买到,既可以定制自己想要的款式,也可以买商家做好的现货。我买的就是现货,玩偶大概15厘米高,只需要14元。”

和姚同学一样,不少人开始入坑“老鼠干”玩偶。瑞鑫家居生活馆拼多多店的工作人员透露,买家定制这类玩偶只需提供人物的全身照即可,但手脚最好分开,人物呈大字形,这样做出来的效果更佳,“内置铁丝的30厘米人偶售价一般在十几元,没有铁丝的版本更便宜。近期来买‘老鼠干’玩偶的顾客很多,近一月销量已突破5000件。”

“这款玩偶手脚关节可以随意弯曲,能够摆出各种造型,上新仅19天,销量就突破1000件,一周内有超过百名消费者下单。”指尖玩偶淘宝店的工作人员介绍,此款玩偶提供20厘米、30厘米和40厘米三种规格,均有内置铁丝,价格分别为18元、19元和22元,其中30厘米的定制款最受欢迎。

### 年轻人开始追求“反传统”的审美表达

近年来,“丑东西”在年轻群体中热度持续攀升。淘宝已成功举办五届“丑东西大赛”,B站相关视频播放量合计突破2000万;微博话题“年轻人有多爱买丑东西”“这届年轻人为何偏爱丑东西”更是引发广泛关注,阅读量均破亿。

近期走红的“老鼠干”玩偶,正是这一趋势的生动体现。为何年轻人偏爱“丑东西”?

“年轻人对‘老鼠干’玩偶这类‘丑东西’的青睐,本质上是审美表达和情感需求共同作用的结果。”业内人士表示,在长期被高颜值、精致审美主导的环境下,年轻人开始追求“反传统”的审美表达。丑萌的“老鼠干”玩偶虽然丑,但比千篇一律的玩偶公仔更有记忆点,也更能满足消费者的“猎奇心理”,还是年轻一代彰显个性的独特方式。

此外,该业内人士强调,这种接地气的“老鼠干”玩偶,不仅让人觉得亲切又真实,还能提供一种“陪伴感”。年轻人出门逛街、吃饭,带上“老鼠干”一起拍照打卡,让偶像也能像朋友一样陪在身边;当年轻人面临学业、工作等多重压力时,“老鼠干”玩偶滑稽的形象也能对抗生活的沉闷,成为治愈情绪的“秘密武器”。



即便是外出吃饭,一长沙市民也不忘带上自己的“老鼠干”玩偶。