

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



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。