

情感溢价?公益之举?

# 戏服拍卖热背后,粉丝们究竟图个啥

香暗茶剧中戏服 1元起拍



扫码看视频

6月12日,热播剧《藏海传》在闲鱼平台启动戏服拍卖公益活动。剧中角色“藏海”的素色学生长衫、赤红官服、蓝色华服等标志性戏服以“1元起拍”的形式亮相,拍卖信息一出便登上热搜,剧组戏服拍卖话题引起关注。

近年来,不少热播剧组会在第三方平台拍卖戏服,早在2021年,热播剧《山河令》中角色“温客行”的一套红衣戏服就拍出22.46万元高价。戏服拍卖活动为何会如此火热?记者进行采访了解。

■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 熊韵婧

## 戏服拍卖热度颇高,百万围观频登热搜

《藏海传》戏服于6月12日10时开拍,截至16时,单件拍品最高价格便已突破2万元,部分单品竞价更是一路飙升,仅半天该场拍卖围观人数突破百万。但12日晚,优酷文娱发布通告称因不可抗力因素,暂时下架拍卖活动。而早在4年前,《山河令》剧组也同样因戏服拍卖热度居高不下。

2021年4月,《山河令》剧中一套红色戏服拍卖最终以22.46万元成交,创下“国内戏服拍卖最高纪录”。当时,为期3天的拍卖活动同样吸引超过百万人次围观,逾千人参与竞拍,最终13件拍品总成交额突破95万元。

近年来,热播剧集的戏服拍卖均价一路走高。此前,《琉璃》剧组中演员成毅的戏服拍出10万元;2023年,《长月烬明》剧组澹台烬质子时期服装拍出17万高价;2024年《大梦归离》剧组演员陈都灵的文潇常服也拍出9.2万元。各热播剧组主角团戏服拍卖价均在2万—5万元之间,更有剧中道具油纸伞拍出5万元价格。

## 情感溢价?公益之举?粉丝为何豪掷千金

不少网友提出质疑“粉丝的钱这么好赚吗”“这些戏服到底值不值这个价”。对此,曾参与《大梦归离》剧组拍卖并成功拍下2件拍品的肖女士表示:“除了粉丝赋予的情感溢价,不少戏服和道具本身就拥有传统工艺和非遗价值。”她表示,在普通观众眼中,一件戏服不过是块精心剪裁的布料,但在粉丝心中却承载了角色的灵魂,注入了对演员的喜爱,戏服拍卖也是粉丝情感投射的体现,这种情感需求推动了戏服从普通道具蜕变为具有收藏价值的物品。

值得关注的是,部分拍卖的收益并未流入出品方口袋,而是转向了公益领域。例如《山河令》拍卖所得全部以“山河令全体粉丝”的名义捐献给中华社会救助基金会“非遗保护”公益项目,用于支持手工艺传承。受捐机构也公开表示:“四季花常在,所有的关注与支持都将成为照亮非遗保护的光。”《长月烬明》拍卖所得以“长月烬明粉丝”的名义投入四川省,修建一个希望篮球场及三个美术教室;《藏海传》拍卖同样延续了这一模式,宣传时表示拍卖所得将用于公益项目。

曾在青柴文化工作并从事影视周边创作市场调研5年的周女士表示,这种创新模式既满足剧迷收藏需求,又赋予戏服社会价值,形成了“情感消费—公益回馈”的良性循环。

## 提醒

### 部分二手平台发起的售卖存疑

据了解,目前大部分戏服都会选择在二手网购平台进行拍卖,例如闲鱼就与《长安十二时辰》《三生三世十里桃花》《鹤唳华亭》等多部热门影视IP达成合作,开展影视道具拍卖活动。此外,不少剧组也会委托平台上的影视服装拍卖馆“双鱼馆藏ing”“南派悠选”等卖家进行拍卖,“双鱼馆藏ing”工作人员表示,目前店铺已经拍卖861件商品,大部分为非公益形式,热度颇高。

要注意的是,如今参与戏服拍卖的剧组越来越多,一些在二手平台发起的售卖存疑,粉丝在购买前应了解清楚是否为官方活动所得,是否为剧中所用戏服,拍卖有无凭证,避免上当受骗。

## 电子宠物机翻红 有的款式卖断货

业内人士:“拓麻歌子”承载着一代人的童年记忆和梦想



扫码看视频

三湘都市报6月15日讯 “现在买到‘拓麻歌子’有种穿越时空的感觉”“31岁终于全款拿下了‘拓麻歌子’”……近日,电子宠物机“拓麻歌子”掀起了一波“回忆杀”。在黑白屏幕上跳动的“宠物”曾是很多人的童年玩伴,只需三个按键便能照顾它的饮食起居。如今,在怀旧情怀盛行的当下,它正在重回大众视野。

## 童年记忆“拓麻歌子”重出江湖

6月15日,在名创优品长沙国金街门店,店内设置了“拓麻歌子”系列产品的展区,蛋形的电子宠物机展板十分显眼,上面写着“可以认养的拓麻超过50种”“可以玩10种以上的小游戏”“可以红外线通信”等信息。

“‘拓麻歌子’系列包括电子宠物机、毛绒玩具、毛绒挂件、挂绳、耳机包等产品。电子宠物机价格为179元,毛绒玩具59元,挂件和耳机包都是39元。该店工作人员介绍,“这个系列的产品我们前几天才上新的,有不少顾客询问。”

除了名创优品,玩具反斗城也紧跟这波潮流。玩具反斗城富兴广场店工作人员表示,“门店电子宠物机有普通复刻款和限定款,原价为169.9元,现在活动价139.9元就能买到。不过,我们店卖得最好的是比斯精灵宠物机(哈利·波特版),价格为299.9元,这款宠物机比‘拓麻歌子’更精致,能养的宠物也更多。”

相较于线下,“拓麻歌子”线上的销量更加火爆。“电子宠物机一共有8个款式,目前只有‘糖果派对’和‘花荡珠光’两款有现货,其他款式已经卖断货了,补货时间暂时不确定。”万代淘宝官方旗舰店客服表示。

## 电子宠物机翻红,缘于IP共鸣与情绪陪伴

承载着千禧一代童年记忆的电子宠物机,正以“科技+情怀”的双重身份强势回归。

早在1996年11月底,日本万代南梦宫公司的电子宠物机“拓麻歌子”一经推出,就在日本掀起了抢购热潮。据日媒报道,截至次年3月底,售出300万台。时至今日,“拓麻歌子”仍受到众多消费者的喜爱,在小红书平台上,相关笔记的浏览量高达1.6亿。

上百元的玩具,消费者为什么买单?“怀旧经济是电子宠物机翻红的关键,‘拓麻歌子’的翻红,本质上是一种情感消费的觉醒,其核心价值在于IP共鸣与情绪陪伴。”业内人士指出,“拓麻歌子”承载着一代人的童年记忆和梦想,消费者愿意为这份情感支付额外的溢价。此外,为吸引消费者,电子宠物机还加入了更多的互动功能,能带来一定的情绪价值,也适应了人们的减压需求。

“电子宠物机的持久性,取决于其是否能持续提供新鲜感和价值。如果能够不断推出新颖的功能,并保持与用户之间的情感联系,其热潮可能得以延续。”业内人士指出,“80后”“90后”因家长限制或经济原因未能拥有电子宠物,如今通过消费填补遗憾。正如网友所言:“179元买的不是玩具,是和小时候的自己和解。”

■文/视频 全媒体记者 卜岚 通讯员 叶彤 管欣