

每天看到它,心情就会好一点

包挂成为治愈年轻人“情绪小挂件”

□记者 姚舜妤 文/摄

一到冬季,各家饰品店铺的包挂也会换上“冬装”,毛茸茸的一只萌物挂在包上,成为每日穿搭里极具冬日氛围感的点睛之笔。

过去,包挂常被视为包包的点缀配角,如今却逐渐成为年轻人日常生活中的“情感伙伴”。从热门电影IP、地方特色文创到潮玩系列,这些可爱小巧的挂饰不仅是造型的一部分,更承载着情绪价值与身份认同。

据《羊城晚报》报道,今年上半年,“包挂经济”热度飙升,京东超市毛绒包挂销量同比增长164%,泡泡玛特相关收入更是激增超过12倍,占总营收比重达44.2%,首次超越手办业务。年轻人愿意花几十甚至上百元买一个小挂件,它们提供的陪伴感、认同感与治愈力,已悄然成为都市生活中不可或缺的情绪出口。



网友展示新入手的盲盒包挂



小静特地从二手平台收的羊副市长包挂

电影联名热 一只包挂,将情感共鸣“实体化”

“特别喜欢里面羊副市长的形象,虽然是个反派,但一只绵羊有这种邪恶的小劲儿还挺有反差感的。”舟山姑娘小静在看完《疯狂动物城2》后,不仅三刷电影,还购入了名创优品的电影IP联名盲盒包挂。为了抽中心仪的款式,她甚至特地去闲鱼平台向其他玩家收了一只,“现在已经美美挂上了,每天看到都会觉得心情很好。”

随着热门影视、动画IP不断涌现,联名包挂已成为年轻人表达喜爱、延续观影情感的重要载体。在名创优品的包挂区,迪士尼IP如玩具总动员、史迪仔、疯狂动物城,热门动画IP如吉伊卡哇、露比等形象的包挂占据整面墙,吸引着不少像小静这样的年轻消费者。这些包挂不仅还原了角色形象,更通过“反差萌”“细节梗”等设计,唤起观众的情感共鸣。

有时,包挂甚至能成为亲子互动的纽带。市民邱女士表示,每次带孩子逛商场,少不了逛这些饰品店,孩子一定会去打卡的就是包挂区。“每天她都要给自己的书包挂一个新的包挂,有时候我也会和他一起。”刘女士说,最近她发现了一种新的包挂,同一款有两至三个小挂件,通过磁吸可以组合在一起,“这种包挂就挺适合亲子或者情侣、好朋友一起用,有一种专属的亲密感。”

从影院到背包,一只小挂件让虚拟角色走进现实生活,成为日常陪伴的一部分。它不只是一个装饰,更是一段快乐记忆的实体化、一种情感的延续。

地方IP出圈 当包挂贴上“家乡标签”

除了热门影视IP,具有地方特色的文创包挂也悄然走红。

南京的红山动物园系列文创走红已久。舟山姑娘小张上个月去南京旅游时,发现游客几乎人手一个动物园周边毛绒饰品,包挂更是其中的热门款。“甚至有的游客说,来红山动物园看动物是其次,第一位是来买这里的文创产品。有的热门款已经售空,只能去官网小程序或者二手市场碰碰运气。”最终她也购入一款绿色花环搭配红狐的款式。

舟山姑娘小周今年上半年给自己和同在杭州工作的同事买了两个舟山特色IP包挂——“maomaomusing”设计的“东海打工人”系列中的鱿鱼须“嘉怡”和熏鱼“老熏”。

“第一次看到是回舟山逛商场的时候,在新城宝龙的舟山新意店看到这个系列的包挂,当时就觉得非常有意思,既有舟山特色,又很符合我们年轻‘打工人’的心境。”近日,记者也来到新城宝龙广场的舟山心意店,看到“东海打工人”系列包挂仍在出售,每款的线下售价为32.9元,门店还多了一个仿真烧烤架子,一排毛绒海鲜被摆在上面“炙烤”,令人忍俊不禁。

小周介绍,“嘉怡”的名字取自“N+1”,被裁员后获得“人生第一桶金”,虽然看着“惨兮兮”的,但反而开启了新的人生;“老熏”则是“班味”等级超标的职场老人,保温杯里的咖啡早就换成了枸杞,提前退休是它的梦想。小周说,这个包挂已经成了她的新宠:“这种取



小周的“嘉怡”包挂



具有舟山特色的“东海打工人”系列



小李收藏的SP系列毛绒包挂

材于舟山元素的包挂比较少见,形象设计也很新潮,比较符合当下年轻人的审美,挂上这个相当于给自己贴了一个‘舟山标签’,甚至还能增加家乡认同感。”

这些包挂将地域文化与当代情绪结合,让年轻人在佩戴中既能表达身份,也能在异乡找到归属感。

潮玩包挂炙手可热 是收藏也是“随身伙伴”

如果说电影IP和地方文创包挂更侧重情感共鸣与文化认同,那么以泡泡玛特为代表的潮玩包挂,则进一步将包挂推向“收藏级情绪消费品”。

市民小李是泡泡玛特的忠实玩家,过去主要收藏手办盲盒,但今年她的目标转向了包挂:“几乎天天蹲在直播间和小程序,一有补货就马上进去抢购、排队抽盒。”

小李尤其喜欢SkullPanda(SP)这个IP,近几个月已经收集了十来个SP挂件,花费上千元。“单个价格有129元的,也有159元和199元的,有的是盲盒,有的是吊卡,也就是明盒,都是搪胶毛绒挂件。我一般会自己抽一些,抽不到的心仪款就去潮玩交易平台收别的玩家的。”对她来说,包挂不仅是出门穿搭的一部分,更是可以“妆点”的伙伴。她为它们购置娃衣、保护面罩,“说实话,有的包的价格还没我花在一个包挂上的价格高,但只要情绪价值到位了,还是愿意买单。”

而这也正是当下“包挂经济”的核心逻辑:年轻人不再将其仅视为背包附属品,而是愿意为设计、IP、收藏价值以及它带来的愉悦感受付费。包挂逐渐摆脱“饰品配角”的标签,成功跻身消费市场主流,甚至催生出独立品牌与完整产业链。

从电影情怀到地方认同,从潮玩收藏到日常陪伴,包挂已悄然成为年轻人生活中不可或缺的“情绪小物件”。它们的价格有高有低,但都承载着丰富的情感与意义——或是一场电影的余温,或是一份对家乡的念想,又或是一种收藏的喜悦。在快节奏的都市生活中,这些挂在包上的“小可爱”不仅是穿搭点缀,更是心灵上的短暂停靠与温柔治愈。“每天看到它,心情就会好一点。”这正是情绪消费最真实的写照。