

潮流“挂”身上 小包挂“摇动”新浪潮

□新华社记者 程思琪 邓瑞璇 张璇

走在熙熙攘攘的街头你会发现,越来越多年轻人的背包上,摇曳着各式各样的小挂件。从毛绒玩偶到文创产品,从动漫周边到智能挂件,这些形态各异的小包挂,正悄然掀起一股时尚消费新浪潮,成为人们情绪表达的“移动符号”。

包挂消费热潮涌现,市场数据亮眼

走进位于上海南京东路的名创优品 MINISO LAND 全球壹号店,挂满整面墙的包挂产品,从经典动漫 IP 到原创设计,品类繁多,价格从几十元到上百元不等,吸引了不少消费者。

在三丽鸥包挂专区,大学生小吕和姐姐正在挑选与自己有“眼缘”的 HelloKitty 包挂。“这个秋日款很符合我现在的心情。”小吕一边说,一边将包挂放在背包上比划。

得物 App 统计显示,今年9月“挂件”关键词搜索量同比增长140%,订单量也实现127%的显著增长。小红书平台上,“万物皆可挂”话题浏览量突破1亿次。

云南昆明景星花鸟珠宝世界的文创摊位主李女士透露,今年她的摊位挂件销量比去年同期增长了约20%,游客和年轻白领是主要消费群体,“尤其是有地方特色的包挂更受欢迎,不少游客一次性购买多个作为伴手礼。”

“双十一”前期,浙江义乌市沃安饰品有限公司的工厂里,工人们正在生产线上全神贯注地赶制小马形状的皮革包挂饰品,经过质检与包装,这批货即将出口至韩国、泰国等地。“5月份至今,我们包挂的销售额月均增速达到20%,旺季单月甚至能翻番。”公司总经理陆毅介绍。

“从今年年初开始,国内外客户频繁询问包挂产品,于是我们迅速开始开发生产。”陆毅说,为紧跟潮流,团队每月会开发100款左右包挂,平均一天就有三、四款新品,“我们还获得元气小黄鸭、三丽鸥等IP授权,开发的包挂产品深受批发商欢迎。”

“包挂类产品因开发周期更短、效率更高、形式变化更快等特点,成为潮玩企业研发的不二选择,也为年轻消费者带来了更多新体验。”潮玩品牌 TOP TOY 市场营销负责人孔筱告诉记者,“截至目前, TOP TOY 自研搪胶毛绒挂件2025年内销售额已超2亿元,同比增长超200%。”

为何包挂成了潮流“搭子”?

如今,“日更包挂”成为不少年轻人的生活日常。“每天出门前,我都会挑选一个包挂来搭配当天的心情。”网友“卷卷”在社交平台发布的视频,展示着家中玄关处整齐悬挂的数十个萌萌可爱的小挂件。

“包挂热”的背后,是情绪消费市场的快速崛起。咨询机构 MobTech 研究院发布的《情绪经济消费人群洞察报告(2024)》显示,2024年,为情绪价值和兴趣买单成为年轻人消费的首要理由,占比超过40.1%。“在现代快节奏生活中,包挂成为年轻人表达情

感、缓解压力的重要载体。”艾媒咨询 CEO 张毅分析,“这些可爱的小物件不仅能带来视觉上的愉悦,更能通过触觉等感官体验,为使用者提供即时的心灵慰藉。”

与手办、模型等静态藏品不同,包挂具有“可携带”的独特优势,能随时随地陪伴使用者,成为移动的“情绪调节器”。“在基础款穿搭盛行的今天,包挂成为展示个性的重要配件。”一位时尚博主分析,“一个独特的挂件,往往能成为整体造型的点睛之笔。”

智能制造的发展和数字化车间的普及,也成为推动包挂流行的重要因素。“这种柔性生产让‘50件起订’‘100件生产’的小众订单也能轻松实现,产品得以快速投放至市场。对商家,库存压力降低;对消费者,可选择的商品种类更多样。”智能潮玩挂件生产商广东东莞市裕洪电子科技有限公司内销负责人张华说。

包挂变身“行走的国潮”

不久前,以上海“网红地标”武康大楼为灵感设计的玩偶包挂“武康康”一经推出,便受到市民游客热捧,成为武康路上的新晋“网红”。

“人们来看武康大楼,希望可以购买到有武康大楼 IP 的文创产品,‘武康康’会让人们觉得有温度、有亲和力,我们很多同行的朋友当场买下就立刻挂在自己的背包上,氛围感拉满。”来自江苏的游客张女士说。

如今,小包挂正被赋予越来越多的文化内涵。西安、成都等地推出的文创产品,让文旅特色包挂成为传播地域文化的“移动名片”;《长安的荔枝》等本土影视 IP 也推出多款包挂产品;敦煌研究院推出的张骞严选果蔬毛绒挂件,让历史以更亲切的方式走进日常生活……

“这背后,是中国消费者对以包挂为代表的国潮单品的喜爱认同和更深层的文化自信。”张毅说,当人们带着饱具文化内涵的包挂,在游览名山、历史建筑时一同拍照打卡,这不仅是对个人身份的展示,更是民族自豪感的真情流露。

中国包挂正在成为海外社交圈的“硬通货”,其承载的文化内核引起了越来越多海外游客对中华文化的好奇和向往。

在上海南京路步行街,海外游客们兴致勃勃地采购着中国特色包挂饰品。在社交平台上,外国博主开箱 LABUBU 挂件视频获得数十万点赞。泡泡玛特数据显示,2025年第三季度,其海外收益同比增长365%-370%。

名创优品集团副总裁兼首席营销官刘晓彬等行业人士分析,未来包挂市场将呈现多元化发展趋势:一方面,文化内涵的注入将使包挂成为传播符号,让地域文化与大众需求更紧密结合;另一方面,技术赋能将拓展包挂的功能边界,从单纯的装饰品升级为兼具实用性和情感价值的生活伴侣。

从街头潮流到情感寄托,从个性表达到文化传播,小包挂正在以其独特的方式,串联起一个庞大的消费市场。随着跨界融合的不断深入,包挂这个“小物件”必将撬动更大的市场机遇。

我国5G基站达470.5万个

新华社北京10月27日电(记者 周圆)记者27日从工业和信息化部获悉,今年前三季度,我国通信业整体运行平稳。其中,5G网络服务能力持续升级,截至9月末,5G基站总数达470.5万个,比上年末净增45.5万个。

数据显示,前三季度,电信业务收入稳步增长,累计完成13270亿元,同比增长0.9%。千兆用户规模持续扩大,5G用户快速发展,截至9月末,三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达6.95亿户,比上年末净增2486万户;三家基础电信企业及中国广电的移动电话用户总数达18.28亿户,其中,5G移动电话用户达11.67亿户。

通信能力方面,光缆线路总长度稳步增加,千兆光纤宽带网络建设持续推进。截至9月末,全国光缆线路总长度达到7444万公里,同比增长3.6%;全国互联网宽带接入端口数量达12.41亿个,比上年末净增3888万个。

开展人口老龄化国情教育 阶段性目标明确

新华社北京10月27日电(记者 朱高祥)记者27日从民政部第四季度例行新闻发布会获悉,为引导全社会正确认识人口老龄化带来的机遇和挑战,坚定信心、凝聚共识,民政部等22部门近日联合印发《关于深入开展人口老龄化国情教育的指导意见》,意见共6方面内容,明确了开展人口老龄化国情教育的阶段性目标。

“人口老龄化是我国今后较长一段时期的基本国情,开展人口老龄化国情教育是实施积极应对人口老龄化国家战略的基础性工程。”民政部老龄工作司副司长张晓峰在发布会上表示,意见明确了人口老龄化国情教育的主要任务和推进措施,“推动到2035年积极老龄观、健康老龄化理念普遍形成,全社会积极应对人口老龄化的思想基础更加牢固。”

意见提出,将人口老龄化国情教育纳入党员、干部教育培训内容,纳入学校思想政治教育,纳入老年大学(学校)、老年科技大学课程,纳入社会主义核心价值观宣传教育,重点做好党政干部、青少年、老年人、社会公众等群体人口老龄化国情教育。

在加强人口老龄化国情教育基础建设方面,意见提出研发人口老龄化国情教育示范课程,建立国家人口老龄化国情教育专家库,组建人口老龄化国情教育宣讲员队伍,推进线上学习平台建设,丰富人口老龄化国情教育资源供给。

中消协小程序上线“消协帮您找,扫码辨商品”新功能

新华社北京10月27日电(记者 赵文君)中国消费者协会“全国消协智慧315”小程序近日上线“消协帮您找,扫码辨商品”新功能,为消费者网购商品提供便捷的信息核验渠道。

这是记者27日从中国消费者协会获悉的。这一功能由中国消费者协会与中国物品编码中心联合推出,依托编码中心国家商品数据库的权威信息,引入消费者参与网售产品监督,推动网售环境协同共治。

近期,10家电商平台将对安全帽、电动自行车、燃气灶具、电磁灶、储水式电热水器等10类商品在销售中亮明商品条码,消费者在网上浏览商品时,可通过小程序扫描平台亮明的商品条码,实时调取编码中心官方登记信息,与平台宣传内容进行比对,辅助识别夸大宣传、信息不符等问题。

收到商品后,消费者还可扫描实物包装条码,核对产品规格、型号等关键信息是否与官方登记数据一致,如发现“货不对板”等情况,可一键反馈不一致信息。此外,消费者线下购买的商品,也可扫描实物包装条码,进行关键信息核验。

据介绍,消费者反馈的数据将实时同步至编码中心,编码中心据此启动数据核查流程,对反馈不一致的商品暂停其数据展示权限,并通知相关企业进行核实与修正。这一机制不仅推动企业履行信息登记主体责任,也实现了国家商品数据库的动态优化,为网售商品监管提供有力支撑。



壶口瀑布 “彩虹桥”

■10月27日在山西吉县黄河壶口瀑布景区拍摄的“彩虹桥”景观。

10月27日,位于山西吉县和陕西宜川县交界的黄河壶口瀑布景区天气晴好,飞溅的水雾在阳光照射下,形成一道壮美的“彩虹桥”。

新华社发(吕桂明 摄)