钱江晚报 潮·读城记

解压神器“捏捏”火了，为年轻人提供了情绪价值

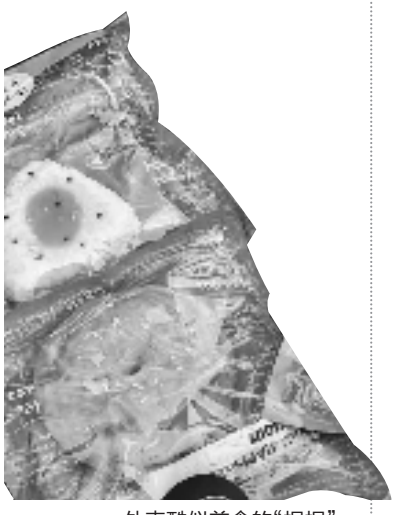
每个ID限购一个 上新当天就卖完

电商平台“捏捏”截图

本报记者 金檬

碎碎粒饭团、厚乳吐司、草莓舒芙蕾……最近，一种被称为“捏捏”的慢回弹类解压玩具在年轻人中火了。

不同于以前的解压玩具大多使用记忆海绵，如今的“捏捏”用的多是硅胶类材质，有着糯叽叽的手感，可塑性更强，且外形酷似各类美食，因为好看又解压，受到不少年轻人追捧，尤其吸引年轻女性“入坑”。



外表酷似美食的“捏捏”

捏捏怎么火

手工制作 爆款供不应求

“入捏坑2个月，已经买了50多个，根本停不下来。”杭州的小唐今年3月入坑“捏圈”，以前就很喜欢手办、公仔的她，一开始被各种“捏捏”可爱、逼真的外形吸引。

“第一次看到就心动了，一口气买了10款，有饭团、布丁、蛋糕等，收到之后上手捏过就更欲罢不能了，那种弹性和舒适感让人感到放松和愉悦。”小唐说，她经常随身携带一个挂在包上，通勤路上就可以随时捏一捏，很解压。还有不少是放在家里收藏，“每天看到那么多可爱的小玩意，心情都好了。”

记者发现，在小红书上搜索“捏捏”，就能看到近百万条相关笔记。不少网友称，买“捏捏”已经花费了上千元甚至上万元。

此外，社交平台上还涌现出不少人气手工博主，他们自己手工制作“捏捏”进行售卖，售价从十几元到上百元不等，其中不少已售出数千件。

由于这些“捏捏”都是手工制作，无法做到量产，因而制作周期较长，有些爆款甚至供不应求。

“每个ID限购一个，上新当天就卖完了，一般要排单两个月以上。”一名店主说。

“店里卖得最好的是黄油小熊‘捏捏’，是泥感裹绒的手感，包装上有一个挂环，可以挂在包上。”另一名店主表示，由于手工制作耗时比较久，目前工期是10~15天。

在二手平台上，一些爆款“捏捏”甚至被炒出数千元的售价，而愿意买单的也大有人在。

满足年轻人 解压和收藏的需求

“我的心都萌化了”“软软的QQ的，手感超级棒”“捏得停不下来”……在网上，网友们对于“捏捏”盛赞一片。为什么深受年轻人喜欢？

浙江大学管理学院教授、知名消费者行为学专家王丽丽告诉记者，“捏捏”弥补了个体在日常繁杂工作中缺失的控制感，另一方面，也为他们找到了一个发泄的出口。

“‘捏捏’能满足年轻人解压和收藏的需求，不少博主通过社交媒体传播，也成就了它的火爆。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅表示。

然而，在“捏捏”的风潮之下，不少网友也开始担忧它的安全性。

“买了一堆‘捏捏’，香精味道很大，拿甲醛仪器简单测了一下，直接超标，这两天不仅疯狂长痘，还得了结膜炎，不知道是不是和‘捏捏’有关。”一名博主说道。

记者咨询了一名卖家，“店里的‘捏捏’都是食品级硅胶做的，但是不可食用，建议放在袋子里玩。”

该卖家还提供了一份产品甲醛检测报告，测试结果为“合格”。但当记者问及PVC包装袋的检测报告时，该卖家称“没有”。

据了解，由于不少“捏捏”是个人卖家制作，因此大多缺少生产信息、质量合格证等。

刮刮为何乐

“刮刮乐”脱销 变情侣约会休闲节目

用中奖的钱买奶茶 感觉特别甜

最近，“刮刮乐”变得格外紧俏，甚至进入“限购期”。

在杭州莫衙营附近，一位年轻人为了买到“刮刮乐”，几乎一天要去最近的彩票店问三四次，“有货了吗？”

“昨天，我进的货刚到，他一次性买走5本，现在就一款，剩这20张。你如果明天来，一张也没有。”老板娘李女士无奈地说，“一周只给我进3000元左右的货，基本一天就卖光了。”

半夜1点多，都可能还在刮

去年起，买“刮刮乐”成为小陈和同事小俞每个工作日中午的固定节目。小陈说，自己并不沉迷，只是享受刮奖的快感。

但最近，他们常去的那家店却连着几天都买不到“刮刮乐”，“老板说，一周只进一次货，很快就卖完了。”

提及最近“刮刮乐”的配额制进货，彩票店主李女士充满不解，“这两年销量特别好，以前，我一周进货五六万元，有几十种品类可以选，现在突然减到3000元，只有五六本，还都是指定品类，没得选。”

李女士的彩票店在自家小超市内开了快10年，周边不少居民、上班族都习惯进店购物时，顺手买几张“刮刮乐”。她说，“有的人一次性会刮五六千元，到半夜1点多都可能有人还在刮。”

经营彩票店10多年的冯先生说，在他店里，“刮刮乐”一向是附带产品。但去年起，“刮刮乐”销量翻倍，他的店一周能卖出6万元，“晚上和周末生意最好。”

同时，他明显感觉买“刮刮乐”的年轻人变多了。“有不少小情侣散步经过时，就进店花几十元买十张，用中奖的钱去买杯奶茶都感觉特别甜。”冯先生说，买“刮刮乐”似乎逐渐成为年轻情侣约会的休闲节目，也变成一些年轻人过节送礼的特定仪式。

网红刮彩票视频，引发从众效应

中国彩票行业沙龙创始人苏国京说，今年春节之后，“刮刮乐”就陆续在各地变得紧俏，供需矛盾背后则是多重客观和主观因素的叠加效应。

从需求端来看，近几年，“刮刮乐”的消费群体大量增加，吸引了越来越多的年轻人。苏国京认为，这和彩票机构努力拓展销售渠道密切相关，“省级彩票中心在商业综合体内开设形象店，逐渐改变了年轻人对传统彩票店陈旧、古板的印象。”不少网红、年轻博主将自己刮彩票的视频发上网络，在从众效应下，“刮刮乐”逐渐带着时尚元素在年轻群体中流行。

财政部数据显示，今年前3个月，即开型彩票销售量占彩票销售总量的26.1%，国人总共刮了389亿元的即开型彩票，比去年同期多了174亿元，同比暴涨81.4%。

苏国京强调，彩票的健康发展是希望“多人少买、细水长流”，而非个别人带着一夜暴富的心理，为它一时上头。

本报记者 张蓉 文/摄

冯先生的彩票店内仅剩两款不到40张“顶呱刮”