

轻消费表达个性 能治愈心情 能破冰社交

年轻人的出街“搭子”：包挂里藏着另一个我

文/摄 生活报记者 李楠 牛婷婷

你的背包上,挂“搭子”了吗?如今,从呆萌毛绒玩具到精致创意文创,不起眼的包挂正从装饰配角,跃升为年轻人行走的“社交名片”与“心情晴雨表”。这背后,是怎怎样的消费新趋势与情感诉求?记者近日走访市场,探寻这方寸之物背后的火热逻辑。



毛绒金属布质各式包挂 成为柜台“主角”

走在哈尔滨市中心的商业街区与大型商场,一个显著的变化是,以往集中在精品店角落的包挂饰品,如今正成为不少柜台的“主角”。在哈尔滨一家大型购物中心的潮流集合店内,一整面墙被各式包挂覆盖,令人眼花缭乱。这里有憨态可掬的仿羊毛绒玩偶,有手感软弹、可随意揉捏的解压“捏捏”玩具,有能随时记下灵感的迷你手写板,甚至还有做成包子、蛋糕等模样的“食物”系列,材质有塑料、硅胶、金属和布料等。

“换一个包挂,就像换了一个新包包的‘心情’。”店内负责人一边整理货架一边介绍。这面“包挂墙”上,集合了经典动漫角色、热门电影周边、独立设计师原创等多个品类,价格从二十三元到一百多元不等。“销量一直不错,尤其是有知名IP联名授权的产品,经常卖断货。”负责人表示,包挂已成为门店吸引年轻客群的重要品类。

不同场景搭配不同包挂 彰显出街“小确幸”

顾客赵同学告诉记者:“我差不多每个月都会换一两次包挂,和换手机壳一样上瘾。比如期末复习压力大,我就挂个‘逢考必过’的锦鲤;和室友出去玩,就挂我们都很喜欢的卡通角色。这些小物件不贵,但能马上改变背包的气质,就像给每天的生活定个主题,特别有仪式感。有时候看到同学包上有趣的挂件,也会自然聊起来,算是我们这代人的一种‘社交暗号’吧。”

顾客周先生是年轻上班族,他说:“我平时通勤背的电脑包款式比较单调,挂个有点设计感的小物件,比如这种简约的金属几何模型或者复古徽章,能让它看起来不那么像‘工作包’,更像是自己的随身物品。对我来说,选包挂有点像选领带或袖扣,是一种不张扬的个性表达。而且忙了一天,低头看到包

上挂着自己喜欢的小东西,瞬间会觉得心情轻松了一点,算是工作日里一个微小的、属于自己的乐趣。”

随后,记者来到道里区的一家批发零售市场。在一家专营饰品和文创产品的店铺,包挂更是以规模取胜。店铺一整面货架和多个旋转展架上都挂满了产品。临近农历马年,以马为造型的包挂已悄然成为新宠。店主徐女士热情地介绍:“你看,这种是刺绣布艺的小马,那种是琉璃材质带流苏的,这边还有卡通造型的树脂小马、简约风格的金属马头,以及结合了鞍囊、马镫等元素的创意设计。”她拿起一款毛茸茸的小老虎挂件补充道:“我家毛绒包挂特别多,除了马年的产品,还有东北虎形象,代表咱们东北特色的挂件,卖得也很好。这些包挂价格实在,款式更新快,特别受年轻顾客喜欢。”



轻消费能表达个性 潮流门槛很友好

某社交平台数据显示,与“包挂”“包搭子”相关的话题累计浏览量已超过亿次。无数年轻人在这里分享自己的包挂搭配心得、展示DIY手作成果、交流不同风格的搭配技巧。从“治愈系包挂推荐”到“通勤风包挂搭配”,细分话题层出不穷。

电商平台的数据更为直观地反映了市场的增长。据一家主流电商平台销售趋势显示,近一年来,毛绒类包挂饰品的销量同比有显著增长。除了线下常见的类型,还有会发光的电路板风格挂件、能种植微小植

物的生态瓶挂件、内置香薰片的香氛挂件,甚至还有可以播放极音音乐的迷你八音盒挂件。

吸引年轻人的一个重要原因,还在于其相对友好的“门槛”。“一个不错的包包可能要几百上千元,但一个精致的包挂往往只需几十元。”经常网购包挂的大学毕业生小陈说:“花不多的钱,就能让每天背的包焕然一新,带来新鲜感和好心情,感觉性价比很高。”这种“轻消费”模式,让追逐潮流、表达自我变得更具可及性。

既是“情绪急救包”又是“社交货币”

对于许多年轻人而言,包挂在装饰功能之外,承载着更丰富的内涵。它首先是一个“情绪急救包”。正如消费者刘女士所言,选择何种包挂,可以与当日心情同频共振。心理学研究者分析,这种通过外物投射、展示内在情绪的行为,是一种积极的自我关注与情绪管理方式。可爱的、温暖的包挂形象,本身也能带来视觉上的愉悦感和心理上的抚慰。

包挂在年轻群体中持续升温,也映射出当下一种新的消费趋势:从追求物质占有的大件消费,转向注重情感体验与个性表达的“微消费”。年轻消费群体的逻辑正在转变,他们更愿意为能够带来即时快乐、彰显独特品位、或引发情感共鸣的“小确幸”买单。包挂正完美契合了这种需求,它单价不高,但情感附加值高;它体积小,但表达空间巨大。

与此同时,包挂正日益成为一种有效的“社交货币”。当两个陌生

人的背包上挂着同一动漫IP的衍生挂件,或是风格近似的原创设计,这便成为一个自然而然的“破冰”话题。“之前在咖啡馆,就有人因为注意到我的包挂过来搭话,发现我们都喜欢同一个设计师。”白领张女士分享道。这种基于共同兴趣的瞬间连接,让包挂超越了物品本身,成为年轻人寻找同好、拓展社交的视觉媒介。

更进一步看,包挂也被赋予了日益多元的文化表达功能。无论是承载地域文化的特色文创,还是体现环保理念的再生材料制品,或是支持独立设计师的原创作品,消费者通过选择与佩戴,也在无声地传递自己的文化认同、价值取向和审美态度。方寸之间的包挂,已不再是简单的附属品,它凝结着年轻人的情感需求、社交智慧与生活态度,正以轻盈的姿态,挂出属于这个时代的消费新图景与个性宣言。

金福来全屋定制 家装工装一体化

承接家庭装修、办公场所装修;家装、工装整屋家具定制;承接同行二手单柜体定制;工厂一站式服务—设计—加工—安装。

橱柜门、衣柜柜门定制加工(种类有PVC吸塑、PET、高光纳米板材等);免漆板材加工定制柜体(材料与环保等级自选)。

工厂设有样板展厅,欢迎参观选购。

定制热线

18904515815

15846048899

工厂地址:哈尔滨市南岗区王岗镇哈双公路592号,金福来家具有限公司

招聘信息 13946092977

诚聘

哈尔滨卓易科技开发有限公司是一家专业从事于安防产品、家庭防盗报警系统设计安装企业。

公司承接

闭路监控、远程监控、门禁系统、停车场一卡通、入侵防盜系统、防盜报警、视频会议、公共广播、楼宇对讲、电子显示屏等智能建筑弱电系统的工程设计与安装。

应用领域

政府机关、银行、公共交通、体育场馆、学校、商场超市、小区、娱乐场所及公共建筑设施场所。

公司拥有专业的销售团队,及在安防领域具有深厚技术力量专业的施工队伍。坚持“以人为本,科学经营”的管理理念,以“用户至上,信誉第一”的优质服务赢得了广大客户的认可和信任。

招聘:技术实习生 10人

岗位要求:1.监控、计算机及办公设备安装调试。2.有责任心,良好的沟通能力。3.工作认真,态度端正。

薪资待遇:2800-3500元/月,试用期6个月,试用期转正缴纳五险。

地址:哈尔滨市南岗区南通大街258号船舶电子大世界西区356室

联系人:张经理

电话:15945696495

生活报中缝广告

受理地址:哈尔滨道里区地段街1号生活报一楼103室 刊登 84681180 刊登 15004697804 电话 13613600156

敬告客户:本报广告部通过以下两种方式办理刊登业务:1.电话预订:拨打本报广告部电话(0451-84681180)或拨打本报广告部手机(15004697804)2.网络预订:登录本报广告部网站(www.hrbnews.com)或拨打本报广告部电话(0451-84681180)3.现场预订:携带相关资料,直接到本报广告部(哈尔滨市道里区地段街1号生活报一楼103室)办理

大连女车主违停三天被扎胎划车 网上一片叫好

社会秩序维护 不能靠以恶制恶“爽剧思维”



生活报首席评论员 静伟

近日,大连一位奔驰SUV女车主将车停在小商品批发市场旁三天未挪,自称因身体不适及时响应交警挪车通知。次日发现车辆遭严重破坏:奔驰标志钉丢失、车牌被掰变形、车身右侧有两道2米长划痕、右后轮胎被扎一枚三角钉。维修费或超5000元,还可能影响二手车价值。她承认停车时长“超乎预期”,但表示若对方曾联系或留条提示,自己会及时挪车,甚至接受被拖走,认为这种破坏车辆的行为让她无法接受。

我想或许因为很多人生活中都曾

深受他人停霸王车之苦,所以在这条新闻下面,我看到很多评论都在说这个女车主“活该”:

“警察让你挪都不

挪,别人给你打电话就好使了?”“我跟你讲道理,你和我耍无赖,我和你耍无赖,你和我讲道理。好事全是你家的了?你家人惯着你,别人没有义务惯着你。”正好刚看到“愤怒诱饵”一词当选2025年牛津年度词汇,像这样的社会新闻也正值“愤怒诱饵”,能够精准引爆公众情绪,让潜藏已久的愤怒藉此宣泄。不过对于这些困扰我们社会生活的琐事和情绪,也确实不容回避。我们需要以“理性之水”,来浇灭“情绪之火”,更需要用有效的社会治理,来杜绝以恶制恶的私力泄愤。

说实话,对于这位女车主的做法和说法,我也不以为然。她说自己并未遮挡出入口,可这是批发市场,商家进出货物频繁,如果停车不碍事,又怎么会有商家找交警联系你?就算自己生病了,也完全可以委托熟人或代驾将车挪走,或者就像她后来说的,干脆让交警拖走。可交警都跟你联系了,你还是拖到了第二天才去,别人跟你联系可能更不会再当回事儿吧?急惊风偏遇慢郎中,难怪逼得人发疯。你光想着自己的理由,却不管不顾别人的感受,遭遇激烈反弹也在情理之中。

不过,就算再急再气,以毁坏他人财物的方式来“解决问题”,既不合情理,更不合法。古语云,先礼后兵,

觉得车辆妨碍通行,可先通过车主预留电话沟通,沟通无效可求助交警、城管等部门,或直接拨打110报警维权,绝不能用毁坏他人财物的方式泄愤,因为这会使自己从受害者沦为加害者,陷入无理且违法的境地。虽然此次联系交警没能解决问题,但依然可以依循合法途径,或再次联系交警,及其上级部门,或报警求助,我想,如果警方真的强势介入的话,料想应该能治愈这位女车主的“拖延症”。但从这位女车主的单方说法看,除了交警那一次电话,似乎也没有人与其进行过认真有效的沟通,而是没有讲理,直接泄愤了。这种“你让我不爽,我就让你遭罪”的以恶制恶逻辑,看似“解气”,实则是将社会规则抛诸脑后,也让自己置于法律风险之中。

这样的事件也暴露了我们基层治理的缺位与困境。像这种停霸王车的现象,其实在现实生活中屡见不鲜,可如果不是停在主干道、消防通道等严重影响通行的位置,一般很少会有交警出面主动将其拖走,甚至很多破旧家生的“僵尸车”,如果不是赶上交警部门集中整治,也都是常年“赖”在原地不动。至于小区里霸占车位的现象,更是因为管理部门职责不清、互相推诿,逼得一些业主只能采取锁车轮、

焊车位等极端手段“以毒攻毒”。回到这起事件中,交警既然是接到商家投诉,那就不应只打个电话,对方不挪就走了一走了之,那只能让投诉的商家陷入更绝望和愤怒的境地。要知道,很多社会戾气的滋生,就是源于这些基层治理的缺位,当合法途径失效时,人们就更容易走极端、寻报复。要解决生活中的这些琐事破事,不仅要明确谁来管,怎么管,更要明确阻碍他人生活、侵害他人权利必须管。不能任由那些违法违规者有“如何呢?又能怎?”的无赖与嚣张的心态,也不能让那些被侵害者只能寄希望于“用魔法打败魔法”。

我们应该想明白一点,社会秩序的维护和社会治理的完善,不能靠快意恩仇,更不能靠以恶制恶的爽剧逻辑推动,而是要靠无数人在日常冲突中保持的那份理性与克制,在制度不完善时依然坚守的法治信念,在他人过失面前展现的善意理解累积而成的。其实,爽剧确实会带给我们片刻宣泄的快感,但只要你看多了就会发现,剧中人无不是陷入“他人即地狱”的互害模式之中,互相伤害、彼此痛苦。如果我们总是盼着靠着“恶人自有恶人磨”,那最终我们生活的境地,不就是一个“恶人谷”吗?

电动自行车新国标争议:

坚守安全底线 正视复杂生活

胡欣红

最近,电动自行车新国标再次成为舆论焦点。数据显示,全国电动自行车保有量已达3.8亿辆,因此,任何有关电动自行车的变化都会引发公众的高度关注。此次围绕新国标的争议,既有标准本身的问题,也夹杂着一些误解,需要理性看待。

近年来,电动自行车自燃事故频发,私自改装提速引发的交通事故触目惊心,规范整车质量、电池标准、防火性能等指标,是行业健康发展的必然要求。从明确塑料总质量占比、强化座椅阻燃性,到规范车速与动力输出逻辑,新国标试图从源头堵住安全漏洞,这份对公共安全的坚守值得肯定。

但是,安全标准的落地,终究不能脱离复杂的生活现实。电动自行车早已深度嵌入普通人的生

活,新国标车型一定程度上忽略了民众的多元需求是不争的事实。比如,部分车型未预留儿童安全座椅接口,让“接娃刚需”沦为难题;储物空间的缺失,让头盔、雨衣等必备物品无处安放,给通勤族带来极大不便……

安全不能简单地通过消除需求来实现,而要在安全底线与民生需求之间找到平衡点,通过更科学、更精细化的管理实现。新国标在执行中暴露的问题,本质上是“一刀切”的标准与多元化需求之间的错位。用同一把尺子衡量所有用户,让送外卖的与买菜的老人骑同一种车,容易导致双方诉求都难以满足。

安全的本质是为美好生活保驾护航,如何让安全与实用双向奔赴,需要政策制定者、生产企业、监管部门协同发力,给出系统性解

策层面,需要摒弃“一刀切”思维,探索推行分级分类管理,精准施策。可以借鉴功能细分的思路,区分“家庭通用型”“营运专用型”等不同品类,在速度、载重、电池标准上设置差异化要求——既保障普通用户的安全,也满足外卖员、店主等群体的生产经营需求。同时,要建立常态化的民意反馈机制,深入市井听

取家长对儿童座椅的具体需求,问问通勤族对储物空间的实际期待,让标准制定既接天线也接地气,保留足够的弹性与迭代空间。企业作为产品落地的核心载体,需要在合规框架内深耕设计创新。新国标并未禁止实用配置,企业应摒弃“为减重做减法”的简单思维,通过结构优化、材料创新等方式,在限重、限材的要求下释放实用空间;比如在车架设计中融入隐藏式储物格,为家庭

车型标配儿童安全座椅接口,针对对不同用户群体推出定制化车型等。

监管部门则需把握“安全底线”与“创新空间”的平衡。一方面要严格执行3C认证标准,杜绝不符合防火、阻燃要求的产品流入市场,严查非法改装行为;另一方面要鼓励企业的人性化创新,为实用配置的优化提供政策空间。对于儿童座椅安装、储物空间设计等民生关切点,可以出台指导性规范,既保障安全又明确标准,避免企业无序竞争或敷衍了事。

3.8亿用户的选择,决定了电动自行车不仅是交通工具,更是民生载体。电动自行车国标的完善之路,不应该是单一维度的标准强化,而应是安全与温度的双向奔赴。

据《南方都市报》