造景贴纸走红 成青年解压新宠

# “搭建”微缩世界 玩物需注意安全





文/摄 实习生 王梦迪 吴蔚茹 高淼淼
生活报记者 刘维娜 李丹

精巧的覆膜之下，一枚枚不过指甲盖大小的贴纸，勾勒出无数动人图景：廊桥望月的深宫、水汽缭绕的古汤、细雨朦胧的江南、灯火照壤的夜市、落雪安然的禅院……在模板下一层层地粘贴还原出美丽的场景，这就是当下正流行的造景贴纸。各式各样的微缩场景，吸引往来客人驻足翻看挑选。近日，记者走访线下精品店发现造景贴纸人气火爆，线上市场同样热度十足，同时还有为造景贴纸应运而生的微信小程序、同款游戏，甚至制作造景贴纸时需要的工具都被迅速带火。

这款上手门槛不高的文创从小众圈子逐步破圈，受到学生、职场青年的追捧，成为不少年轻人排解压力、消磨闲暇的新方式。火爆的背后，抢购难、二手溢价以及产品材质等问题，让不少玩家感到困扰。





## 线上种草引热潮 玩法不只照图拼贴

台灯的暖光铺满书桌，资深玩家小米（化名）手里捏着镊子，夹起贴纸，精准地在底板上轻轻一按。柜子、篮子、窗台的花一层层叠放，一幅完整鲜活的微型场景，就这样慢慢成型。

“我经常一坐就是两三个小时，我自己都没注意。贴完看到满满当当的成品，心里特别踏实。”小米告诉记者，她就是在网上刷到造景贴纸的视频后，出于好奇买来试试，结果就入坑了。“从入坑到现在，我购入的造景贴纸林林总总算下来，已经花销上千元了。”

无独有偶，入坑造景贴纸一年多的冯女士也是因为在网络上看到视频而开始玩的，但是她玩的更多是定制款。“我一开始也是买普通的贴，后来就打乱素材，自主构思、设计全新场景，后来我就发现有IP联名的和定制的，现在玩定制的比较多，但是不好买。”冯女士告诉记者，如今IP联名款层出不穷。“现在联名花样特别多，影视剧IP有《甄嬛传》《知否》《武林外传》，还有哈利·波特、罗小黑等动漫IP，都推出过专属造景贴纸，不少粉丝就是冲着IP来买单。”

“粘贴载体也不只纸质底板。”冯女士补充道：“很多爱好者会直接把贴纸贴在亚克力板上，去掉原有纸底背景，层层叠加之后，整个场景的立体感会更强，摆出来观赏效果更好。”多样的创作方式，也让造景贴纸不再只是简单的消遣玩具。

## 衍生品类兴起 火爆背后乱象隐患并存

随着造景贴纸热度飙升，围绕它的各类衍生产品与配套服务相继走红，冯女士向记者介绍了圈内涌现出的各类“花活”。

“自从造景贴纸火起，市场上就推出了很多微信小程序可以专门用来记录和下单造景贴纸。”冯女士说，“可以记录你一共花了多少钱，手上收藏多少张贴纸，哪些已经贴完，还有多少囤货尚未拆封。同时不少模拟拼贴的微信小游戏也火了，就算没有实物，也能线上体验拼贴的乐趣。”

除线上工具外，实体配套工具也发展成一个小圈子，镊子、桌子、收藏夹等。“就拿小小的镊子来说，不同形状、不同尖头，对应处理大小不一样的贴纸元件，还有不少玩家专门收藏各式各样的镊子。”

小众定制同样成为圈内热门。“一些明星的粉丝会定做该明星主题的造景贴纸，拿来当作周边售卖，很多造景贴纸品牌也会联合小众设计师，限量打版推出设计师联名款。”冯女士介绍，不管是明星周边款，还是小众设计师款，生产数量都很少，需要定点抢购，稍有迟疑就直接售罄。

各类造型贴纸的货源稀缺也催生了黄牛乱象。“有人专门蹲守抢购这些限量定制款，抢到之后就在闲鱼等二手平台高价倒卖。”冯女士颇为无奈，“原本十几块一套的贴纸，转头就能卖到40—70元，小众定制款本身价格就高于普通造景贴纸，再经黄牛倒卖，真心喜欢的玩家就要花更高价格才能买到。”

市场乱象之外，安全隐患同样不容忽视。记者在网络上看到很多玩家都发过玩完贴纸脸上长痘的帖子或者头晕的帖子，“贴纸的胶层或多或少含有甲醛、苯类物质。”冯女士告诉记者，圈内不少玩家碰到过气味刺鼻的产品，大家也摸索出土办法，新贴纸到货，先放到阳台通风散味再使用。

除此之外，记者还提醒各位玩家，贴纸包含大量微型小零件，“细小组件尺寸很小，如果家里有低龄儿童玩耍很容易发生误食窒息。如果家里大批量囤积贴纸，密闭堆放，有害物质不断积聚，也存在健康风险。”

在快节奏的日常里，拼贴造景贴纸，让不少年轻人得以从忙碌压力中短暂抽离。只是这份火热爱好的背后，二手炒作、产品安全等问题不容忽视，玩家在享受亲手搭建微缩世界的乐趣时，也应当保持理性消费，留意使用中的各类风险。

## 上手简单灵活 造景贴纸俘获年轻消费群体

近日，记者走访哈市多家文创集合店、文具市场以及潮流商超看到，造景贴纸摆在文创区域比较显眼的位置，时不时有年轻人停下挑选。

“造景贴纸，属于分层拼贴类文创产品，靠一层层贴纸叠加，就能搭建出房屋院落、市井街道这类微型场景。底板上带有定位线，贴得不满意还可以撕下来重新调整，不用多高超的手工能力，对新手很友好。”文创集合店店员向记者介绍，这一玩法出圈时间不算久，近两年造景贴纸才慢慢从小众圈子走向大众，学生、职场上班族都有不少爱好者。快节奏的日常里，沉浸式拼贴能够暂时把烦心事放到一边，加上上手门槛不高，慢慢聚拢起不少爱好者。

走访中记者了解到，目前市场上造景贴纸价位跨度不小，造景贴纸的画风选择也十分丰富，软萌卡通、古风古韵、都市烟火、山野田园各类主题不断出新，材质也各有区别，市面上常见的造景贴纸有亮膜、不覆膜还有肤感膜等。“普通单张大多几元到十几元，成套产品大致几十元上下。它的价格主要跟画风题材、材质有关，亮膜款比不覆膜款更易撕、耐磨，所以价格也会更高。”文创店商家向记者介绍，“学生和年轻人来买的特别多，复购率很高，很多人买完一套，没过几天又来挑新款式。”线下货架上热销，线上社交平台更是助推这股风潮。

出租出售
电话13946092977
出租库房
库房使用面积1200平米，举架高7米，宽敞明亮，屋内无障碍，有取暖设施，仓储优选，交通便利，临近三环路。
地址：南岗区王岗镇前兴隆村工业区
18904515815
15846048899
门市出租出兑
松北区融创融园临街门市，二层，建筑120米，已装修，有烟道，可从事多种经营，现店面经营德伦堡酒业。
18645117117
茶脉新语
电话13946092977
微茶始祖—松萝茶
新茶到店 欢迎品鉴


零售价：60 元/袋


零售价：158 元/罐


零售价：528 元/盒 98 元/罐


零售价：1188 元/盒 228 元/罐
品茶电话
18645049997
地址：哈市南岗区南直路信恒茶城富一层B5茗缘茶行【勐库戎氏专卖店】
生活报中缝广告
办理地址 哈尔滨道里区地段街1号生活报社一楼103室
刊登电话 84681180
13104659009 海霞老师
13613600156 王羽老师
18686821585 徐老师
尊敬客户
本报所刊登商务信息不作为提供双方交易的法律依据，交易时请认真核实相关证照，谨慎付款，一切交易行为责任承担法律责任。



冰城消费者孙女士反映

# 购车时4S店称有补贴 提车后发现无法申领

生活报讯（记者仲亮 文/摄）年末是汽车的消费旺季，二手车置换补贴是不少消费者购车时的重要考量因素，也成为各大4S店推介车型时的核心卖点。冰城市民孙女士近日向生活报帮办团求助，反映了她在购车时遇到的闹心事：“当初销售人员只说旧车置换能领1.3万元的补贴，半句没提车得在我名下满两年，现在旧车卖了、新车全款也交了，补贴却领不到了。”



涉事门店


孙女士买的新车

## 消费者：推介时只提有补贴 申领时才知有年限门槛

据孙女士介绍，自己之前有换车的计划，对比多款车型后看中了宝马530轿车。10月20日，她来到道外区先锋路的宝马龙晟宝锐4S店看车，因为对车型和价格都比较满意，当天就交纳了1万元的购车定金。此后，销售人员主动向她提起有二手车置换补贴政策，称只要用其名下的旧车参与门店置换，就能申领1.3万元的补贴。“旧车本来打算再开一阵儿，或者卖给亲戚，一听有一万多的补贴，算下来挺合适，我才决定走4S店的置换流程。”孙女士告诉记者，整个推介过程中，销售人员只强调了补贴金额和申领便捷，从未提及任何申领限制条件，她也默认只要把旧车交给4S店置换，就能顺利拿到补贴。

10月21日，孙女士按照销售人员的要求，将旧车连同机动车登记证书等全套手续一并送到4S店，交由工作人员办理后续过户事宜。23日，工作人员通知她车辆过户已完成，给她转了4000元的旧车收购款，同时告知她旧车已被转售。28日，孙女士订购的新车到店，她交纳了353800余元的全款后，办理了提车手续。当天销售人员告诉她，置换补贴需要自行在云闪付平台提交材料申领，并简单说明了操作步骤。

10月30日，孙女士在家按照指引申领补贴时，却发现页面提示车辆登记信息不符合要求，当即给4S店的工作人员发微信咨询，对方迟迟没有给出明确答复。当天晚上，她接到了门店销售人员的电话，对方称查询显示，孙女士的旧车在其名下登记时间未满两年，不符合申领要求，因此无法领取1.3万元的补贴。“从看车到交车，从头到尾没人跟我说过有这个要求。”孙女士表示，如果提前知道自己不符合补贴条件，她不会这么仓促地把旧车卖给4S店，更不会定下这款新车。

## 记者陪同到店进行协商 双方未能达成一致

11月1日，孙女士来到4S店讨要说法。她提供的现场视频显示，当天她与门店工作人员就责任划分问题产生争执，工作人员只表示“政策规定如此”，未给出任何解决方案，双方不欢而散。

11月2日，记者陪同孙女士再次来到宝马龙晟宝锐4S店，门店展厅经理田先生进行了接待。田先生首先就前一日双方发生争执一事向孙女士致歉，但对于补贴申领失败的问题，他表示除了旧车持有时间未满两年之外，孙女士的旧车在今年内曾过户给他人，之后又转回孙女士名下，这一情况同样不符合申领规定。对于田经理的说法，孙女士当场提出异议：“机动车登记证书早就交给你们了，上面所有过户记录都写得清清楚楚，你们收车的时候怎么不查？怎么不说不符合补贴要求？”

记者现场向田经理进行核实，收车与售车均由该4S店的工作人员负责，同属一个经营主体，在推进置换补贴的全流程中，门店是否有义务在收车环节就核验车辆的补贴资质？如果工作人员提前核验发现不符合条件，为何不在收车、提车等关键节点告知消费者？面对记者的提问，田经理没有给出正面回应，只是反复强调补贴政策是官方制定的，门店只是协助告知。当记者再次追问门店内部岗位之间是否就补贴资质设有核验、沟通流程时，田经理称：“您不要误导我回答这个问题。”

随后，经记者现场协调，田经理表示，在他的权限范围内，可以向孙女士赠送一定数额的店内消费积分，可用于抵扣后续的保养、维修、配件等费用，孙女士没有同意。

此后，孙女士明确提出了3项诉求：（1）希望4S店将旧车退回，自己全额返还4000元收车款，终止置换交易；（2）取消购车时捆绑的价值1万余元的电子元件保险；（3）购车时门店承诺赠送终生机油，但要求每次保养交纳500元工时费，孙女士希望免除这笔费用。对于孙女士的诉求，田经理没有同意。截至记者离开现场，双方仍未达成一致意见。

## 律师：经营者有完整告知义务 管理问题不能转嫁消费者

针对这起消费纠纷，记者采访了黑龙江拓行律师事务所律师高广志，他表示，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务真实情况的权利；经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。

本案中，置换补贴是4S店销售人员主动向消费者推介的购车配套政策，属于购车服务的重要组成部分。经营者有义务将补贴的全部申领条件，包括持有年限、过户要求、申领时限等直接影响消费者决策的核心门槛，主动、全面、明确地告知消费者，不能仅告知补贴金额等利好内容，刻意或因疏忽遗漏关键限制条件。此外，4S店同时承接旧车收购业务，掌握车辆的全部登记信息，有能力也有义务在收车环节核验车辆是否符合补贴资质，并将核验结果及时告知消费者，供其决定是否继续置换交易。门店内部销售岗位与收车岗位沟通不畅、核验流程缺位，属于经营者的内部管理问题，由此造成的损失不应转嫁给消费者承担。

高广志建议，孙女士可留存好购车定金凭证、聊天记录、通话录音、旧车过户凭证、购车付款凭证等相关证据，继续与4S店协商赔偿方案；如果协商不成，可向12315平台、属地市场监管部门投诉，或向消费者协会申请调解，也可通过诉讼途径维护自身合法权益。

省消协相关人士也提醒广大消费者，办理车辆置换时，切勿轻信销售人员的口头承诺，一定要自行查阅官方发布的补贴细则，将补贴申领条件、补贴金额、兑现时间、违约责任等内容书面写入购车协议，同时留存好宣传物料、沟通记录、交易凭证等证据，一旦发生纠纷可作为维权依据。

