

娃衣单品动辄几十元数百元，有人一买就是十几套 小玩偶“穿”出大市场



民生观察

■新重庆·重庆日报记者 周盈

12月12日，观音桥方圆Live中庭走廊上，大学生李薇正为LABUBU玩偶拍照——玩偶身着绣山茶花纹的小旗袍，盘扣细如指甲盖，裙摆流苏轻晃。“这款限量娃衣抢了三次才买到，比给自己买衣服还上心。”她笑着说。

不远处的“HeiFriend”店内，货架上从洛丽塔蓬裙到运动卫衣一应俱全，店主陈姐正忙着给顾客介绍：“这两天降温，加绒的小外套卖得最好。”

巴掌大的公仔衣服，单价从几十元到数百元，却让年轻人甘愿排队、熬夜抢购。这不是特例，在这片潮玩聚集地，娃衣专店已达8家，而三年前仅一家兼营手工店。

娃衣是指为玩偶设计的微型服装，正逐渐成为年轻人“养娃”标配，从小众爱好成长为热门细分市场。天眼查数据显示，我国现存潮玩相关企业超2.1万家，2025年新增约7100家，娃衣作为潮玩赛道“新晋顶流”，2024年淘宝天猫销售额同比增长超117%，进入2025年热度持续攀升，特别是5月单月销售额突破千万元。

非刚需、非新发明的小小娃衣，究竟藏着怎样的魔力？

娃衣热度席卷线上线下

随着潮流玩具市场规模不断扩大，娃衣销售也呈现爆发态势，这些精巧的服装单品

动辄几十元上百元。一些传统服装企业积极布局这一新兴领域，折射出“娃衣经济”的火热景象。

12月12日下午，“HeiFriend”店内，试衣台前聚集着不少顾客。店主陈姐的订单中既有本地客户，也有跨省客户。

10余平方米的店内，娃衣及配饰琳琅满目：睡衣、裙子、牛仔、鞋、假发、眼镜、运动器材、家具模型……货架上，价格从几十元的日常款到上千元的高定系列分层陈列。显眼处展示着当季联名款，如与国产动画《大理寺日志》合作的套装售价880元，已售出200余套。

“我以前开女装店，看到女儿给玩偶做衣服，就转型开了娃衣店。”陈姐介绍，开业18个月以来，月销售额从3万元增至12万元，其中150元至300元的中端款式贡献了超60%的营收。

顾客陈琳正在为两只人偶挑选姐妹装，最终选中总价约600元的两套春夏系列。“每只娃娃我都准备了至少10套衣服，包括日常、宴会和主题系列。”她表示，通过娃衣能实现现实中难以尝试的造型幻想。

线下热度仅是一角。淘宝头部娃衣店铺月销量均破万件，一款绣有宋锦纹样的旗袍娃衣月销超2.3万件。小红书上，娃衣相关笔记超50万篇，娃衣开箱等话题播放量破亿。抖音上，#棉花娃娃新衣分享#话题播放量达12.8亿次，相关短视频点赞量常达数十万。

情绪与社交的双重满足

娃衣并非新鲜事物，给芭比娃娃换装便是不少女孩的童年记忆。如今，年轻人热衷于为玩偶购置新衣、带出门“拍大片”。在李薇

看来，这切中了提供情绪价值的“养娃经济”。

“给玩偶换装，是成年人的情绪出口。”李薇表示，她的4个LABUBU玩偶各有专属衣橱，从职场套装到节日礼服一应俱全。“每天为娃娃搭配衣服、拍照分享，和‘娃友’交流，是最放松的时刻。”她认为，每次换装都像在治愈自己。

“在充满不确定性的世界里，人偶提供了安全的情感投射对象。打扮它们，也是梳理自我、表达内心需求的过程。”重庆医科大学附属第一医院心理卫生中心副主任罗庆华指出，娃衣消费是“自我延伸”的体现——年轻人将理想中的审美与生活状态投射到玩偶身上，通过装扮实现心理代偿。例如，古风娃衣折射出对传统文化的认同，洛丽塔风格则反映对“甜美精致”的审美追求。

罗庆华还提到，娃衣消费兼具情绪价值与社交属性。年轻人通过分享玩偶穿搭，构建起专属社交圈，获得身份认同。数据印证了这一点：中国玩具和婴童用品协会报告显示，72%的娃衣消费者会在社交平台分享相关内容，其中35%因此结识了朋友。

消费群体的多元化让娃衣市场突破圈层。在重庆方圆Live，顾客既有20岁至30岁的年轻人，也有带孩子的家长和中年爱好者。42岁的张女士在陪女儿时“入坑”：“现在和女儿一起设计玩偶衣服，成了我们的亲子活动。”

国潮文化的融入，更推动娃衣从“商品”升级为“文化载体”。浙江海宁某企业将非遗宋锦、香云纱引入娃衣，一款“千里江山图”主题套装售价599元，上线1小时即售罄。企业负责人表示：“传统面料与现代设计结合，既提升了附加值，也让非遗以更新的方式传承。”



同质化与版权困局待破

娃衣虽小，市场潜力很大。数据显示，全球玩偶服装市场预计到2025年将保持12%的年复合增长率。

然而，市场的快速扩张也带来了同质化严重与版权侵权的挑战。在社交媒体和电商平台上搜索“娃衣”，琳琅满目的商品令人应接不暇。不少资深玩家和从业者指出，一件爆款设计问世后，很快就会有大量面料、版型雷同，仅在细节上略有差异的仿制品涌现，价格可能只有正品的一半甚至更低。

拥有5年“娃龄”的收藏爱好者小郑表示，这种同质化竞争不仅挤压了原创设计师的利润空间，也渐渐消耗着消费者的热情与信任。

更值得关注的是日趋突出的版权侵权问题。今年4月，北京市海淀区人民法院审理的一起直播带货“泡泡玛特”娃衣侵权案引发行业震动，被告因销售假冒“Molly”“LABUBU”等系列玩偶服饰，被判赔偿500万元。

对此，北京金诚同达（重庆）律师事务所高级合伙人何明凤律师指出：“娃衣作为具有审美意义的立体造型艺术品，其独创性部分受著作权法保护。”

重庆大学经济学教授廖成林认为，娃衣市场的初期爆发吸引了大量逐利者进入，低门槛模仿成为其快速攫取市场红利的捷径，但也带来了“劣币驱逐良币”的风险。如果长期缺乏有效的创新保护与激励机制，行业容易陷入低价内卷，损害整体健康发展生态。他强调，市场平台应建立更主动的原创保护机制，消费者需逐步提升版权意识，共同营造尊重原创的市场环境。

第二届中国音乐文学盛典 在渝举行

本报讯（新重庆·重庆日报记者 周双双）12月16日，重庆广播电视台集团（总台）演播厅歌声悠扬、暖意融融，来自全国各地的200余位词曲名家、艺术创作者齐聚于此，谈词问道、抚琴唱和。当晚，第二届中国音乐文学盛典“问界·2025音乐文学之夜”举行，在旋律与文字的碰撞中致敬“带响的文学”。

盛典以一曲颇具气势的《问》拉开序幕，悠扬旋律与深情合唱瞬间点燃现场氛围。访谈环节，贺东、屈塬、杨启航、宋青松四位词坛名家分享了创作心得，袁晶、曹正杰则娓娓道来《世界赠予我的》的创作历程，阎维文回忆了历时22年整理录制《中国民歌歌系系列》的坚持。

作为盛典的核心环节，第二届中国音乐文学盛典“百首优秀歌曲”入选名单正式发布。这100首原创作品涵盖乡村振兴、百姓日常等多元主题，既承载着对生活的细腻感悟，也饱含着对时代的深情礼赞，尽显中国音乐文学的创作活力。

盛典现场还举行了致敬环节，10位为中国音乐文学发展作出贡献的词作家获颁2025年度“致敬词作家”荣誉，佟文西、吴善翎、钱建隆、阮居平四位词作家现场接受致敬。

本届盛典由中国音乐文学学会主办，中共重庆市委宣传部指导，华夏文化促进会、郭兰英艺术发展基金会支持，重庆市文化和旅游发展委员会、重庆市广播电视台、重庆广播电视台集团（总台）、重庆市文学艺术界联合会等单位协办，北京大地飞歌和重庆卫视联合承办。

“中央公园附近能‘挖宝’？”后续

中央公园有常见化石无金矿 部分“化石”实为地质结核

本报讯（新重庆·重庆日报记者 申晓佳）针对最近“中央公园有化石”“市民到中央公园开挖寻宝”的网络消息，12月16日，重庆日报以“中央公园附近能挖宝？”为题进行了报道。12月16日，记者再次采访了相关负责人及专家，就此进行权威回应。

“中央公园确实存在化石，但均为常见类型，并非稀品种。”重庆古生物研究院副院长、川渝共建古生物与古环境协同演化重庆市重点实验室主任代辉介绍，目前，中央公园区域发现的化石以双壳类、植物类为主，偶见零散鱼鳞化石，通俗来讲就是亿万年前的“贝壳”和“水草”化石，科研价值有限。代辉同时澄清，网上流传的部分重要化石照片并非现场出土，而是网友自行收集，另有一些被市民当成“化石”的照片和视频，实则是地质结核、岩石破裂面，与化石没有任何关联。

至于“挖到金子”的说法，更是子虚乌有。地质专家鉴定后证实，市民发现的“金子”，其实是外表酷似黄金的黄铁矿颗粒，这是一种由硫和铁组成的常见矿物晶体。

“所有古生物化石均属国家所有，是不可再生的珍贵科研究资源，需要全社会共同守护。”两江新区规划和自然资源局相关负责人表示，因科学研究等用途发掘古生物化石，必须向自然资源主管部门提出申请并获得批准，擅自开挖的行为本身就违反相关规定。

对此，主管部门呼吁，市民若发现化石，应第一时间保护好现场，切勿开挖、破坏，可通过拍照、录视频的方式记录，同时主动联系所在地的自然资源主管部门。

目前，两江新区规划和自然资源局已联合空港新城开发建设有限公司，开展现场群众劝导和场地保护工作。12月16日上午，现场已设置警戒线，并安排专人巡逻，后续还将增设安全警示标牌。



李家沱复线桥南引道 加紧施工

12月15日，李家沱复线桥南引道工程施工现场机械轰鸣，工人正抢抓工期加紧施工。目前，工程已完成整体进度的65%，预计明年底全面完工。

李家沱复线桥南引道工程，起点接李家沱复线桥南桥头，止于内环华陶立交，包括马王坪立交、花溪立交以及华陶立交。目前，马王坪立交建设基本完工，部分路段已投入使用，花溪立交建设已完成45%，华陶立交建设已完成95%。项目建成通车后将进一步加强巴南区与九龙坡区的快速联系，有效分流李家沱大桥车流，缓解交通拥堵。

记者 齐岚森 摄/视觉重庆

那些留在江滩的浪花，也依旧永恒 ——浅谈家庭情感短剧《家里家外2》

时代洪流滚滚向前，一去不返。却也总有些小浪花，碰跳上岸，留在历史的江滩上。当时光的传送门再次开启，我们得以闪回、得以空降，再临二十世纪八九十年代，热辣的川渝、暖心的故事，串接起了那些并不久远的记忆。

12月4日，由抖音集团短剧版权中心和短剧厂牌“听花岛”联合出品的家庭情感短剧《家里家外2》正式上线。该剧播出后迅速引发广泛关注，热度值连续5日破亿，4天观看量突破10亿，云合数据3天播放量破10亿，是云合最快破10亿的短剧，成为2025年短剧市场的现象级作品……“家长里短”总是有着一股牵动人心的隐秘能量。日子可以过得鸡零狗碎，也可以打理得井井有条。“家”很具体、很细节，却往往有着终极命题般的厚重感。

《家里家外2》的传播策略很清晰，自一开始就决定交给抖音集团短剧版权中心做分发，在红豆短剧等平台上线，实现“一次合作，多端分发”，

《家里家外2》，将普通家庭的悲欢离合、亲情羁绊娓娓道来，既有家长里短的爆笑日常，也有直击人心的情感共鸣。重组家庭、创业故事，“高坪区第一蚕桑娘”蔡晓艳，护妻顾家的“耙耳朵”陈海清，还有性格各异、吵吵闹闹的孩子们。这是一个非典型的“家”，恰因为其“非典型”，反而赋予整个叙事更多反转腾挪的纵深。让我们知道，短剧也可以不疾不徐、娓娓道来，淡然反而“超燃”。

明明很舒缓，反而很颤栗。明明很克制，反而很震撼……这种种“反而”，看似是对“意外”“巧合”的注脚，但倘若穿透其间、剖解到底，我们大概还是会不无叹服地说一句，“该它火”！现代社会的娱乐工业链条里，影视作品，其实都可以视作一个商业项目。《家里家外2》是个很成功的项目，妙就妙在，自一开始就选对了平台、渠道的赋能，贯穿始终。得益于此，主创团队得以腾出心力，打磨作品。

《家里家外2》的传播策略很清晰，自一开始就决定交给抖音集团短剧版权中心做分发，在红豆短剧等平台上线，实现“一次合作，多端分发”，

极大降低了沟通成本、压降了宣发费用，其在红豆短剧、抖音等平台同步上线后，快速触达了最广泛的目标受众群体——当然，这并不是一个“选择大于努力”的庸俗桥段，而是各自做擅长的事、最大程度放大比较优势。红豆作为国内领先的短剧平台，拥有海量片源和观众，而其最大的本事，其实还在于对产销全链条的精耕细作。

所有的平台，归根到底都是“人的集合”。红豆短剧平台，人气很高、“活人感”更强。《家里家外2》开播后，红豆用户的积极互动，成为该剧宣传的“自来水”，帮助该剧迅速破圈；此外，平台还持续推进了创作者账号运营。通过邀请版权方、演员入驻，让创作者和观众能够基于剧情展开实时互动讨论，戏里戏外，好不热闹。这种热络、亲切的氛围感，川渝人民想必不会陌生，这简直就是从前的“坝坝电影”。一样的配方、一样的味道，只是换了个形式而已。

自始至终，《家里家外2》都是一部很川渝的作品，方言对话、人物塑造、舞台布景，凡此种种，处处透出重庆和四川的元素。乐天的性格、幽默的俚语，

加之各种标志性的川渝美食穿插其间，无不呼应着这块大地上生活的日常。《家里家外2》的核心取景地是江津白沙，剧中饰演成年周大为的王培延则是土生土长的重庆人。所以，这是一部有活力的短剧，更是一部“有根”的作品，其根植于巴蜀大地、市井百态，根植于川渝人们的记忆点、情绪点上。

可以肯定的是，这个“根”，必须越扎越深，也必将更加枝繁叶茂、开花结果。川渝的方言喜剧，曾经盛极一时，而后渐渐式微。如今，《家里家外2》系列短剧的横空出世，煞费苦心而又机缘巧合地，延续了这一传统，并使之重回舞台中央。不同于其他短剧，《家里家外2》两部曲有着精品化的自我期许，有着系列化IP的精心布局。在东北喜剧、港剧等之外，川渝方言短剧也迎来了自己的“宇宙大爆炸”，命运的齿轮，嘀嗒嘀嗒。

用一个Idea启发另一个Idea，用一个IP衍生另一个IP，这是现代影视行业的生根与发芽。川渝的人文沃土，曾

经孵化出无数的精品杰作和文化偶像。而今，这个进程仍在继续、仍在加速。《家里家外2》再次拓展了短剧的表达边界与品质上限，其扎根于川渝大地上，而生发出一种全域的巨大影响力。说到底，总有些文化母题是共通的，是能够令所有人为之动容的。追剧的过程，又何尝不是对自我内心的又一次确认呢？

“这个世界变得越来越快，信息变得越来越杂，人们常常迷失。人与人之间隔着厚厚的屏障，而我最真的，永远是身边的家人。”剧中人的真情独白，与这个时代竟是如此地契合，甚至较之当时的八九十年代更加契合。任凭风云变幻，家在则心安。而周深在主题曲《时间啊》中唱道，“像浪花一样翻滚像黎明一样永恒”，而那些留在历史江滩上的“小小浪花”又何尝不是如此呢？它们总在闪着光亮，那是人性的光，是人情的暖，是永恒的怀想。

张强

渝兴公司：精准监督执纪 守护独居老人平安

块”的架构，实现数据信息交互共享，“线上预警+线下帮扶”同频推

数字重庆首个全市场化运营的民生创新项目。目前已完成7个区县部署，覆盖巴南区23个镇街高、中风险对象，处置烟雾报警4518起、一氧化碳告警1280起，平均处置时长压减至38分钟，闭

环处置率100%。

驻巴南区府办纪检组与渝兴公司纪委协同发力，立足监督执纪核心职责，以清廉建设为重

牢约束防线，推动项目廉洁高效推进，用纪律刚性保障民生福祉落地见效。目前，公司正积极申报清廉国企建设优秀实践案例，以项目廉洁建设成效彰显清廉国企创建实效。罗可

关于颁发金融许可证的公告

下列机构经国家金融监督管理总局重庆监管局核准，领（换）发《中华人民共和国金融许可证》，现予公告。

广东南粤银行股份有限公司重庆渝中支行

机构编码：B0200S250000005 许可证流水号：01142741

业务范围：经银行保险监督管理机构或其他有行政许可权的机构批准并经上

级机构（或总行）授权办理的业务

地址：重庆市渝中区中山一路85号附1号1层1-4#

邮编：400013 电话：023-88300961 批准日期：2013-1-9

发证机关：国家金融监督管理总局重庆监管局