

# 小挂件撬起大生意 “包挂经济”成消费新热点

憨态可掬的浪浪山小妖怪联名挂件、掀起抢购潮的LABUBU 搪胶毛绒、各家博物馆争相推出的文物挂件……被称为“包搭子”的玩偶挂件近期掀起新热潮。从几十元的小挂件到亿元销量，“包挂经济”折射出消费市场的新活力。业内专家指出，随着企业供给侧持续升级，未来将涌现出更多兼具情感温度与创新价值的产品，为消费市场注入新动能。

走进 2025 年中国国际服务贸易交易会（以下简称“服贸会”）9 号馆文旅服务专题展，记者发现，集聚了泡泡玛特、Letsvan 奇梦岛等国内潮玩企业的展区人流如织，来自五湖四海的观众纷纷与热门 IP 玩偶打卡合影，现场购买“盲盒”体验拆盒乐趣。

“此次参展的 WAKUKU、SHINONO、又梨等 IP 产品是最受欢迎的，破圈的 WAKUKU

成为众多消费者首选‘包搭子’，仅服贸会开幕第一天，WAKUKU 相关产品现场销售额达数万元。” Letsvan 奇梦岛相关负责人表示。

服贸会潮玩展区的火热是包挂产品“走红”的生动写照。

国研新经济研究院创始院长朱克力指出，“包挂经济”的背后是情绪消费需求的快速增长。年轻消费者追求悦己消费，包挂产品作为可视化载体，能通过造型、IP 联名传递情绪。与此同时，包挂产品是可触摸的情绪表达，比虚拟社交更加真实，易于产生圈层共鸣，社交圈的情感联结强化了消费动机。

“在消费结构升级调整的当下，情绪消费将成为未来一段时间的增长新机遇，催生更多消费新模式、新业态。”朱克力说。

企业“成绩单”更是印证

了这一趋势。

名创优品已与全球超 150 个知名 IP 达成深度合作，挂件挂饰类产品成为其合作 IP 的主流产品之一。

“大部分热门 IP 都会考虑做挂件挂饰类产品，Hello Kitty、Chiikawa 等高人气 IP 的挂件已经成为当前热门爆品。从数据来看，在名创优品货盘中，挂件挂饰属于毛绒品类下的细分品类，整体销量占毛绒品类超过 35%。今年至今，名创优品挂件类产品累计销售超过 1200 万件，超过六成单品售价在 30 元以内。”名创优品集团相关负责人告诉记者。

此前宣布完成由淡马锡领投的战略融资的全球潮玩集合品牌 TOP TOY，日前也在日本东京开设首家门店，搪胶毛绒挂件产品成为其热销品类之一。

“目前，TOP TOY 自研搪

胶毛绒挂件 2025 年销售额超 2 亿元，同比增长约 200%。从供给端来看，包挂类产品因其开发周期更短、效率更高、形式变化更快等，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。”TOP TOY 市场营销负责人孔筱告诉记者。

不过，孔筱也指出，今年以来，在热门 IP 的带动下，包挂产品迭代达到峰值，同质化现象增加，行业面临产品创新不足与质量参差不齐的挑战。她表示，要将小挂件真正发展成大产业，企业在供给端仍需持续推进产品创新。

对此，朱克力认为，供给端需从柔性生产与场景创新两方面突破。柔性生产能快速响应小众需求，缩短从兴趣到消费的转化周期。同时，进一步拓宽包挂产品的场景创新边界，尝试与不同业态、形式结

合，有利于构建差异化竞争力。

从“谷子经济”到如今的“包挂经济”，潮流玩具正逐渐从小众走向大众，发展为现象级大品类，成为新消费市场的强劲动能。《中国潮玩与动漫产业发展报告（2024）》显示，预计到 2026 年，中国潮玩产业总价值将攀升至 1101 亿元，年均增速超过 20%。

业内专家指出，未来随着消费需求快速增加、供给能力持续提升，会涌现更多满足情绪价值的创意产品，促进消费市场蓬勃发展。

“下一步，我们将挖掘更多优质 IP 内容与搪胶毛绒等创新产品进行结合，满足消费者多元需求，并进一步拓展产品功能场景，使其从配件配饰渗透到不同的生活场景中，成为不可或缺的新生活方式。”孔筱说。

（据《经济参考报》记者/陈涵阳）

## AI 技术如何深刻改变全球“快递”产业

随着人工智能（AI）浪潮兴起，万国邮政联盟（简称万国邮联）和日本、新加坡及欧洲多国的邮政公司在智能分拣、物流优化、客户服务等核心环节广泛部署 AI 技术。AI 技术正深刻重塑多国邮政业运营模式，推动这一传统行业从人力密集型向智能驱动型全面升级，迈入智能化、数字化和自动化新阶段。

### 整合数据 优化流程

作为联合国专门机构，万国邮联近日宣布推出首个用于分析邮政网络发展数据的 AI 试点智能体。该智能体在万国邮联的统一数据平台运行，整合所有相关大数据和其他数据源，用于分析邮政发展，能为政策、监管和运营方面的变革提供建议，从而在国家层面提升邮政覆盖范围和可靠性等，同时还可用于测试潜在解决方案。

荷兰邮政在 2024 年推出基于大语言模型的生成式 AI 追踪助手，这个名为“SuperTracy”的系统可用于追踪包裹从发货到投递的整个流程，识别物流环节的中断情况，提高包裹追踪透明度及客户沟通效率。

新加坡邮政利用谷歌云的 AI 基础工具开发了生成式 AI 解决方案，可自动提取贸易文件中的信息（包括手写内容），利用这些非结构化数据生成可搜索数据库，从而加



快物流调度与包裹投递效率。

### 人“少跑路” AI“多干活”

德国敦豪公司（DHL）在全球范围广泛部署 AI 技术，以提升仓储与分拣效率。该公司研发的 IDEA 软件分析历史数据，优化仓库拣货路线和聚类分析，合理分配仓库人力，显著提升订单处理速度与准确性。该软件能帮助仓库员工减少约 50% 的行走距离，单个仓库劳动生产率提升约 30%，且能够与大多数传统仓储管理系统无缝整合。

DHL 分支机构 DHL 快递公司在美国、新加坡、韩国等地部署了中国深圳蓝胖子机器人有限公司研发的 AI 分拣机器人。该机器人利用 AI 技术，可将文件和小件

包裹快速分类至不同投递箱中，每小时处理量超过 1000 件小件包裹，分拣效率提升约 41%，准确率高达 99%。同时，利用机器人分拣包裹还能减少人工接触，降低作业风险。DHL 快递公司计划在更多地点推广该系统。

在位于布鲁塞尔的分拣中心，比利时邮政实施了由美国科瓦里安特公司开发的 AI 分拣系统。该系统通过摄像头、扫描，可识别以往难以处理的重叠包裹和软塑料袋包装的包裹，将其分流至专用滑道，减少人工分拣工作量。该系统每小时可处理约 2.5 万件包裹，提升效率和准确性，此外，该系统还能捕捉包裹特征和损坏等数据，为企业客户提供包装改进建议。

### 破解配送“最后一公里”难题

面对劳动力短缺和交通不便等挑战，日本邮政积极探索利用 AI 和自动化技术做好“最后一公里”的配送，已重点布局无人机和配送机器人等方向。日本邮政携手日本无人机制造商“自主控制系统实验室（ACSL）”开展试点，利用具备自动驾驶能力的无人机执行超视距飞行，载重可达 5 公斤，实现包裹跨越山地快速投递。

在城市中，日本邮政与本土无人驾驶技术公司 ZMP 合作测试轮式配送机器人。这些机器人配备摄像头和多种传感器，能在公共道路上自主避障、识别交通信号并完成短距离包裹投递。

欧洲多国邮政企业也在积极探索机器人投递。例如，挪威邮政与自动化公司 Buddy Mobility 合作，启用轮式机器人承担部分人工投递任务。该机器人能通过智能手机与客户联系，并自主驶向客户，客户可在收到通知后取件或寄件。

一家法国企业为德国联邦邮政定制了名为 PostBot 的送货机器人，用于跟随和协助邮递员完成投递任务。该机器人载重可达 150 公斤，并能在遇到障碍物时自动绕行或停下，不仅显著减轻邮递员的体力消耗，还能让他们腾出双手，更高效地完成信件和包裹的分发工作。

（据新华社记者/冯玉婧）