



拼豆内卷暗藏安全隐患

从小众手工到席卷全国的“解压神器”，拼豆产业在短短两年内经历了爆发式增长。然而，随着门店数量呈几何级增加，版权侵权、材料安全等问题也随之浮出水面。

拼豆契合年轻人消费需求

拼豆通过将不同颜色的塑料小豆排列在模板上，再用熨斗加热使其融化黏合，形成平面或半立体的图案。操作简单、门槛低，大多数人能在几分钟内上手。在社交平台上，“拼豆教程”“拼豆图案分享”“拼豆创业”等话题热度居高不下，许多年轻人通过社交平台了解到拼豆，然后走进线下门店体验，再将自己的作品分享到社交平台，形成了种草、体验、分享的完整闭环。

记者调查发现，由于拼豆具有很强的社交属性，不少拼豆店还推出了团建、亲子体验等活动，进一步拓展了消费场景。在北京上大学的张宇告诉记者：“和朋友一起拼豆，比单纯逛街吃饭有意思多了。”

中国城市发展研究院投资部副主任

袁帅表示，拼豆低投入与高情绪回报的特性，恰好契合了当下年轻人对悦己消费的需求，也让拼豆成为情绪经济的典型载体。拼豆自身的低门槛与高适配性打破了手工创作的壁垒，它不需要创作者有专业的美术功底，只需要按照像素色块摆放即可完成创作，同时又能容纳极强的个性化表达。

低价竞争暗藏安全隐患

企查查数据显示，截至5月27日，国内拼豆相关企业总量达1601家，其中97.19%的企业成立于一年内。然而，拼豆产业繁荣的背后，隐忧早已显现。随着门店数量的急剧增加，行业竞争日趋激烈，价格战成为许多商家的唯一选择。

在本地生活购物平台上，记者看到不少拼豆店挂出“9.9元一小时畅玩”的价格，而在一年前，拼豆体验每小时需要几十元。“去年刚开店的时候，我们定价是每小时58元，每天能有十几单生意，利润还不错。”北京一家拼豆店的老板王女士告诉记者，“但没过多

久，旁边就开了两家拼豆店，价格一家比一家低。从每小时39元到每小时29元，到现在已经降到每小时9.9元了。”

低价竞争的直接后果是利润空间被严重压缩。“好的拼豆是用环保EVA材料制成的，没有异味，加热后也不会产生有害物质。但现在市场上出现了很多劣质拼豆，用的是回收塑料，加热后会有刺鼻的气味，对人体有害。”一位业内人士透露。

更令人担忧的是，拼豆市场的价格战正朝着恶性循环发展。“越降价越没利润，越没利润越要降低成本，越降低成本顾客体验越差，顾客体验越差就越只能靠降价吸引客人。”王女士无奈地表示。

市场服务标准亟待规范

除了价格战，版权问题和安全问题也是悬在拼豆产业头上的两把利剑，严重制约着行业的健康发展。

部分不良商家兜售“三无”产品、无CCC认证产品，存在一定的安全隐患。对此，中国消费者协会曾发布提醒，

消费者应优先选购明确标注PE或EVA材质的产品；应认准拼豆产品配套熨斗上的CCC认证标识，切勿选择低价“三无”产品。

版权侵权也是拼豆行业尤为突出的问题。记者在多家拼豆店看到，店内提供的图案册上，几乎全是知名IP形象，一些商家还将这些侵权图案制作成钥匙扣、冰箱贴等进行售卖。

北京另一家拼豆店的老板向记者坦言：“我们也知道用这些图案是侵权的，但如果不提供这些热门IP的图案，根本就没有客人来。”

记者了解到，目前拼豆行业还没有统一的国家标准和行业标准，从而导致市场秩序混乱。袁帅建议，拼豆行业需要制定更规范的服务标准，从业者也需要在体验升级、内容创新、产品差异化上下功夫，比如开发更具特色的内容、提供更舒适的环境、拓展定制化的服务场景等。只有这样，手作经济才能摆脱“一阵风”的网红宿命，成为消费市场长期的增长点。

（据《中国消费者报》）

消费警示

“6·18”消费提示 警惕 AI 造假 理性看待秒杀

近日，北京、天津、河北、广东等多地发布2026年“6·18”网络消费提示或合规提示，提醒消费者理性看待满减、秒杀、直播带货等促销活动，警惕AI造假等消费风险。

该提示称，消费者购买食品、药品、医疗器械、化妆品等特殊品类时，务必确认商家具备相应经营许可，不点击陌生短信、社交群内的不明链接、非正规二维码，拒绝微信私聊、线下转账等脱离平台的私下交易。

该提示还称，大促期间，消费者应提前比对商品日常售价、历史价格，辨别虚假打折、虚标原价等行为，不要轻信“全年最低”“全网最低”等绝对化宣传。观看直播带货时，应理性看待主播宣传，不被夸张演绎、口头承诺、饥饿营销误导，务必通过平台官方交易通道下单，拒绝被主播引导添加微信、点击不明链接、下载不明App等平台外交易。

（据澎湃新闻 记者 / 薛莎莎 实习生 / 陈芷茗）

风险提示

粽子“套路”翻新 “手工”“私房”“限定”让你无法比价

粽叶飘香，又逢端午。一盒粽子，本应承载着节日温情，然而在“心意”与“面子”的驱使下，过度包装、隐性搭售、信息不对称等消费陷阱正以更隐蔽、更精巧的方式直接影响着消费者的判断。福建省消费者权益保护委员会日前发布消费提示，莫让节日消费被套路捆绑。

套路在“升级”

福建省消委会指出，过去的虚标价格、缺斤短两，消费者一眼就能看穿。常见的套路则是组合搭售：一盒粽子搭配一包糕点，单看每样定价都不贵，整套组合的售价却比单独购买的市场价高出不少。消费者以为得了实惠，实际上很可能是在为商家的库存买单。消费者要防备粽子过度包装，慎购总价较高礼盒。“手工”“私房”“限定”正在成为新的信息壁垒，这三类标签的共同点，就是让消费者无法比价。

量产粽子可以查配料、比克重、算单价，但一旦贴上“手工”标签，价格就脱离了公开可比的体系，定价全凭商家一方说辞。福建省消委会指出，“手工”不是免检牌，“私房”不是法外地。未取得SC生产许可的食品，无论冠以什么名头，都不具



·资料图片

备合法销售资格。

端午送礼是人情常态，部分商家恰恰抓住了消费者“送礼不能太寒碜”的心理，把包装做成了产品主角，粽子本身反倒成了配角。一盒售价几百元的粽子礼盒中，粽子的实际成本可能不足百元，其余成本都消耗在包装、手提袋和祝福卡片上。也就是说，消费者花的钱，可能七成买的是“面子”，不是“里子”。

消费提示

选购粽子要认准正规渠道，优先选择证照齐全的商超及平台，无

SC生产许可的粽子不建议购买；购买时务必检查标签信息是否齐全，重点核对配料表；真空包装出现破损、漏气、胀袋情况的，坚决不买；粽叶颜色异常鲜绿的，很可能是“返青粽叶”，易导致铜元素摄入过量，危害健康；购买新鲜粽子可现场闻辨气味，存在酸败等异味的，一律不要购买。

延伸阅读

根据市场监管总局（国家标准委）发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》（GB23350-2021）和《限制商品过度包装要求 生鲜食用农产品》（GB43284-2023）两项国家标准，对包括茶叶在内的31类食品、16类化妆品的包装层数、包装成本、空隙率等均做了严格限制；明确了蔬菜（含食用菌）、水果、畜禽肉、水产品、蛋共5类生鲜食用农产品是否过度包装的技术指标和判定方法：粮食及其加工品、月饼及粽子不应超过三层，其他商品不应超过四层；月饼和粽子包装不应使用贵金属和红木材料；生鲜食用农产品包装成本与销售价格的比率不超过20%等。

（据中国消费网）