

千年文化穿上身“娃衣”催生新消费



中青报·中青网见习记者 李怡蒙
记者 蒋肖斌

7月，江苏女孩席屿到贵州旅游，她喜欢的一名歌手是贵阳人，于是她带上了以歌手为原型的棉花娃娃“周可可”。一天晚上，她路过贵阳的特色商业街区——一个汇集非遗体验、文创店铺、手工小铺等丰富内容的“打卡点”，在一个摊位前，被穿着苗族衣服的玩偶吸引了。

席屿拿出自己的“周可可”对比了一下，发现衣服刚好，银饰项链大了一些。“店里的苗族头饰没有适合的尺寸，店主量了一下‘可可’的头围，说马上手工做一个，等一会儿就能拿到。”几天后，在黔东南的西江千户苗寨，席屿和手中的棉花娃娃一同穿着蓝色系的苗族服饰，留下合影。她在网上晒出照片，自豪地说：“可可和苗族妆造适配性也太高了吧！”这个夏天，玩偶们穿着民族服饰的“艺术照”，越来越多地出现在社交媒体上。玩偶们在贵州、广西体验西南少数民族风情，在福建簪花，在山西穿上“晋商大小姐”的裙子……在“娃衣热”背后，传统文化以更轻巧、更可爱的方式，融入现代生活，催生出生充满活力的文化消费新场景。

微缩的服饰，浓缩的文化

最近，玩偶 Labubu 火了，它们身上的各种衣服也引人注目。在广西壮族自治区博物馆文创商店里的“陋骆工坊”，“五一”期间，有客人带着 Labubu 到店制作娃衣，并拍照发到社交媒体上，带火了店里为棉花玩偶定制壮族和苗族娃衣的服务。

“陋骆工坊”的手工老师籍颖绮介绍，工坊工作人员大多有设计相关的专业背景，日常在店内开发手工艺品和亲子手工活动。之前最热门的产品是仿苗银壮锦系列冰箱贴和毛绒玩具，尤其是立体的手工仿苗银花冠冰箱贴最受消费者欢迎。

今年2月，“陋骆工坊”开发新品，大家想到将花冠的造型与毛绒玩具结合，为一



彭颖涵根据汉代玩偶衣服文物再创作的娃衣稿图（已申请版权保护）。受访者供图

些小型玩偶做了苗族花冠的帽子，又为其创作了壮锦织带和花冠底托构成的壮族头饰。“我们的工作人员自发将娃娃带到店里做娃衣打样，我们就这样开发出了第一代娃帽产品。”籍颖绮说。

今年“三月三”，“陋骆工坊”上线了第二代壮锦娃衣产品，为玩偶量身定制壮族衣服。这是一次基于民族节日的特别活动，店里只准备了少量现货线下销售，没想到被顾客们一分享，在网络上的热度很快高了起来。

“越来越多到店顾客对我们提出要求——可不可以给我的娃娃做一个帽子？有没有更多的款式可以选择？现场可以做吗，需要等多久？”籍颖绮回忆，“在三月三和清明假期期间，很多客人带娃到店，想要我们现场制作娃帽。”到5月，热度更加高涨，线下店平均每天现取30套娃衣，线上排单约200单。师傅们工作量激增，店里的各个角落都堆满了客人们排队的娃娃。

“我们将产品开发过程的一部分交给消费者，比如，他们需要自己搭配织带颜色、选择帽子上的装饰，现场的手工老师帮助消费者落地创意并形成产品。因此，我们店的娃衣制作时间短，能让顾客现场拿到成品。”籍颖绮自豪地补充道，“我们基本不挑娃的体型，很多特殊体型的娃娃很难买到合适尺寸的衣服，在我们这可以量身定制。”



“陋骆工坊”制作的苗族、壮族、彝族的玩偶帽子。受访者供图

彭颖涵开始找寻这件衣服的详细资料，她先是浏览了敦煌马圈湾汉代烽燧遗址的考古简报，又询问了敦煌博物院，但信息都较少，最后还是通过行业内朋友的帮助，找到了《敦煌马圈湾汉代烽燧遗址发掘报告》，看到记载：“以素绢手工缝制，以深红色绢作领和袖，以深蓝色绢作袖缘。衣长

“我看到了2000多年前的娃衣！”

事实上，给娃娃穿衣服并不是一件新鲜事。毛绒玩具、树脂人偶、棉花人偶的服装、饰品，已经发展了很多年，在网上有着大大小小的品牌和店铺。

95后女孩彭颖涵（网名“大仙女兔”）就经营着一家网上娃衣店铺。她从2022年开始接触棉花娃娃，会自己绘制或挑选收购画手的稿图，联系厂家打样定制、批量制作娃衣成品，上架出售。至今她已经推出了多款具有民族特色的娃衣，其中一个系列的藏族娃衣销量最好，卖了近万套，还有顾客呼唤再次上架。

为了这一系列，她付出了大量心血：通过影视资料和书籍，了解藏族服饰文化；稿图很复杂，配件众多，花纹、首饰、腰带都十分精细，她不想将就，买到合适的成品零件就自己定制，购入不同质感颜色的面料对比……“项链下垂的形状、剪裁的松紧程度，都要不断调整，打样的过程耗时超过半年，我会忍不住焦虑，但也不想放弃。”彭颖涵说。

今年4月，彭颖涵在甘肃省博物馆看到一件出土于敦煌的文物，是一个汉代小朋友给自己的玩具小人偶穿的娃衣。它两袖仅长2.6厘米，衣长4厘米，用茜草和靛青染料染了色。彭颖涵惊叹：“我看到了2000多年前的娃衣！”

文化批评

杜绝人为的“一票难求”让演唱会回归纯粹

□ 韩浩月

据报道，进入8月后，某些明星演唱会一票难求的景象再度上演。某男子演唱组合所属公司采取会员制，用户充值298元能获得优先购票特权，这一做法遭到广泛质疑。在消费者第一时间上网“拼手速”的同时，“线下黄牛”与“线上代抢”等热门演唱会常见的交易也卷土重来，不仅制造消费焦虑，也带来个人信息泄露等风险。

人们不禁疑惑，规则本该简单，交易理应透明的购票行为，为何仍会让人焦虑？某种隐形权力的压榨、剥削，不公平，这些附加于演唱会消费行为的体验，实在让人太不舒服。“既然买不到票，不去看不就行了？”这样的局外人话语，显然无法说服长期浸润于粉丝文化中的消费者。一拥而上的抢购潮，助长了演唱会某些环节的傲慢与有恃无恐。虽有纠错举措，却每每无功而返，这意味着利益之网中“暗影”的强大与根深蒂固。

在公开购票平台上一票难求，但当有用户加价，甚至花费数倍票价时，那些“消失”的票却神奇地出现了。主办方与票务平台被指预留票源（通常20%-30%）流向二级市场，将约三成票源分给所谓“合作”黄牛，夸大“工作票”需求并将之转售牟利，这些票务潜规则，虽屡经媒体报道并被证实，但仍顽固存在或换成新花样继续。票务资源掌控者的精明与贪婪，普通购票者的无奈与“待宰”状态，构成了鲜明的对比。

人物

呼兰：脱口秀就像打联赛，最怕心态变形

中青报·中青网记者 沈杰群

脱口秀演员呼兰的段子总有奇妙的反差：明明是名校毕业、履历光鲜的“别人家孩子”，却总焦虑自己没新段子，然后一次次给观众惊喜，说“年轻人狠狠共情”的脱口秀。

2024年，呼兰用“承重墙”比喻职场的段子引发年轻人共情——“那几面承重墙支撑着整栋楼，其他的墙都在假装承重”；今年，他登台调侃自己之所以“年年上节目说脱口秀”，是怕被人发现这面“承重墙”休息了竟不影响房屋质量。

最近，在《脱口秀和Ta的朋友们》第二季录制期间，又完成一次“炸场”演出的呼兰，接受中青报·中青网记者专访。

呼兰曾练过乒乓球，大学本科学历金融，硕士时在美国学精算，工作后成为敲代码的程序员。

因为2017年看了一场脱口秀线下演出，呼兰开始走上脱口秀表演之路。在2018年的《吐槽大会》，呼兰个人首秀就拿下Talk King（脱口秀冠军），迅速出圈；2022年在《脱口秀大会第五季》斩获年度总冠军。

2024年年末，呼兰带着他的《草班班》开启全国巡演。在呼兰看来，线下开麦更像“测试环境”，用来测试观众对话题的接受度。比如讲一些涉及社会新闻的梗，一开始观众觉得真实、认同，但不敢笑，这时候呼兰就会调整表达方式，让观众放松接受。“录节目和开放麦，观众本质反馈是一致的，只是程度不同。”

拿过“脱口秀大王”，呼兰依然重新“归零”，下一年继续全力以赴。舞台上，呼兰把这种个人状态讲成了段子，说很多年轻人吐槽为什么要上班，不妨反过来问一句“为什么不上班”。

“有些事正着想，想不出来，就不如反着想。太多事没答案了，那不如继续先这样

4厘米……下摆残。”于是，她产生了一套完整娃衣的设计思路，并画了稿图——左襟压右襟的汉制交领，上襦长度控制在腰间；文物下裙虽残缺，但参考西汉平面裁剪技法，下裙延伸出垂坠裙摆，腰间褶皱与系带均按出土资料复原。颜色方面，她选用风化后的现存色，上襦为鹅黄色、橙红色和蓝绿色，下裙为深棕色。娃衣还增添了几种汉代经典纹样，并从汉代器物中提取出元素，做了一些原创设计。

“在严格遵循出土文物形制的基础上，新增了有史料出处的细节设计，古今交融但不逾汉制。”彭颖涵说。这套设计引发了许多网友的关注，纷纷期待其“实体化”。

要精致可爱，也要故事感和内涵

不少文化潮玩达人把目光投向了为玩偶制作民族服饰。浙江省博物馆有一款文物拟人棉花娃娃文创商品，配套了汉服和头饰；恭王府博物馆近日也上新了穿戴国风服饰的盲盒娃娃与棉花娃娃。

梁恒源是壮族织锦工艺的传承人，他打造的“壮锦娃娃”系列，为树脂人偶穿上壮锦服装。与他合作的兰培文说：“传统文化要从娃娃抓起，这款壮锦娃娃很受年轻人的喜爱，在外地展出时常被抢购一空。”这系列娃娃还走出国门，卖到了法国、德国等地，让我们把视角从这些娃娃的设计师，

转向娃娃们的“监护人”。浙江的95后陈雨琪喜欢棉花娃娃，也喜欢给棉花娃娃买衣服。她偏好繁复华丽的设计，最初也是购买西方宫廷风、洛丽塔（一种以少女感为核心的服饰风格——记者注）的娃娃较多。2023年一次偶然的机会，她刷到并买了一套汉服娃衣，被朋友夸赞非常适合她的娃娃。陈雨琪想，自己的娃娃大多是东方面孔，可以试试多穿民族风。

渐渐地，她已经收集了维吾尔族、蒙古族、藏族、苗族等多个民族风格的娃衣，还会给娃娃梳不同的发型，如搭配汉服的发髻等。“中国娃娃穿中国裙子，视觉上会更和谐；而且，穿不同民族的传统服饰，有一种娃娃在环游中国的感觉，会增添故事感，非常出片。”

23岁来自天津的刘畅在广西旅游时，看到了为玩偶定制壮族服饰的店铺，本来就喜欢做手工的她，决定回去就设计制作以自己和妈妈为原型的棉花娃娃，未来旅游时就可以穿上各地的民族服饰了。

“真人旅拍的服饰不能带走，如果买下，穿不了几次，比较浪费，也不能购买太多；如果是娃衣，就很便携也可以长久保存，这也是一种可玩性较高的文创。”刘畅说，“我看到许多外地人甚至外国人，被景区定做玩偶服装的店铺吸引后消费。他们带回家乡以后，这就是一件蕴含了当地文化的纪念品。”

刘畅希望能有更多景区提供类似的文创销售和互动服务，除了娃衣，也可以做一做具有民族特色的娃用生活日用品，如乐器、食物模型等。她特别强调，要在更准确真实展现各民族文化方面下功夫，“不要像有的旅拍服装那样滑向影楼风，或是流水线粗制滥造，而是要和专家学者、非遗传承人好好合作，转化他们的研究和手艺，产出精品，以一种轻松可爱的形式给人们留下印象，带来治愈感和文化内涵的种子”。

（应受访者要求，席屿为化名）

服务国家战略 培育卓越英才

——山东师范大学法学院涉外法治人才培养模式创新

山东作为东亚经济圈枢纽，对高端涉外法治人才的需求空前迫切。山东师范大学法学院牢记“国之大者”，从设立“智慧财产法”（“德恒”涉外法律实务提升班”特色班，到2024年获批山东省首批“涉外法治人才协同培养创新基地”并再次立项山东省本科教学改革重点项目“基于中国式现代化需求的卓越法治人才培养模式研究”。十年深耕，以“国际视野、三型分类、五维赋能”为着力点的育人之路日渐清晰。

聚焦国家需求：三型分类精准画像

以往培养涉外法务人才偏重理论教学，实习实践流于形式，毕业生难以胜任涉外法律事务的处理。学院基于人才培养的现实困境，将国家、区域、企业三级需求梳理成“问题清单”，将涉外法治人才培养目标分为“涉外法律服务、涉外立法执法司法、国际组织法律”三型，构建“三阶”人才培养目标。

为了课程与实训调整更精准，委托麦可思公司开展涉外人才培养调研，实现人才培养效果的数据化、可视化评估；与山东路桥集团等企业合作建立毕业生追踪体系，根据社会需求动态优化培养方案，实现就业追踪动态化，不断提升人才培养的质量和效果。新版培养方案中新增“数字法”“海洋法”等课程模块，正是对追踪反馈的积极回应。

深化教学改革：三学融通三维驱动

学院打造“学校—政府—司法—律所—企业”五方共建的“涉外法治人才培养共同体”，实现“基础知识—实习实训—创新创业”三学融通，

直击传统培养“目标泛化、供需脱节”的痛点。

一是基础知识“跨学科”。打通法学院、外国语学院、经济学院、商学院壁垒，探索“法律+外语+N”培养方式，强化学生复合型知识结构，为学生未来在涉外法治领域的发展奠定坚实基础。引入美国西北大学《知识产权概论》等3门全英文课程，并长期聘任外籍副教授李尚洙开展授课讲座、实践指导等工作，全英文课程和涉外法治系列讲座已成为课程体系的重要组成部分。

二是实习实训“沉浸式”。学院与北京融商一带一路法律与商事服务中心、北京德恒等合作开展实践教学，将德恒律所国际商事仲裁、跨境投资纠纷真实案例进入课堂；打造“涉外法治工坊”，教师采用虚拟仿真、知识图谱和混合式教学方式，开展“沉浸式、互动式、情景式”教学活动，全流程模拟涉外公证、商务并购及谈判等法律实务，提升学生的专业素养和实践能力。

三是创新创业“真刀真枪”。近五年，学生立项国家级、省级大学生创新创业项目176项，毕业生创办多家涉外律所或咨询公司，并提供一系列就业岗位，形成人才培养闭环机制。

深耕区域合作：中日韩法治走廊

山东毗邻日韩，学院动态调整培养目标，优化完善培养方案，持续优化针对性课程体系，把区域特色写进育人方案，确保人才培养紧贴国家战略与山东实际。

与韩国檀国大学等国际高校合作，联合打造涉外法治论坛，每年定期举办“法律人才培养交流会”；3名教师受聘“中日韩国际商事调解员”，积极参与涉外法律事务处理。同时学院持续推行“教师海外研修”“海外名师讲坛”等项目，学院教师先后32人次赴国外知名法学院进行访学交流。

成效硕果累累：从山师走向世界

一是学生竞赛捷报频传。依托以高端赛事为主的实践教学平台，近年来学生获得“贸仲杯”全国二等奖、“淮海杯”全国高校模拟法庭比赛代理人组冠军等国家级奖项20余次，“挑战杯”省级特等奖、金奖、一等奖等省级奖项40余次。

二是毕业生成长为行业翘楚。3000余名学生受益于培养成果，百余名毕业生被国内外知名高校录取进行涉外法治深造，百余名毕业生在顶尖知识产权集团、律师事务所等单位从事涉外业务，校友现任德恒律师事务所全球合伙人、美国辉瑞全球总公司法律顾问等职务。

三是教研成果辐射全国，主流媒体进行专题报道，山东省法学教育年会等10余场会议推广宣传该成果经验，学院教师在刊物发表教研论文10余篇，出版教材7部，获立省级课程及教改项目9项，2名教师获得山东省青教赛二等奖。

四是服务地方法治建设。学院与山东省人大常委会、山东省司法厅等有关部门深度合作，承担《山东省优化营商环境条例》等30余项立法委托项目，为省、市两级政府提供法律服务100余次，开展法治宣传200余次，参与法律援助案件47件，让人才培养扎根法治建设一线。

擘画未来：打造涉外法治人才“山东样本”

十年树木，百年树人。山东师范大学法学院用一串闪亮的数字、一个鲜活的名字，交出了一份涉外法治人才培养的“山师答卷”。站在新起点，学院将继续以国家战略为牵引，以区域需求为导向，以协同创新为动力，有效实现课程共享、师资互换、实习岗位精准对接，为新时代中国走向世界舞台输送更多“通晓国际规则、讲好中国故事”的卓越法治英才。