

# 拍照时自己随便凑活，“娃”必须精致“出片” 年轻人带玩偶出游图什么？



年轻人带“娃”游宁波。

国庆假期临近，不少人忙着抢车票、熬夜刷网红打卡攻略，只为假期出门能好好“出片”。但在宁波，不少年轻人正在流行一种截然不同的出游方式：我可以不“出片”，我的“娃”必须“出片”。

这个被年轻人郑重对待的“娃”，不是孩子，而是不会说话、却全程陪伴的毛绒公仔、IP玩偶。如今，这些毛茸茸的小家伙，已经稳稳霸占年轻人行李箱的“C位”，成为秋日旅行最特别的“专属乘客”。

不少网友心生好奇：成年人的旅行，本该犒劳奔波的自己，为何越来越多年轻人，心甘情愿花时间、费心思，精心“养”一只玩偶、为它定制专属旅途？



小陈为她的拉布布入手了十余套穿搭。

## 1 不卷自拍 年轻人主打“娃”先“出片”

这一趋势并非个别现象。进入9月，小红书、抖音的相关笔记、短视频发布量环比上涨超30%，创作者清一色为学生、年轻职场人。从近郊山野徒步、周边城市微度假，到跨省长线秋游，玩偶出镜率持续飙升，已然成为年轻人出行的新晋“隐形标配”。

作为常年身处高压加班节奏的职场人，海曙95后玩家小陈早已习惯独自出行。刚刚过去的中秋，她带着自己的“拉布布”远赴云南芒市旅行，全程记录下玩偶“用餐”“观赏沿途风光”的趣味瞬间，并在社交平台分享旅途美图。

不止小陈，这股风潮早已席卷各大社交平台，小红书#带着玩偶去旅行#话题浏览量高达192万，百度贴吧、豆瓣等平台也聚集了海量圈层爱好者。网友们纷纷分享自家玩偶的各地旅行实拍和日常，在评论区交流“种草”、抱团互动，形成了独特的圈层文化。

不少玩家更是专门为玩偶注册独立社交账号，以玩偶的视角记录日常、抒发心情，更新专属“打工日记”“假期游记”“学习日常”，让冰冷的玩偶拥有了鲜活的“人设”，成为年轻人情绪寄托的独特载体。

00后大学生小徐半年前受室友影响入坑毛绒玩偶领域。起初，小徐只是留意到室友随身带着一只样貌丑萌的比奇堡玩偶，朝夕相伴、形影不离。久而久之，这只自带“平静疯感”面无表情的比耶鱼玩偶精准契合了当代年轻人的精神状态，让她深深“上头”。短短半年时间，小徐陆续入手20余只“比奇堡家族”的系列玩偶。“看着这群小家伙，就觉得特别治愈。”小徐笑着说。

每到周末、节假日，小徐都会带着自己的玩偶出门City Walk（城市漫游）。宁波东钱湖环湖步道、老城街巷、三江口夜景、四明山山野都留下她“娃”的写真。小陈坦言，自己为玩偶做的出行攻略远比个人攻略细致，为规避杂乱人群入镜、保障画面质感，她会特意错峰出行、反复取景构图。

## 2 养“娃”不仅极度费心 而且还“烧”钱

带玩偶旅行是年轻人一时兴起的玩梗操作吗？从数据来看，或许并不简单如此。

《2025中国毛绒玩具市场洞察报告》显示：毛绒玩具早已告别儿童专属，成年消费者成为主力群体，90后、00后等年轻群体占比超六成，彻底改写了传统玩具消费格局。

据艾媒咨询《2025—2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》数据，2025年国内情绪经济市场规模已达2.72万亿元，预计2029年突破4.5万亿元，年轻人的消费逻辑，早已从“刚需实用”转向“情绪治愈优先”。

走进宁波“娃圈”，你会发现，养“娃”是一套极度费心、超级精细、自带二手溢价的活，看似小众的爱好，却精准踩中了年轻人的悦己消费新趋势。在“娃圈”，买“娃”仅仅是第一步。流水线生产的玩偶通常千篇一律，因此需要进行专属的医美改造。小陈分享了自己的养“娃”日常，为了让玩偶变得灵动精致，她常常进行沉浸式手工改造：修剪玩偶的刘海毛发、手工打腮红、细化眼妆。“亲手改造打磨过后，它的神态都是我喜欢的样子，是独属于我的梦中情‘娃’。”

颜值改造完成后，玩家们在玩偶穿搭上的用心程度，丝毫不亚于打理自己。“我自己的衣服可以随便凑合，给‘娃’穿搭必须风格百搭。”为适配山野徒步、古城街巷、江畔夜景、城市漫游等不同旅行场景，小陈陆续入手了10余套全套穿搭，涵盖衣服、皮鞋、双肩背包、迷你头饰等各类配饰，真正实现“一场景一套穿搭，次次出游不重样”。

同时，小陈也告诉记者，玩偶配饰的消费差异十分明显：基础流水线“娃衣”仅需几十元，但适配旅行、带全套配饰的原创、手工定制套装，价格普遍在100元以上。热门IP款、节日限定款、手工孤品更是一物难求，几乎没有现货，需要玩家提前3个月—6个月蹲预售、拼团抢购，足以见得年轻人对养“娃”的极致偏爱。

## 3 玩偶恰好成为 年轻人的“最佳社交替身”

业内人士表示，在快节奏、高压力的生活里，年轻人用一场温柔的带“娃”旅行，守住自己的情绪松弛与生活仪式感。带玩偶旅行的核心精准击中了当代年轻人的出行痛点：一些年轻人厌倦旅行中的社交压力、镜头焦虑，而玩偶恰好成为年轻人的“最佳社交替身”，不用本人出镜，就能轻松分享生活、记录旅途美好。

中国心理卫生协会心理咨询与心理治疗专业委员会委员王留锋表示，毛绒玩偶虽不会说话、不会评判，却始终默默陪伴，这种无条件的情绪接纳，是当下年轻人最需要的心灵慰藉。年轻人热衷带玩偶出游、精心打理玩偶，本质是悦己消费的真实体现，不为取悦他人，只为治愈和取悦自己。

一位宁波本地景区负责人表示，年轻人带玩偶旅行的新风潮，也重塑了本地青年文旅的出行逻辑。区别于传统游客扎堆网红点位、走马观花式打卡的流量型旅游，这群年轻玩家偏爱小众街巷、江畔步道、山野秘境等氛围感场景，追求沉浸式、慢节奏的深度体验。这一变化不仅盘活了宁波原本低调的小众文旅资源，弥补了传统网红打卡游的体验短板，也倒逼本地文旅从“拼流量、拼热度”向“重质感、重氛围”转型，为城市文旅迭代注入了年轻化、差异化的全新活力。

记者 吴丹娜



最近爆火的比耶鱼。