



打破“小众圈层” 潮玩走向“大众视野”

记者 沈娟娟 通讯员 王嫣然 实习生 解明月



消费新观察
安徽潮玩电商呈现一片繁荣景象,以独特魅力吸引着众多消费者,为全省经济注入新活力。

潮玩盲盒“娃三岁 Baby three”华东首店即将落地蜀街、文潮集市联合推出的《娃三岁山水有灵 1000%限定毛绒大娃》上线即引发抢购热潮……在消费升级和数字经济蓬勃发展的大背景下,

品牌首店来肥,潮玩打破小众圈层

在合肥市蜀山区三里庵一商场内,潮玩品牌 52TOYS 安徽首店的围挡提示着市民“即将开幕”,而在不远的地方,就是刚开业不久的泡泡玛特安徽首家城市旗舰店。

在合肥市包河区蜀街,“2025 卡牌潮玩十大年度 IP”、潮玩盲盒娃三岁 Baby three 华东首店也官宣即将落地。此外,文潮集市 &《娃三岁山水有灵 1000%限定毛绒大娃》上线开抢即引发抢购热潮……

这两年,潮玩产业正迅速打破小众圈层走向大众视野。竞争日趋激烈,入局者众。

近年来,合肥在 AI、数字文创、青年社群互动等方面展现出强劲潜力。2024 年,元气玛特将其文创业务、内容运营及部分策展团队落地包河区,计划将合肥打造为平台核心 IP 孵化和数字内容共创的实验区。

“我们想做的不只是卖潮玩,而是建一个虚实结合的生活场景。”元气玛特相关负责人说,他们打造了“集赏”“福袋”“社群拼抽”等游戏化玩法,让购买过程本身成为一种轻度娱乐;他们孵化了文潮集市,用来承接原创 IP 的孵化、运营与数字共创,“就是让潮玩成为‘陪你一起生活’的数字朋友。”

一个 Labubu,撬起 30 亿元收入

《中国潮玩与动漫产业发展报告(2024)》显示,2023 年我国潮玩产业市场规模已达 600 亿元。据 Statista 全球统计数据库预计,2026 年中国潮玩市场规模将达到 1101 亿元,2024-2026 年年复合增长率高达 20%。中国潮玩消费者数量呈现高速增长态势,预计中国潮玩消费者数量将从 2015 年的 1900 万人增长至 2025 年的 4000 万人,年复合增长率为 7.7%。

而头部潮玩品牌泡泡玛特的最新财报显示,其 2024 年在中国内地的注册会员大增 1172.9 万人,至 4608.3 万人,单年增幅高达 34%。在业绩上,其 2024 年的总营收同比大增 106.9%,飙升至 130.4 亿元,仅一个 LABUBU 的收入便超过 30 亿元。

2024 年 11 月 22 日,安徽文交所“文潮集市”平台正式上线运营,成为安徽潮

玩电商领域的一大亮点,该平台以潮玩和文创为核心,旨在为年轻人和潮流文化爱好者提供一个集展示、交易和互动于一体的社区。自上线以来,平台已汇聚众多知名潮玩品牌与设计师作品,为年轻消费者带来丰富多样、高品质的潮玩产品。

为促进潮玩电商持续健康发展,各地积极营造良好的营商环境,如包河区将支持元气玛特在“内容创制-用户共创-商业转化”这条链路上形成闭环,相关政策将围绕原创保护、数字交易、AI 训练场景应用等展开支持;蜀山区也下发《促进现代服务业高质量发展行动方案》,提出加快打造区域消费中心,推动商圈特色化、差异化发展,瞄准首发经济、谷子经济等新兴领域,构建新品发布、展示、交易等首发经济生态链。

潮玩 IP 将向海外输出安徽优质文化

如今的潮玩不仅是玩具,更是一种具有收藏价值的文化资产,但市场中盗版山寨泛滥,严重阻碍了潮玩收藏市场的健康发展。

作为国家“区块链+版权”试点项目的创新应用,针对潮玩市场盗版等问题,“文潮集市”使用安徽文交所自主开发运营的区块链“皖文创链”,极大地增加了业务的可追溯性和透明度,有力保护了原创 IP 版权,有效打击盗版与侵权行为。

业内人士分析,在消费升级与数字经济浪潮的双重驱动下,潮玩产业未来或将加速与 AI 等新技术的融合,并通过虚实产品的联动,进一步实现情绪消费形式的全新升级。

“我们以潮玩电商作为切入点,全链路布局,全生命周期覆盖。面向年轻消费群体的多维情感诉求,推出一系列互联网潮流玩法。目前核心产品矩阵涵盖主打潮玩盲盒的‘元气玛特’,元宇宙游戏‘希望城’,社区和线上交易平台‘文潮集市’等。”元气玛特文潮集市负责人伍谦介绍。

同时,伍谦透露,希望立足紫云山(包河)文化创意产业园,深度挖掘安徽历史底蕴,将现代设计语言转化为潮玩的视觉符号与故事内容,持续加强技术创新、产品创新和商业模式创新,构建一站式潮玩生态场景,聚合更多优秀创作者,打造内涵徽文化的特色潮玩 IP,“团队还启动了出海计划,在推动潮玩 IP 的创新传播中,向海外输出安徽优质文化。”

合肥这里停车场免费时长延至 1 小时

星报讯(徐永洁 肖倩 记者 王珊珊 实习生 解明月)“来行政服务中心办事,发现停车首小时免费,真是个好消息,为这个政策点赞!”8月7日,在合肥市庐阳政务服务中心西侧生态停车场,市民王先生办完业务后告诉记者。

记者从庐阳区城管局获悉,为进一步满足办事群众停车需求、优化城市停车环境,该区已协调北二环生态停车场,将原本 15 分钟的免费停车时长延长至 1 小时。

据了解,此次调整的生态停车场位于北二环与大房郢路交口西南角,目前由合肥城新物业服务服务有限公司运

营,拥有 223 个地面停车位,日常可满足前往庐阳政务服务中心办事的群众停车需求。该停车场与庐阳区行政服务中心仅一路之隔,十分便利。同时,该停车场内还配备了车胎充气泵和应急电瓶,以应对车辆的突发状况。

此外,记者了解到,为改善群众就医体验,解决“停车难”“停车贵”问题,近期,庐阳区城管局还协调庐江路省立医院、桐城路安徽妇幼保健医院、寿春路合肥市第一人民医院推出惠民停车政策,患者凭当日就诊票据可享受 2 小时免费停车,有效减轻市民出行成本。



8月6日,宿州埇桥区顺河镇马场中心村看花沟内,盛开的荷花映衬农家小楼,构成一幅夏日乡村的优美画卷。马场中心村是省级和美乡村,近年来,马场中心村积极优化种植结构,增加村民收入;改善人居环境,提升生活品质,村民获得感、幸福感、获得感、幸福感满满。
记者 禹志强 通讯员 祝家刚

口头承诺是“一诺千金”还是“空头支票”?

近日,宁国市法院就审理了一起涉及电话中“口头保证”的买卖合同纠纷案件。

2024 年初,业主王某委托汪某负责其名下房屋的全程装修。后汪某与贾某签订《销售合同》,约定购买瓷用于该房屋装修。贾某依约向汪某供货,并将前期送货单及货款金额明细单通过微信发送给汪某确认,但汪某迟迟未支付前期货款。害怕货款没有着落的贾某联系上了房屋业主王某,王某在电话中表示,“没事儿,总共也就 4 万元左右,到时候你确定好数量和金额,如果没有付你,我就把他的装修款扣下来,就这么简单。”得到王某口头承诺的贾某放下心来,如约继续向汪某供货。瓷砖铺贴完毕一个月后,贾某多次找到汪某催要货款,均被汪某以王某未支付装潢款为由拒绝支付。想到王某之前

的承诺,贾某找到业主王某,希望要回瓷砖货款,不料王某却以装潢过程中遭到汪某欺骗超付装修款为由拒绝履行此前的口头承诺。无奈之下,贾某将王某、汪某二人齐齐诉至法院,要求二人共同支付拖欠的瓷砖款。

法院审理认为,根据合同相对性原则,原告贾某向被告汪某供货,共计货款及搬运费 37202 元,在贾某向被告汪某催要后,被告汪某一直未予支付,违反诚实守信原则,故对原告贾某要求被告汪某给付货款的诉讼请求予以支持;但关于被告王某对原告贾某所作出的口头承诺,在本案中,因不符合法律规定形式要件,不具有法律效力,故对原告贾某请求被告王某承担还款责任的诉讼请求不予支持。判决后双方均息诉服判,现案件已经生效。 孙露 曹开发

女子离家出走 民警成功劝返

星报讯(记者 徐越蕾 通讯员 谷海燕)“警察同志,我妻子欠了网贷后偿还压力大,离家出走,发短信表露轻生想法,现在联系不上,请一定帮帮我们!”8月6日傍晚 5 时许,芜湖市南陵县公安局家发派出所接到辖区居民赵先生紧急求助。

接警后,民警迅速赶往现场,一边安抚赵先生情绪,一边详细记录其妻子李女士的体貌特征、离家时间及可能去向。民警以出走地点为中心,走访周围群众,调取周边视频监控,并及时与兄弟

派出所联系,通过多渠道全力查找,仔细追踪该女士出走路线,寻求线索。

经过近 7 小时查找,民警终于在视频监控中发现该女士踪迹,并根据其行走路线,在南陵县某小区附近的桥洞底下找到该女士。随后在民警劝说下,李女士打消轻生念头,表示愿意返回家中。看到妻子安然无恙,赵先生对民辅警连声道谢。临别时民警特别叮嘱:“遇到困难要理性面对,及时与家人妥善沟通,共同解决问题,切不可采取极端方式。”