

全媒体记者 王月 文/图

可爱的布娃娃,几乎是每位女孩的童年回忆,但当女孩们长大,她们还会依恋玩具吗?当然!长大后女孩依旧离不开玩偶的陪伴,只是这一次,她们的“布娃娃”不再简单。

义乌姑娘王雁珍收藏了众多的小玩偶,盛放在专门的房间中,她习惯性地将这些小玩偶们唤作“娃娃”。每个“娃娃”的长相都不一样,即便是同款相似的样貌下,如果细心观察,每个都有自己的特点。这些玩偶,孩子们的心头好更精致更细腻,更具有设计感,因此被称为:成年人的玩具。

王雁珍从小就热衷于发现各种新潮的小众文化产品。近年来“潮玩”大热,“盲盒”之类的新型收藏品在全球掀起一拨收藏热潮,王雁珍也早早“入坑”,2014年便已在各大商场或网络旗舰店购买各种盲盒,与全国各地的同好们交流互动,至今已收集了数百件“盲盒”与“潮玩”。今天,就请跟随笔者,一同走进她的“玩偶王国”,一探奥秘。



王雁珍把盲盒中开出的娃娃精心安置在墙上。

潮玩与盲盒收藏： 捡拾由小玩具放大的快乐



潮玩“草莓兔雪糕”“蜜桃兔”“双黄蛋雪糕鸡仔”“比心鸡”“脆皮熊雪糕”。



bjd娃娃的服饰、妆面都可以更换。



水手服粉多多妹、粉兔多多、粉田国兔多多,都是现下受热捧的潮玩。



潮玩“小鳄鱼Sean”“白桃白熊Popea”“熊猫Panpan”“豆豆眼”“Panny”和限量版“coco”(右三)。

盲盒:充满未知的惊喜

“人生就像一盒各式各样的巧克力,你永远不知道下一块将会是什么味道。”电影《阿甘正传》中的这句台词经久流传,人们似乎总对未知的东西更有期待,人生如此,盲盒也是这样。

顾名思义,盲盒就是一个充满未知惊喜的盒子,里面装着不同样式的玩偶。通常来说,一套盲盒中约有12件,每件装有不同造型的玩偶。当12件盲盒摆在你面前时,你无法知道里面装着哪一款造型的玩偶,想要买到心仪的款式,只能靠运气。盲盒中还有一种独特的存在——“隐藏款”,它的样貌区别于“常规款”,抽中的概率一般为1/144,只有运气爆棚的时候才可能“选中”。

在王雁珍家中,有一面透明亚克力格子墙,整整齐齐陈列着上百件盲盒中拆出的玩具。“其中90%都是Sonny angel(以下简称Sa)盲盒中拆出来的,少部分是泡泡玛特盲盒中的molly系列。”她向笔者介

绍,2014年,她在上海的日系文具店对日本Sa盲盒一见倾心,因此购买了许多;2017年以后,因为喜欢卡通人物Molly,所以也购买了一些泡泡玛特盲盒。

在盲盒展架上,有一件王雁珍非常珍视的Sa盲盒“甜点系列”隐藏款,是一个蓝眼睛的小人偶。“当时我只买了一套12个盲盒,其中就包括了这件隐藏款,真的非常运气。”她说,“同系列的其他人偶都是黑眼睛,只有隐藏款是蓝眼睛。现在闲鱼上已有人出价2800元来购买这个隐藏款人偶,而一个Sa盲盒平常只需要59元。”

隐藏款的升值空间不容小觑,不少盲盒爱好者花费大量精力,就为抽中一个心仪的隐藏款,也有土豪玩家一掷千金,专门在闲鱼上收购隐藏款。但王雁珍表示,收藏的目的不是获利,尤其是盲盒收藏的快乐,那是用钱买不来的,所以她并不愿意出售自己的盲盒。

市场:反向推动的兴起

“盲盒诞生于日本,最初叫minifigures,后来渐渐被称作blind box。”王雁珍道,“不知何时起,身边已有越来越多的人开始加入收藏盲盒的队伍。”收藏者群体的壮大,也刺激了收藏市场的崛起,尤其是泡泡玛特,它以惊人的速度占据了我国盲盒市场的半壁江山,2019年营收达到16亿元,而在推出盲盒之前,该玩具公司一度处于连年亏损状态。

与此同时,各大玩具公司也窥见了盲盒市场前景,出现了“猫铃铛”“lulu猪”等盲盒品牌,连故宫文创也在今年四月首次推出了“祥瑞系列猫盲盒”。

由于不同公司的盲盒各具特点,但大多定位在“可爱”,因此针对自己收藏的盲盒,王雁珍作了相应的归纳:Sa盲盒是盲盒界的鼻祖,历史悠久,清一色都是

光屁股娃娃的形象,或头顶着一堆花里胡哨的装饰,或穿着色彩斑斓的小衣服;泡泡玛特盲盒是目前盲盒市场上式样和产量都较为突出的品牌,旗下包含了Molly系列、迪士尼公主系列、pucky系列、labubu系列等众多玩偶形象,款式丰富,风格多变……

如今,在购买盲盒上,王雁珍已经花费了上万元,但她认为自己收藏盲盒多年,这样的花销是正常、理性的。“只买自己喜欢的系列,不盲目,且量力而行,适可而止。”在她身边,不乏一些动辄就花费上万元的“疯狂玩家”。对此,她郑重提醒:新人坑的玩家不应如此行事。一来,盲盒的玩具本身价值并不高,冲动消费容易后悔;二来,盲盒收藏本身是件令人愉悦的事,过度消费反而容易失去开箱的乐趣。

潮玩:多变造型的乐趣

如果说,开盲盒是一项依靠激发“多巴胺”获得快乐的活动,那收集“潮玩”则是通过打扮玩偶来获得快乐。“盲盒”价格适中,许多年轻人即使在不了解的情况下也愿意购买;而“潮玩”的玩偶形象比盲盒更加精致,且价格不菲,因此“潮玩”的玩家更为稀少。

“潮玩”概念与“潮牌”类似,是一种“设计师玩具”。其角色形象并不来自传统的大众流行文化(动画、漫画、游戏、小说等),而是由设计师原创。

2017年以来,国内“潮玩”商家日益增多,越来越多的精美设计使得王雁珍对“潮玩”的投入也渐渐上涨,花费300元至600元购买一件“潮玩”对她来说是家常便饭。“这是白熊百货商店的一款Panpan熊系列手办,每只玩偶都有自己的名字,戴着烧焦鲷鱼烧的这只熊猫叫‘coco’,coco是这个系列的限量版。只有买家秀获得店主青睐的买家,才有资格购买。”而在其他的“潮玩”店铺中,通常需要通过摇号抽签的形式获得购买资格,概率更加低。

为了能买到自己心仪的“潮玩”,王雁珍通过各类“潮玩”app获得商家和企业参

加展会的资讯。据她介绍,身边一些资深“潮玩”发烧友还经常跑去北京、上海等地参与各类国际潮流玩具展,在展会上寻找新颖的潮流设计,或是通过线下摇号获得购买限量“潮玩”的名额。

除了白熊,王雁珍拥有的三个“多多妹”,也羡慕众多玩家。“多多妹”是国产品牌“mtfu”家的潮玩,人物形象是一个留着齐刘海、带有两团腮红的小女孩,可爱迷人的形象引得众多女孩为之痴迷。“这些小车子和小篮子,是我为打扮多多妹买的配件。”王雁珍介绍,潮玩的一大特点就是可装扮性,每个玩偶的关节都可以旋转,因此玩家会为它们搭配各式鞋袜、衣帽或者饰品,一个玩偶可以搭配出不同的感觉,就好像小时候的芭比娃娃一样。据悉,由于发布的数量和款式少,且购买名额有限,原价六七百元左右的多多妹在闲鱼上已经炒到了两三千元的高价。

“减压,而且有满足感。”谈起玩具收藏,王雁珍非常开心,虽然偶尔会被人认为幼稚,但她仍然觉得,看着这些可爱的“娃娃”能心情愉悦,并且收藏就是让人快乐的一件事。与其说收藏玩具,不如说是收藏快乐。

收藏知识

老丁说玉： 不怕不识货 就怕货比货

全媒体记者 林晓燕

老丁是位资深的古玩艺术品藏家,尤其对玉器颇有研究。近年来,他经常受邀参加省内的一些玉器专场讲座活动。一个偶然机会,记者与他结识,由于其为人低调,再三称:如需要报道,烦请隐去名字,直呼“老丁”即可。

“丁老师,能不能帮我看这块玉的质地”“这是我高价购得的,请帮忙鉴别一下”,老丁刚坐定,几位早已等候在此的收藏爱好者就纷纷拿出藏品围上前。在笑着点头示意后,老丁取出眼镜和相关工具,接过对方的玉器,边看边讲解:“玉首先要看质地,也叫种,最好的是玻璃种;其次要看色泽,也叫色,以绿色为佳,越艳、越阳的比较好;最后还要看透明度,看它在灯光折射下是否透……”

老丁曾在讲座中说过,玉在我国有8000多年的历史,传统意义上的玉,多指产自我国境内的玉石,其中新疆的和田玉是软玉之首,很多时候成了玉的代名词。翡翠被称为硬玉,作为舶来品,它的出现要晚得多,在18世纪末才从缅甸引进。

其中,和田玉以温润见长,翡翠则以绿色为主,注重“水头”——质地透不透,颜色正不正。和田玉的经济价值评定依据是颜色与质地纯净度,如玉质、玉色、光泽、密度等都是评定玉材等级的要素,不应忽视。

而翡翠以色见长,如果一块翡翠兼有红、绿、紫、白,往往被称为“福禄寿喜”。现今市面上有很多人人工上色的翡翠,就是通常说的“B”货、“C”货。对翡翠“A、B、C”的等级划分出现在上世纪80年代后期。“A”货指的是质地纯正,未经人工处理的翡翠;“B”货是指经化学处理,已提取了杂质的翡翠;“C”货则指人工加色的翡翠。有些加工后的翡翠,看上去色彩艳丽且质地通透,这些翡翠往往被称为“B+C”,与正货相比,最大的区别就是,此类翡翠一碰就断(裂)。

近些年来,越来越多的人热衷文化艺术品收藏,涉及的领域有古玩、字画、玉器。当中,玉器尤为受关注,它不仅收藏,还可以作为首饰佩戴。“无论在商场‘买玉’,还是在一些场所‘淘玉’,切记要谨慎”“不怕不识货,就怕货比货”,这是老丁给广大玉器爱好者和收藏者提的醒。

大铜章的 艺术及收藏价值

大铜章是机制币的派生物,一般发行量都很小,最多也不过5万枚,最少时仅有10枚,因而具有收藏和投资价值。

笔者比较深入地研究大铜章艺术,缘于一位朋友。多年来,她一直在学习各种知识,学法律、学管理,从硕士读到博士,后来又喜欢上了艺术品收藏。

她曾无意中跟我说起:在艺术品的收藏投资中,金银纪念币是一个极受人们重视的门类,但是比它更有收藏价值的大铜章却常常被忽视。

大铜章是机制币的派生物,但比一般的纪念币和纪念章更显得雍容华贵和端庄大气。铜章直径一般在40mm至150mm之间,以60mm最为常见,用纯铜压铸制作而成,色泽多样,有镀金、镀银、古铜色,亦有清漆本色,但最受欢迎的还是古铜色。

铜章的制作过程是艺术与技术的巧妙结合。铜章制作最重要的是构思设计、雕刻制模、铸压成型三个环节。每个环节中,制作者都必须“用铜说话”,在铜材特性的限制下把握艺术表现的力量,也在铜材特性的优势中彰显艺术表现的魅力。铜章在雕塑层面的艺术魅力在于,近三度空间的实体性与二度空间的半实体性的巧妙结合,所表现出来的审美冲击是直观而又极富力度的。

铜章所使用的材料,使得其在质感上更具特殊的审美意义。对中国人而言,由于青铜器的盛行,青铜材质的仿古器皿与雕塑,天然带有一种春秋战国的风韵,再加上精美绝伦的雕刻,造型的艺术感就出来了。

生肖是铜章比较常见的题材。笔者曾经见过一枚经典的高浮雕生肖“虎”铜章:构图是别具匠心的虎头虎爪,其刀痕粗犷,刀法洗练,金石韵味十足。凹凸线条间紫铜的金属光泽流动,让人面对深邃凶猛的虎眼时,不禁心生畏惧。小小的一枚铜章,仅有虎头虎爪的造像,已是百兽之王的王者之气充盈眼前。

铜章的题材相当广泛,有纪念、庆典、风景、标志、生肖、艺术、奖赏等多种类型。大铜章由于相较纪念币幅面大,给设计师的艺术构思和创作提供了广阔空间,艺术家的不同风格都能得到充分展现。

铜章的发行量一般都很小,最多也不过发行5万枚,最少时仅有10枚,因而具有收藏和投资价值。以前文提及的生肖《虎》为例,发行量3000枚,1998年发行时价格110元,现在市场价已升至9500元。

据中国收藏网



上市桃園猴大铜章