

Z世代热衷“养娃”折射出了什么？

“三线城市00后，月薪三千，适合‘养娃’吗？”

近日，问答社区关于“娃圈”的话题引起了不少媒体的关注。一位在三线城市工作、月薪三千元的“Z世代”女生，询问有“养娃”经历的人士，以自己目前的收入水平能否负担“养娃”的费用。

的确，从“鞋圈”、“设圈”、“古着圈”再到“娃圈”，“Z世代”们所混迹的圈子，让稍微“年长”一些的人越来越看不懂。

而在问题下方，也有“娃圈”的资深玩家，奉劝收入不高、家庭经济有限的“Z世代”不要轻易加入“养娃”行列。

有网友透露，“娃圈”是目前“Z世代”所涉足的圈子里，最为土豪的一个圈层。有“娃圈”玩家为了“养娃”不惜“一掷千金”，一年为此支出几万块的比比皆是，更有甚者，短短几个月时间，便在“养娃”上花掉了几十万元。

谁的童年不曾拥有一只洋娃娃？可令人疑惑的是，为何“Z世代”拥有一个玩具娃娃，其“代价”会如此高呢？而“娃圈”背后，究竟隐藏着哪些潜在的商机？

“买娃”不贵“养娃”贵

在芭比官方旗舰店里，懂懂笔记看到，最贵的一款芭比娃娃，也不过千元。

然而，一位昵称为“欣怡”的“娃圈”玩家告诉懂懂笔记，目前“娃圈”人士流行的“养娃”所能赋予“Z世代”的乐趣，是任何一款大众所熟知的洋娃娃玩具都无法比拟的。

据欣怡回忆，早在她加入“养娃”行列的2018年，国内“娃圈”还未不算太流行，当时“养娃”可以算是“Z世代”相对高端的兴趣爱好，圈中的玩家开始购入只有五官、没有表情，只有四肢，没有衣着、背景人设的“裸娃”。

“其实‘养娃’的最大乐趣，在于从零开始。不像传统的芭比，出厂已经具备了人设、主题。”她表示，最早市面上流行的“裸娃”有自欧洲市场引入的球状关节人偶，即BJD，以及起源日本，娃身只有11CM的OB11。

在淘宝上可以看到，目前由国内工作室自主设计、推出的BJD“裸娃”都在千元以上，一部分制作精良的“裸娃”价格可高达三、四千元。由于“裸娃”不具备任何主题人设，因此，“养娃”的人都习惯将购买到手的“裸娃”当成刚出生的纯洁婴儿般看待。

久而久之，“娃圈”也形成了一系列具备极强“仪式感”的“养娃”流程，“裸娃”的设计工作室、店铺称之为“娃社”或“娘家”，玩家下单至拿到娃娃的过程，称作是“孕期”，而玩家拿到娃娃时，还能得到“娘家”发出的“出生证明”。

欣怡坦言，与真实的人生一样，“养娃”最烧钱的过程并非“生”而在于“养”。刚玩家拿到娃娃时，“裸娃”正如一张白纸般，为了让“裸娃”跟据玩家心目中所期待的，具备一定的“人设”和“性格”，还需要给“裸娃”购买“衣服”、“化妆”。

“目前，一套穿在娃娃身上的‘衣服’至少三、四百元，找人‘化妆’也要几百。”她告诉懂懂笔记，和真实的人一样，任何一位“养娃”的玩家都不希望自己的“孩子”只有一、两套单调的衣服。

而她上一次给自己“养”的“娃”买了一套婚纱，便花去了千元。短短两年时间里，欣怡一共给娃娃购置了将近百套不同风格的“衣服”。

如果想让“娃”与众不同，甚至还要找厉害的“改娃师”一对一定制，化一个别具一格的“妆容”，价格更是不菲。据欣怡透露，行业知名“改娃师”给“裸娃”化一次“妆”收费往往高达三、四千元，有时甚至需要抽签决定“化妆”的先后顺序。

在与几位“娃圈”人士沟通的过程中，懂懂笔记发现，“Z世代”“养娃”的乐趣，或在于从零开始。其可以通过给娃娃购买不同主题的衣服，“化上不同风格的‘妆’，让娃娃更具特性。有的玩家甚至花大价钱给娃娃购置了“别墅”、“豪车”，并将自己在现实中向往，但未能实现的生活状态寄托在所“养”的娃娃身上。

毕竟，让娃娃住上所谓的“豪宅”仅仅只需要几千元罢了，并不难实现。

可是，让“Z世代”在“养娃”上不计成本、一掷千金的原因，真的只有如此吗？随着深入了解，懂懂笔记更发现了深藏在“娃圈”背后的一条“鄙视链”。

“娃圈”也有“鸡娃”困境

促使“Z世代”不停地给娃娃购买新“衣服”，花大价钱“化妆”的原因，真的只是“爱”吗？非也，有些人拼命在娃娃身上消费，只不过是攀比。

欣怡告诉懂懂笔记，“娃圈”之所以被誉为“土豪”圈子，并非只是浪得虚名。早在疫情之前，同城的“娃圈”玩家会经常相约线下开“茶话会”交流“养娃”心得。但在疫情之后，“娃圈”人士将“茶话会”搬到了线上，在线“晒娃”。

“在娃娃身上没有点投资，还真不好意思参加‘茶话会’活动，鄙视链太严重。”她说，“娃圈”玩家也讲究“穷养娃”和“富养娃”，在购置娃娃“衣服”、“化妆”上一掷千金的，基本为“富养娃”玩家。

而娃娃只有几套“衣服”的玩家，甚至自己动手DIY给娃娃制作“衣服”的玩家，基本都属于“穷养娃”行列。“富养娃”的玩家，自

然而也看不起“穷养娃”的玩家，只不过位于鄙视链最底层的，仍不是“穷养娃”。

“最让人看不起的，是花几十块元买棉花娃娃‘养’的玩家，那属于不入流的。”欣怡坦言，目前的确有部分喜欢追星、经济实力一般般的05后，钟情“棉花娃娃”，而市面上颇受欢迎的“棉花娃娃”基本上也都是根据明星造型设计的。

只需花上几十、上百元，便能成为“肖战”、“王一博”等明星的“妈”岂不乐哉？有预算时还能买几件廉价“衣裳”给娃娃换上，其乐无穷。

只不过，包括欣怡在内的绝大部分“娃圈”玩家，都不甘站在鄙视链底端。

“和真实的生活一样，玩家也不想见到自己‘养’的娃娃，输在‘起跑线’上。”为了让娃娃在“茶话会”上高人一等傲视群雄，玩家必须不断的给娃娃购买“衣服”化不同的“妆”以彰显不同的人生和“职业规划”。

有的娃娃刚满“一岁”便需要购置几身名牌“衣裳”，蹲个极富明星范儿的“妆”，甚至配合着新买的“别墅”拍一套“艺术写真”，至于人设、故事、日后的“人生规划”也都讲求充实、拿得出手：名媛、明星、画家、时尚OL……

“为了支撑娃娃开销，我平时只能省吃俭用，有时候一天就只吃一顿午饭而已。”欣怡告诉懂懂笔记，为了不让娃娃输在“起跑线”上，为了“茶话会”上的无稽攀比，部分家底薄的玩家，甚至还做起了兼职。

她甚至听说过，有一位四线城市玩家为了给娃娃购买“衣服”、化大牌“妆”，除了正常工作之外，还要做两份兼职，每天只睡三、四个小时。在短短的两年时间里，其为了“养娃”已经投入了近十万元。

玩家之间的虚荣心、攀比心理，让原本只在现实世界中才会出现的“鸡娃”现象，也出现在了“娃圈”中。为了不成为鄙视链的底端，玩家拼命在娃娃身上砸钱，烧钱，不惜牺牲睡眠，做兼职挣钱“养娃”。

然而，正当“娃圈”玩家正地拼命为娃娃花钱时。有“Z世代”已经开始变着法儿，挣“娃圈”的钱。

“娃圈”的钱，到底有多好赚？

“娃圈”与“设圈”之间，到底有无联系？答案是肯定的。

一位“娃圈”人士告诉懂懂笔记，有部分家底雄厚的玩家在购买了“裸娃”之后，会到“设圈”找画师求一“人设”，然后再根据“人设”风格，定制、匹配的衣服、“妆容”。

与此同时，目前，有一部分服装作坊开始转型做定价高、利润空间大的“娃衣”，设计图基本也是源自“设圈”画师的设计。随着“娃圈”的兴起，“设圈”也有画师，开始赚

起“娃圈”玩家的钱。

“画一张设图，费用大概只有一千元，但是给‘娃衣’工厂、工作室画设计图稿，收入要高得多。”昵称为“浅浅”的“设圈”画师告诉懂懂笔记，目前受制于外贸压力，部分服饰工厂开始转型生产用料少但利润高的“娃衣”业务。

一套“娃衣”的用料，往往只有普通衣服的四分之一，但价格通常是成衣的一倍甚至更高。由于传统的服饰工厂普遍不懂“娃衣”设计，因此只能在“设圈”约稿，“画‘娃衣’稿（和设图）没啥区别，也不需要画三视图。”

浅浅表示，她只需照着之前画“设图”的方式出图即可，其它细节调整、尺码比例，工厂自会有专业打版工负责修改。

很难想象，如此一套“娃衣”画稿，收费往往可以高达几千元甚至上万元，而画师投入的精力，几乎与花“设图”一致。

有消息指出，此前在“设圈”花七万元画一张“设图”的未成年女生“芙芙”，其实也是一位“娃圈”玩家，俗成“娃妈”。她除了自己“养娃”之外，还出售“裸娃”，更有“娃圈”人士透露，未成年“设圈”买图、找工厂定制、圈子内售娃的现象并不少。

除此之外，“娃圈”玩家“养娃”的最大开销，还在于给娃娃“化妆”。因此，也有“Z世代”苦练“化妆”技术，在“娃圈”收揽相关的业务并以此牟利。

在浅浅的介绍下，懂懂笔记联系上一位“娃圈化妆师”，做了一番详细了解。

“我之是影楼的化妆师，但工资太低了，于是苦学给娃娃化妆，然后挣妆费。”这位化妆师表示，尽管自己目前的化妆功底比不上“韩国太太”们，但给娃娃“化妆”的收费，其实并不低，全尺寸“自由妆”收费100元，贴一对假睫毛收费15元……

整一套“妆”下来，没有200元搞不定，比在影楼、彩妆专柜给真人化妆收入高。同时她指出目前“娃圈”是“物以稀为贵”的卖方市场，只要“裸娃”、“娃衣”、“娃妆”足够精良，“太太”（指提供服务的卖家）不愁没有订单。

的确，从“鞋圈”、“盲盒圈”、“古着圈”再到如今的“设圈”、“娃圈”，“Z世代”的兴趣、爱好甚至是生意经，让许多年长的人摸不着头脑。而对于特立独行的“Z世代”来说，娃娃不再是玩具，而是注入了感情、金钱、精力的“孩子”。

“娃圈”更像是现实世界中的“小社会”一般，有攀比、有不甘人后的虚荣心，有“娃妈”寄予厚望的“鸡娃”，更有为“鸡娃”提供“服饰”、“化妆”服务的商家。困在现实中的“娃妈”或许只能在“娃圈”里实现梦想。

产线、机器人和“黑灯”工厂恒驰的底气是什么？

恒驰的汽车到底造得怎样了？一下子从A级到D级，这口气有些太大了吧？

他们上海松江的厂房动工了没有？

……

过去这半年多时间，关于恒大造车的话题和疑问在EV圈不断出现，而恒大方面的持续低调，也让这些话题吊足了公众的胃口。

确实，从去年8月初恒大汽车集团在上海、广州一口气发布恒驰六款车型后，这种一步到位的覆盖（从A到D所有级别的轿车、SUV、MPV、跨界车）模式就已经令人咋舌。同时新车发布后，外界对许家印提出的“力争在3-5年内成为世界规模最大、实力最强的新能源汽车集团，10年内实现年产销500万辆”目标，自然也产生了高度关注。

或许，这将近8个月的低调，都是恒大为了在4月19日这一天能够给外界一个令人信服的答案……

“恒驰汽车将在今年四季度全面启动试生产，明年大规模交付，同时具有高比能、高安全、长寿命、超快充的领先动力电池产品，也会在下半年开始量产。”恒大汽车总裁刘永灼4月19日在上海国际车展发布会上，给出了这样的答案。

这一次，恒大汽车选择了携九款恒驰震撼亮相的方式。

在全球规模最大、最具影响力的国际A级车展上，与奔驰、宝马、奥迪、特斯拉等国际顶级品牌近距离同台亮相，刘永灼需要的是一种底气。

在7.1馆A06展台的恒大汽车将九款（恒驰1到恒驰9）新车型一把“show hand”，全方位展示了智能网联、智能驾舱等顶尖黑科技，很快引发了无数媒体的争相报道。

有媒体记者这样形容，恒驰九款新车型或稳重奢华、或先锋前卫、或简约大气，代表了当今世界汽车造型设计的最高水准，引来无数观众在现场拍照和围观。

发布会同样引人关注的，是高端电动汽车品牌拜腾的前任总裁兼联合创始人戴雷，正式以恒大汽车常务副总裁的身份亮相发布会现场。此前戴雷离开拜腾后，EV圈对于这位业内大咖的去向一直猜测不断。一周前，尘埃终于落定，戴雷的加盟也让恒驰的底气再次增加了几分。

在发布会上，戴雷披露了九款恒驰车型的参数，并透露全系车型最高综合续航都将达到700km，部分车型超过800km。其中，恒驰的旗舰车型恒驰1是全球首款纯电D级旗舰轿车，车长5320mm，轴距达3170mm，续航达760km，足以比肩奔驰S级、宾利等超豪华品牌车型。而纯电超豪华B级SUV恒驰9的车长为4810mm，轴距达到2910mm，续航里程更是高达810km。

除了九款“恒驰”汽车亮相上海车展，恒大汽车上海基地也在同一天迎来了上千家媒体机构的实地“验车”，此举同样成为业界关注的焦点。

19日当天，众多媒体机构代表走进位于国家战略长三角一体化G60科创走廊策源地——上海松江的恒大汽车上海基地，近距离与恒大智能制造黑科技近距离进行了接



触。懂懂笔记在现场看到，近千台智能机器人有序协同、无缝对接，从快速的换模、冲压，到精准的电焊、铆接、胶合，再到无死角自动喷涂等，全流程绝大部分工序均由机器人独立完成，确实是科技感爆棚。

据了解，恒大汽车上海基地以工业4.0标准打造，按照数字化、智能化、生态化、高效化的要求，采用世界最先进的装备和工艺，实现了世界级的智能制造流程。

其中，冲压车间采用德国斯特曼全自动高速冲压线，并由日本发那科机器人组成自动装箱系统，实现生产、装箱和运输全自动化；车身车间采用德国库卡设备和技术，自动化率达100%，打造世界最先进的高端智能“黑灯工厂”；涂装车间采用德国杜尔生产线，前处理电泳翻转式输送，干式漆雾分离，涂胶、喷涂100%自动化，全流程智能环保。

从恒驰车型发布、完成冬季标定测试，

到恒驰智能网联系统研发成功，再到试生产，其推进脉络都是有条不紊、清晰准确。

这些几年前埋下的隐线，也可以被视为恒大造车2.0版的“基础工作”。按计划，恒驰今年四季度将启动试生产，明年大量交付。为此，恒驰汽车的上海基地也在全力冲刺，目前暂时使用NEVS93的部件开展试生产前的练兵，未来将进行恒驰系列车型的相关生产工作。

有分析人士指出，先进的智能制造不仅能在确保产品品质的同时提高生产率、合格率，还能通过规模化生产能明显降低管理、销售费用等生产成本，全方位推动恒驰竞争力的大幅提升。综合过去几年恒大汽车每一步夯实的基础能力，可以看到其提出“全道超车”的底气，不仅来自于先进智能制造，更是来自于对新能源造车“长期主义”的理解。