

手办爱好者：生活在2.5次元

只要你细心留意，总会在身边找到这样一群人：他们喜欢宅在家里，沉浸在动漫、游戏的世界里。他们跟别人面对面交流总有些手足无措，但是面对一堆树脂小人和道具时却神采奕奕、创意百出。他们就是“手办”爱好者，他们钟情的东西，在很多人看起来是玩物丧志的。那么，手办党是怎样一群人呢？

□ 格兰屏

手办的乐趣，不只是一个树脂小人

李凯，济南一家贸易企业的销售经理，平日里东奔西走与客户沟通，很是健谈。但只要不出差，26岁的他宁愿待在家里，细心擦拭整理一橱子的手办，再心满意足地玩上两把跟手办相关的游戏，看上一晚手办主角的动漫和电影。这样的生活节奏，让李凯的父母很是着急，一个大小伙子就喜欢跟一堆玩具腻在一起，这不是玩物丧志吗？

但李凯的父母又很难找到理由把李凯轰出家门去。因为这个“微胖宅男”的屋子整洁有序、一尘不染。手办、漫画、影碟，分门别类摆放整齐，就连李凯自己也是把自己收拾整齐，才像从事某种神圣仪式一样，把玩手办。

那让李凯如痴如醉，他的父母百般无奈的手办究竟是什么呢？

来自日语的手办一词，是动漫、动画行业后端衍生品的一个产品环节，之前专指没有上色涂装的人形动漫角色玩偶，如今已经扩大到把所有动漫、游戏、小说当中的平面人物形象还原成立体模型的相关产品。

李凯收集的，主要是他喜爱的《火影忍者》的手办。在李凯看来，漫画和影视为他创造了一个虚拟的精彩二次元世界，“我追了十年《火影忍者》，它的人物、情节，成了我生活的一部分，记忆着我的青春。”不过，影像的内容再好，却看得见摸不着，直到6年前，他发现了手办。

李凯说，“让我能真实地把动漫人物握在手里，让他们摆出我觉得最帅的造型，拿上我觉得更酷的道具，就好像我自己也进入了忍者冒险的世界一样。我觉得，手办就是连接二次元虚拟空间和现实世界的桥梁，是2.5次元。”

动漫电影里没有拍的，他们用手办拍

也许你会想，像李凯这样一个人躲在屋子里，摆弄一堆树脂玩具有意思吗？李凯说，手办党们从来不是独自一人，他们的一个乐趣是和同好们聚在一起。

在豆瓣上，各种手办交流小组多达上百个。而且这些手办爱好者会自觉按照自己的喜好，分化出诸如海贼王、高达、变形金刚、初音未来等多个垂直小组。更大的手办党聚集地出现在百度和B站。像百度的手办贴吧，已经聚集了来自五湖四海的65万位手办爱好者，发帖总数超过了125万条。但对于手办这种二次元的小众产品，更多的手办党会选择更冷僻、精深的专门社区，比如手办酱、AC模玩网、小T论坛等BBS社区。

如果说生活就像一场大型游戏，那么在手办的世界里，每个手办党都有自己的雷达地图。有的手办党热衷于对各种手办的出品公司、手办版本，比如是不是特别款、限量版，手办有什么功能、特色；像体验汽车、手机一样，详细写出手办评测。

在手办党聚集的重要阵地B站上，关于手办的视频多达上千条，其中一条介绍日本“邪神”手办的视频，播放量高达233万次，成为全站播放量第8的热门视频。正是在这种交流切磋中，手办党们评出了日本手办行业的“御三家”，即Good Smile Company、Max Factory和Alter三家手办



利用手办拍一场戏，让手办党乐此不疲。

公司。还有的手办党，喜欢对手办进行改装，比如给皮肤上色，手工制作衣物、道具等。就像文玩玩家抛光、盘玩手串一样。

手办酱社区里教授级玩家们改装的视频和教程，每一条都有数千到上万的观看阅读量。有的手办党，利用身在日本、美国等手办制造大国的便利，从事手办的代购、二手交易，俨然古董收藏界的“以藏养藏”。还有的手办党，以手办为主角，拍摄各种富有情节和主题的照片和视频，“动漫电影里没有拍的，我们用手办拍”。



细心陈列收藏手办，是每个手办党的必修课。

在豆瓣上，以手办为主题的图集已经多达数百个。广州手办爱好者HagaU一组以《复仇者联盟》超级英雄为主题的趣味照片，在豆瓣、微信等传播渠道上收获了超过20万的浏览量，带动上百人强烈表示要入坑手办。

从事动漫IP打造的广州爱扑星创始人唐正在今年的上海手办展上感慨：“我们的调查结果显示，手办、潮玩市场正在以5到10倍的速度迅速增长，手办有很强观赏性、把玩性和艺术性，属于一种文化层级的需求，对于文化程度和经济水平越来越高的年轻人而言，它以更轻松的方式满足了他们对于装饰、艺术甚至是延展生活认知的需求。”

站在顶端的手工手办价格高昂

正是看到了中国手办市场的蓬勃发展，有着33年历史的日本手办模玩展览Wonder Festival，今年第一次在上海举办预展(Pre-Stage)，取得成功，当即决定将中国展变成常设

展，长期举办下去。

作为这个目前中国最高水平手办展合作伙伴的B站，今年已经吸引了超过100万人，在其线上购买手办、模玩类商品。而促使B站下决心开辟线上手办销售的，也许是去年那起天价拍卖。

彼时，B站只是玩票性地在淘宝上拍卖网站的动漫人物形象“2233娘”手办模型。由于没有设置金额上限，此款模型手办竟卖出了98亿元的天价。不少网友惊呼“你们这是在拍卖传国玉玺吗？”“辛苦一辈子都买不起两个塑料小人”。不过，最终这一事件以恶作剧式的流拍告终。不过，透过现象看本质，手办模型作为二次元经济的代表性衍生商品，圈钱实力和市场前景，已无需怀疑。

手办圈子里，站在鄙视链顶端的无疑是手工手办，不仅不使用工业化大批量的模具制作，而且大部分都是半成品白模，需要自己动手完成打磨、拼装、上色等一系列复杂的工艺，难度远大于一般模型制作。

所以，这样的手办，在淘宝、手办酱、AC模玩网上，经常能拍出上万元的高价，甚至有价值高达11万元的与真人等高的手办模型。许多手办爱好者把它们当作艺术品进行收藏与交易，形成了一套完全成熟的衍生产品商业运作模式。

淘宝上的顶级手办，价格超过10万元的比比皆是。花钱买一个手办，已经成为年轻群体展示个性与爱好，把自己与他人区别开来的时尚方式。而总部位于济南的动漫衍生品连锁企业馨漫园，则成为许多年轻人入手第一个手办的地方。

作为一家19年专注手办、玩偶制造销售的企业，馨漫园也是在95后、00后步入消费年龄后发展迅速，如今已经在全国开出1800家连锁店。其董事长刘薇在接受采访时表示，“现在99%的孩子都是看着动画长大的，动漫形象和玩具对孩子的影响很大。”

现在，除了购买、把玩手办，对手办进行二次创作也很红火，最近网上一条“平均月薪2.5万元招聘手办原型师”的消息跟帖无数。在豆瓣上，有一个数百人的小组，探讨如何成为手办设计师，从业余的爱好、情怀，到一份真正的工作，手办已经成了一项前景广阔的事业。

手办的世界，已经远远不止于一个栩栩如生的树脂玩具了。



朋友圈隐者 网上做“世外之人”

这两年，微信朋友圈里的“隐者”渐渐多了起来。他们仿佛隐居在朋友圈里，从不更新动态，让人几乎忘了好友列表里还有他们。点进他们的朋友圈，要么空空如也；要么留下一条客气的横线敬告来访者：仅展示最近三天。

□ 李察

“朋友圈隐者”分很多种，最常见的是“分组隐身者”。一般来说，看不到一个人更新动态，往往是因为你不在他“分组可见”设置里。

当然，这里面有些人并非真的不再发声，而是悄悄换了战场——一边在朋友圈里惜字如金，一边跑到微博上滔滔不绝，一小时更新无数次。“朋友圈里冷如鬼，微博小号皮断腿”正是他们的真实写照。

也有一些人是“朋友圈屏蔽者”。他们或是直接关闭了朋友圈功能，或是设置了朋友圈动态不再提醒。总之，他们算是远离了朋友圈里的喧嚣。不管是微信好友的日常感悟、生活动态，还是圈子里满天飞的“10万+”热帖，他们一律不再接收。而你如果想要了解他们的近况，就只能发条消息问候了。

朋友圈曾是微信最热门的功能，是互联网时代最红火的社交场、繁华地。人们热衷于用它表达自我、获取信息、沟通关系。为什么越来越多的人淡出，在朋友圈里过起了隐居生活？

最多的考虑是出于对隐私的担忧。微信虽然最初是熟人社交软件，却逐渐向着半熟人社交方向泛化。人们的微信关系链由家人、好友，向同事、合作伙伴等方面延伸，被工作关系侵占得更多。

好在，“分组可见”设置方便人们屏蔽无关人等，一边继续活跃在朋友圈里，一边对那些不熟悉的朋友圈来访者设防。

一条朋友圈动态发布后，别人是否点赞、怎样评论，也常常会引起一些发布者的猜测和误解，无形之中平添许多无谓烦恼。更受不了一些把握不准人际交往分寸的人，不时“自来熟”地跑来留些讨人嫌的话，你秀恩爱他预言“分得快”，你晒美食他提醒“胖三斤”，让人烦不胜烦。也就难怪越来越多的人为免口舌，在朋友圈里隐身，只看不说，只求“再无车马客，造次到门前”。

另外，也有一小部分人，是因为受不了信息的碎片化和同质化，更担心自己的情绪过多受到他人影响，因而彻底关闭了朋友圈。只是关了朋友圈，也逃不了微信群、公众号、微博，以及各种App“精准推送”的狂轰乱炸。想要寻求“采菊东篱下，悠然见南山”的隐者心境，怕只能学习先贤“问君何能尔，心远地自偏”的修养了。

关于“隐者”，我国著名学者王学泰曾如此点评：隐者“追求的不是百分之百地摆脱他人与社会，他只是想摆脱社会上的一些自己不能适应的纷争，选择自己能够适应的生活方式”，只是随着社会高度组织化，“每个人都有个定位，人人生活在‘世内’，再没有‘世外之人’。”

在当今这个信息超载的时代，想在互联网上做“世外之人”已是千难万难，越来越多“朋友圈隐者”的出现也正是人们试图把控自己生活方式所做的尝试。这样一想，朋友圈寂寥也许并不是一件坏事。