

《现代汉语大词典》日前在京首发。全书共五卷，收录单字字头13000多个（按照规范标准确定字形、字音，梳理简繁、正异、异读关系），单字和复音词总计15.7万条（其中百科词语约2.5万条），配例40多万个，计1200多万字，是我国迄今为止收词最多、义项设立最全、规模最大的一部现代汉语词典。

据介绍，该词典是在现代语言学理论和辞书学理论指导下，以丰富、扎实的文献和口语语料为基础，以《现代汉语词典》为参照而编纂的一部系统记录一百多年现代汉语词汇的大型原创性语文词典。与《现代汉语词典》侧重规范性不同，《现代汉语大词典》既体现规范性又重视描写性，在收词上突出词典的描写记录功能。例如大词典增收了“淞沪抗战”“两个一百年”“人类命运共同体”等条目，收录了具有鲜明时代特色的“新质生产力”“元宇宙”等新词语。有生命力的网络词语也在收录之列，如“梗”“破圈”“开挂”“斜杠青年”等。

据新华社

## 小包挂，何以成年轻人的“心头好”？

憨态可掬的动漫IP联名挂件、火遍海外的拉布布(LABUBU)搪胶毛绒、内涵丰富的博物馆文创……如今，不少年轻人的背包上挂着各式各样的玩偶挂件，成为街头巷尾一道流动的风景。

包挂并非新事物，但近年来热度持续攀升。数据显示，2025年，某直播电商平台的包挂类产品全年累计成交额突破2.9亿元，同比增长超154%；2026年包挂热度不减，今年第一季度，仅在抖音电商，毛绒玩偶挂件销售增速便超过114%。

小小包挂，何以成为年轻人的“心头好”？“包挂热”的背后，藏着怎样的消费逻辑？记者就此进行了采访。

### 原创设计走向世界



吴靓(左)向客户介绍她设计的小狗包挂产品。

### 小挂件承载情绪价值

潮玩店内，一整面墙挂满了包挂产品，从经典动漫IP到原创设计，品类丰富，价格从几十元到上百元不等。店员介绍，这些包挂深受年轻群体喜爱，“很多顾客甚至会一次选购多个款式，只为搭配不同的心情和场合”。

抖音电商相关负责人表示，“悦己”是包挂消费的核心驱动力，其次是社交需求，收藏属性最弱。

包挂是传递心情的载体，也是生活中的“温暖调味剂”。在北京工作的王女士，包上挂着一只造型可爱的白猫挂件，这是她与朋友逛街时一同选购的。“它很有纪念意义，就像我的‘可视化日记’，时不时看一看，心里会格外温暖”。

包挂还发挥着社交功能，彰显消费者的兴趣与审美，成为一种看得见的“身份标签”。刚工作半年的张女士告诉记者：“有时碰到陌生人背着

同款IP包挂，相视一笑间，仿佛‘对上了暗号’。”大学生小雨也有类似体验，“当我看到有人背着同款游戏角色的包挂时，就会产生一种‘找到知音’的亲切感”。

因包挂产生的社交联结，也延伸至线上。在社交平台，记者发现“包挂搭子”“包挂交友”等话题持续升温，年轻人通过分享照片、交流搭配等方式，在虚拟空间延续兴趣社交。

“现在的年轻人不一定要依赖大牌包袋或贵重服饰来彰显个性，而是通过包挂这类‘微型身份标签’，通过很少的花费就能体现自己的兴趣、审美，从而获得较高的情绪价值。”中南财经政法大学经济学院教授张鸿武分析，在习惯了与陌生人保持“安全”社交距离的当下，包挂已成为一种便捷的社交“暗号”，正帮助人们快速找到同好，实现低成本的社会连接。

### “包挂风”带火“娃衣热”

家纷纷涌入这一新赛道。

在浙江省义乌市全球数贸中心，95后朱子艳的芙梦潮玩娃衣店面积虽然不大，却摆满了各类娃衣及配饰：几厘米的短袖T恤衫、十几厘米的牛仔外套，甚至还有搭配的迷你帆布鞋……1000多款产品，适配市面上多数热门玩偶挂件。

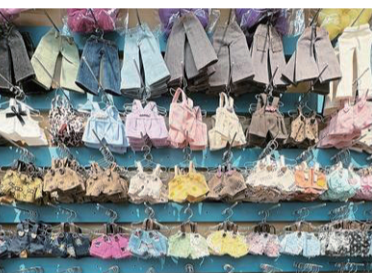
她的客户群体以拥有自主IP的商家为主。“客户把自己的IP形象带来，我们负责为其量身定制服饰。”朱子艳告诉记者，这种定制模式使其避开了同质化竞争。

在浙江省海宁市，类似的探索也在进行中。当地企业海宁市钱数纺织科技有限公司负责人胡鸣一介绍，企业原本生产非遗面料，看到娃衣市场爆发后，便尝试用香云纱等非遗服装面料来制作娃衣。

“我们想借着娃衣的热度宣扬传统文化，让年轻人更好地了解，没想到市场反应这么好。”胡鸣一介绍，自开发娃衣产品以来，企业订单占比相当可观。“光是在电商平台，娃衣每个月的销售额预计就能超过1亿元。”

记者在采访中了解到，商户普遍认为制作和售卖娃衣是一项可持续的生意。他们表示，当前毛绒挂件所

承载的情绪价值正获得越来越多的认同，“只要毛绒挂件有市场，娃衣就有需求”。



不同种类的娃衣产品

清明节假期，北京市朝阳区合生汇的一家潮玩店内，00后大学生小郭正在挑选有“眼缘”的包挂。

“换一个包挂，就像换了一款新包。”小郭热衷于收集各类潮玩包挂，时下流行的三丽鸥、迪士尼等品牌她均有购买。她说：“包挂是我们与喜爱角色之间的‘情感纽带’，随时瞧上一眼，心情会好很多。”

如果说包挂是年轻人的“情绪搭子”，那么为包挂搭配的微型服饰——“娃衣”，则进一步延展了这种情感寄托。

“我的拉布布包挂是白色的，尤其适合换上各式娃衣。”平日里，江苏省南京市市民吴文婧会经常给自己的包挂娃娃搭配穿搭，“包挂不仅是配饰，更是自我内心的投射，而娃衣可以让这种情感表达更加完整”。

最近，消费者小崔也入手了3套娃衣。谈及下单动机，她直言“这样自己的包挂会显得稍微特别一些”。小崔表示，其购买灵感大多来自社交平台的推送，“刷到各种各样的娃衣款式，觉得有趣就下单了”。

“购买包挂是第一步，是‘拥有一个喜欢的玩偶，而为其添置娃衣，则是将其视为陪伴对象，开始装扮、照顾，情感投入会更深，满足感也更强。”张鸿武对记者说。

据了解，当前娃衣市场价格体系层次分明，从低至十几元的“跑量款”，到三五十元的“品质款”，再到百元以上的“精装款”，不同价位段的产品一应俱全，满足了消费者的多样化需求。

随着娃衣消费日渐走俏，众多商

