



刘英卉供图

冰箱贴

为啥成年轻人“社交硬通货”？

近日，“冰箱贴已经比冰箱贵了”的话题悄然登上热搜，引发广泛热议。某社交平台上，“冰箱贴收藏家”话题浏览量突破3亿，用户们交流着各种淘贴攻略、限量款抢购心得。于是，大家开始讨论，为何年轻人愿意为冰箱贴一掷千金？到底是否值得呢？

年轻人爱买：从旅行纪念到文化收藏，体系化构建仪式感

曾几何时，冰箱贴仅仅是用来固定便签、照片的功能性工具，材质多较为廉价，设计也停留在简单的图案印刷。如今，它却摇身一变成年轻人出行“必购清单”上的榜首之选。

来自山西的90后游客轩轩（化名），是位资深冰箱贴爱好者，今年“十一”假期到河南开封游玩时，在古城文创店一眼就相中了清明上河图主题的金属冰箱贴。“你看这磁贴上的古桥栏杆，纹路清晰得能数出雕饰；河面上的小船，连船帆的褶皱都刻画出来了，金属光泽摸起来很有质感。”她反复摩挲着磁贴，直言“三四十块钱能买到这样有文化细节的纪念品，性价比太高了。”

无独有偶，上海00后秉文（化名）在开封3天的旅行中，餐饮消费约800元，买冰箱贴就花了400元左右。其中一款宋代簪花主题的磁贴让他格外珍视，“查资料了解到宋代簪花之风盛行，上至帝王将相下至平民百姓都把簪花看作雅事，这个磁贴把当时的审美趣味具象化了，买回去能记住这次旅行的独特文化体验。”

更值得关注的是，年轻人对冰箱贴的收藏行为，正从最初的“随手购买”转向“体系化构建”。不少年轻人将玄关处的装饰画直接换成定制的磁吸展示板，把各地带回的磁贴按旅行时间或地域分类陈列；还有人因家中冰箱门早已被磁贴层层覆盖，开始将收藏阵地向大门、

书房磁吸黑板甚至书桌侧面延伸。

网友Konoe的收藏方式更是引发广泛关注，她花费数年时间，辗转各地博物馆与文创市集，收集了从新石器时代的彩陶纹样、夏商周的青铜鼎纹，到秦汉的瓦当图案、明清的瓷器纹样等29个文物冰箱贴。她按照历史脉络将磁贴分门别类排列在展示板上，打造出一面“华夏一万年”的微型文明墙。这条“终于集齐了所有朝代的华夏一万年”的帖子，点赞量高达9.6万，评论区里网友们纷纷感叹“这才是真正的文化收藏”。这种收藏热潮的背后，是年轻人对生活美学的追求，更是他们用这些小物件构建个人文化标识、表达自我价值的生动体现。

博物馆文创成“顶流”：把“文物”合法带回家的最好途径

博物馆文创冰箱贴的强势走红，让“把博物馆带回家”成为当下年轻人的消费新选择。在某社交平台上，“博物馆冰箱贴”“文物磁贴”“把博物馆搬回家”等相关话题的阅读量累计近1500万，无数网友晒出自己收集的博物馆磁贴，分享“与文物朝夕相处”的乐趣。

北京的徐女士就是一位收藏达人，她在家中的玄关处，用4块黑色磁吸黑板拼接成了一整面墙的文物冰箱贴展示区。从按朝代分类、调整排列间距，到为每个冰箱贴标注文物名称、出土地点与历史背景，每一步都细致入微。她介绍，展示区里的400多个冰箱贴，一半以上都是带着孩子参观博物馆时购买的，“带孩子逛博物馆时买一枚冰箱贴，既能让他对文物留下直观印象，又能作为旅行纪念，回家后还能借此重温历史知识，一举两得。”

最近两年，越来越多博物馆都将镇馆之宝变为精巧的冰箱贴，比如北京古代建筑博物

馆推出的天宫藻井解剖冰箱贴，成为冰箱贴界的招牌断货王。

需要拼手速的，还有中国国家博物馆的孝端皇后凤冠木质冰箱贴。整个凤冠金翠交辉，绚丽夺目，用了木质和铝箔的冰箱贴几乎复刻了明代皇后的绝美凤冠，成了不少人心心念念的必买冰箱贴。

技术与创意的深度融合，让博物馆冰箱贴更具吸引力与收藏价值。天宫藻井解剖冰箱贴按照藻井真实结构分五层绘制设计，最后一片星空顶采用了夜光材质，可以立体拆分，或堆叠摆放，完美复刻了星空藻井。陕西历史博物馆的彩绘雁鱼铜灯冰箱贴，灵感来源于馆藏汉代文物彩绘雁鱼铜灯，这盏文物因“雁腹储水滤烟”的环保设计被称为“古代黑科技”。冰箱贴不仅还原了“雁颈修长、双足并立、回首衔鱼”的古典风貌，还创新性加入微型亮灯装置，轻轻一按就能让雁腹内的灯光亮起，重现“黑

科技神灯”的光彩；常州博物馆推出的AR互动冰箱贴，选取馆藏古画为设计原型，消费者通过手机扫描磁贴上的二维码，就能“激活”古画，让平面的人物、场景变为动态影像，这种沉浸式体验深受年轻消费者喜爱。

冰箱贴爱好者夕瑶，面对被做成冰箱贴的博物馆镇馆之宝，根本控制不住买买买的欲望。9月去西安旅游时，夕瑶一直在努力抢陕西历史博物馆的预约名额，但最后只约到了陕历博分馆。意外之喜是，她在分馆买到了彩绘雁鱼铜灯冰箱贴。“这是把文物合法带回家的最好途径，一面墙的冰箱贴，就可以体验收集文物的快乐！”夕瑶拿着冰箱贴爱不释手。

《2025—2030年中国冰箱贴产业运行态势及投资规划深度研究报告》显示，2025年冰箱贴成为文创爆款，常州博物馆“国风超有戏”系列冰箱贴半年内销售1.5万个；苏州博物馆的屏风摆件冰箱贴上线不到一个月卖出5000多个。

情感价值新载体：让冰箱有更多家的温暖

冰箱贴能够持续“圈粉”，其核心魅力在于其承载的深厚情感联结，它不仅是一件装饰品，更是一段记忆的物化载体。上海白领李女士的冰箱门是一面充满温情的“情感记忆墙”，上面贴着女儿幼儿园手工课做的黏土冰箱贴，虽然边缘粗糙、造型稚嫩，却是孩子第一次独立完成的手工作品，她特意用透明保护壳将其封存；有和父母一起去周庄旅行时买的木质古

镇剪影贴，上面雕刻着小桥流水人家的景致，记录着阖家出游的温馨时光；还有闺蜜出国带回的梵高《星空》复刻冰箱贴，深邃的蓝色与旋转的星云，承载着朋友间跨越山海的深厚情谊。

在社交平台上，“冰箱贴背后的故事”话题阅读量超8亿，网友们纷纷分享自己的收藏：有刻着结婚日期与名字的情侣定制冰箱贴，见证着爱情长跑的圆满；有孩子出生那年的生肖主

题冰箱贴，凝固着新生命降临的喜悦。这些小小的冰箱贴，让家电变成了充满温度与回忆的“记忆载体”。

冰箱贴能成为文旅“顶流”，与火热的文旅产业也密切相关。如今在热门景区、网红博物馆，冰箱贴几乎已是纪念品标配，带回一枚当地的冰箱贴，成为不少年轻消费者留存旅行记忆的固定选择。

经验与启示：还有什么文创能复制冰箱贴的火热？

冰箱贴从普通纪念品跃升为文创“顶流”的成功路径，为整个文创产业提供了宝贵的经验与启示。

文创产品不能停留在对传统文化元素的简单复刻与搬运，而应深入挖掘文化内涵并进行创新转化与表达。南京的艺府文创品牌，深入挖掘当地“法国梧桐”这一城市文化符

号，将梧桐叶的形态、纹理融入文创设计，开发出钥匙扣、书签、冰箱贴等系列产品，还提供刻字、定制图案等个性化服务，让消费者能将“南京记忆”随身携带，深受年轻人喜爱；中国海盐博物馆则从地方历史文化中提取“盐”这一核心元素，结合盐的结晶形态、制盐工艺等，开发出“盐城盐”主题联名文创，涵盖日用洗化类、家居生活类、实用品艺品类等多个系列，让盐文化以更贴近生活的方式走进大众视野，实现了文化传播与市场效益的双赢。

技术赋能是提升文创产品吸引力的关键。AR互动、夜光材质、3D打印等现代技术的应用，打破了传统文化与现代生活的隔阂，让文物、历史以更鲜活、有趣的方式与消费者互动，增强了产品的体验感与趣味性。



声音

在物质丰裕时代，人们更愿为情感联结付费。冰箱贴是记忆的物化载体，通过收藏行为，消费者构建着自我叙事与身份认同。

——北京大学社会学系副教授 王明

一个小小的冰箱贴，比拼颜值、工艺和创意的背后，能以小见大，从中看到了属于我们自己的传统、民族、地域特色，也寄托了情感、记忆，以及对未来的展望。将博物馆冰箱贴带回家，是年轻人对于中国文化的敬意。

——东华大学服装与艺术设计学院教授、博士生导师 陈庆军

大家通过收集冰箱贴留下人生旅途的记忆。不少文创冰箱贴是具有文化价值的，这就更能满足年轻人对精神生活的追求，这并不是小商品市场批发的冰箱贴能代替的，因为这是我们在当地参观、游玩买下来的，就打上了很深的文化烙印，冰箱贴不是年轻人的“破烂”，而是记忆的载体，文化价值的符号。

——华中师范大学教授 梅志罡

作为低价、高频的消费品类，冰箱贴吸引了广泛用户群体，形成文旅、文创消费的“入门效应”，并延伸带动其他高附加值产品的关注。

——北京市社科院副研究员 王鹏

链接

小额高频消费，小心不经意间的“超支”

“冰箱贴比冰箱贵”不再是段子，而是部分年轻消费群体的真实写照。有收藏者3年投入近4万元收集冰箱贴，最贵的一套琉璃烧制“五脊六兽”售价达1000元。因有网友戏称：“开关冰箱前得先确认，掉落的可能是半个月工资。”

很少有人会在购买冰箱贴时计算“总账”。50元左右的单价，在旅行开销中不过一杯咖啡钱，决策成本极低。可当“随手购买”积累起来，数字便格外惊人：一台普通冰箱价格2000—5000元，按每个磁贴50元计算，40—100个就会“反超”。社交平台上，有人晒出300多个磁贴花费近2万元，是冰箱价格的4倍；有人调侃“买冰箱是为了贴磁贴”，新冰箱到家先挪磁贴而非放食材。

这种消费现象源于“小额高频”的心理陷阱。中国消费者协会专家指出，冰箱贴属于“非刚需弹性消费”，其纪念意义让消

费者忽略单价叠加效应。更值得关注的是，磁贴早已告别几元钱的塑料薄片时代：故宫“瑞兽系列”售价198元，敦煌壁画元素磁贴单个68元。当“文创价值”与“地域符号”叠加，单价悄然上涨，而消费者“小便宜”的认知仍未更新，形成“越买越多、越花越超”的循环。

所以也有声音呼吁保持理性。有网友算了一笔账：某网红咖啡店推出的城市限定贴每月更新，全套年消费近3000元；“追系列就像无底洞，突然发现够买台双开门冰箱了。”部分消费者开始反思这种“细水长流”的消费是否值得。

更值得关注的是，冰箱贴的社交属性正催生攀比风气。在收藏圈，拥有稀有款成为地位象征，某艺术家联名款在二手市场被炒至原价5倍。这种异化现象让简单爱好变了味。

（据搜狐）