

成年人愿为情绪价值买单,成为童趣消费新生力量

# “童趣经济”跨龄破圈,这个“六一”大小朋友一起过节

本报记者 周梓

今年“六一”国际儿童节,一场跨年年龄段的消费热潮在全国各地涌动。从餐饮品牌的IP联名套餐,到商场的亲子主题活动,再到科技感十足的AI互动体验,各类“童趣玩法”层出不穷。

在消费升级与情感需求的双重驱动下,此轮节日消费早已不再局限于传统意义上的儿童产品。成年人购买解压玩具、打卡主题快闪、抢购联名周边,成为童趣消费不可忽视的新生力量。“大小朋友”共同参与,激发出“童趣经济”的蓬勃活力。

## “童心”不再只属于儿童

今年儿童节前夕,麦当劳中国再度启动“喜欢您来玩”系列主题活动,与泡泡玛特IP星人联名,推出限定美味、主题包装、联名周边与线下体验空间。北京、河北、山西近400家门店同步换上“六一”专属装扮。

在北京朝阳区颐堤港,“喜欢您来玩·星光麦当劳”主题快闪活动正在火热进行中。记者在现场看到,前来打卡的不仅有带孩子的家长,还有不少年轻人。几位年轻消费者举着星星人玩偶在装置

前合影,他们告诉记者,购买这些充满童趣的产品,是“给童年的自己”。

这一现象并非个例。京东研究院一项关于“六一”儿童节的调研数据显示,在1000名“大小孩”受访者中,56.8%的成年人表示购买的玩具是给自己的,51.1%的成年人表示要为自己庆祝儿童节。

今年“六一”,各大品牌营销互动多点开花。商家不约而同地将目光瞄准童趣消费,把“童趣”打造成可购买、可体验的情感消费品。从CoCo都可返场的“快乐小狗杯”、一点点限定mini杯,到瑞幸咖啡“牵手”Hello Kitty上线联名周边,再到必胜客联名《疯狂动物城2》、肯德基联名史迪奇……多个品牌在IP联名、限定礼盒与社交互动上“卷”出全新高度。

“快节奏生活带来多重压力,而童趣产品能唤起美好童年记忆,带来治愈。”一位文创设计师对记者表示。业内人士认为,“童趣经济”的兴起体现了消费升级下的需求层次跃迁——当物质需求基本满足,情绪价值和身份认同正成为新的消费触点。

## “童趣”注入新玩法

在上海,百联集团近日启动“百联童

行,快乐一夏”主题营销活动,将“赛、玩、逛、购”串联成欢乐轨迹,把商业空间变为亲子陪伴体验场。在第一百货商业中心,宇树机器人上海首店人气爆棚,智能机器狗与人形机器人带来沉浸式互动体验,让孩子们近距离感受前沿科技,百年商业地标焕发科技引力。

在闵行区七宝镇领展广场,乐高拓展受众边界,主题快闪活动分设亲子场与成人场。亲子场以忍者和赛车为主题,成人场以花植创作为主题。“一块积木可以有两种完全不同的拼法,孩子用它造赛车,成年人用它拼花,两者的专注和快乐是等价的。”活动负责人说。

从百联的一站式商业综合体到乐高的主题快闪,上海商业空间正从“柜台陈列”转向“体验至上”,其中,沉浸式、互动性的亲子活动成为“童趣经济”的重要组成部分。

广东的“童趣经济”则展现了另一条路径:依托坚实的产业基础,将AI技术与本土制造结合,打造差异化竞争优势。“中国电子第一街”华强北依托丰富的科创研学资源,打造了华强北博物馆等多个特色研学场所,今年“六一”期间,这里成为不少家庭的“科技版儿童乐园”。

中国消费经济学会副理事长洪涛表

示,今年“六一”节日消费具有很强的科技色彩,AI技术的广泛应用丰富了节日消费市场,“国潮+科技+IP”融合是未来童趣产品的发展方向。

## “童趣经济”成消费新引擎

今年“六一”,市场消费突破传统儿童消费品范畴,一场覆盖全年龄段的“童趣经济”持续升温,从多维度重塑消费市场。不论是年轻人对潮流的追捧,还是亲子家庭对沉浸式体验消费的热衷,都折射出“童趣经济”从儿童专属到全民参与的转型,消费市场正朝着多元融合、“大小朋友”共享的方向转化升级。

有专家指出,随着Z世代成为消费主力,“童趣经济”的市场规模将进一步扩大。商家应抓住趋势,将童趣元素与本土文化、科技手段相结合,打造更具吸引力的消费场景。

洪涛表示,作为消费市场的新增长点,“童趣经济”正悄然成为节日消费的重要引擎,消费升级和年轻消费群体对个性化、差异化、情感化体验的进一步追求,将为市场带来更多增量空间。未来,“童趣经济”有望在全龄化情绪消费驱动下,在AI互动陪伴、国潮IP融合、沉浸式文旅体验等多领域实现突破。



## 出口足球加工热

近日,在江苏南通海门一家足球加工企业生产车间,工人加紧赶制外贸订单。2026年美加墨世界杯脚步渐近,叠加“苏超”等本土足球赛事热度攀升,海门足球制造业迎来发展热潮。

本报通讯员 许丛军 摄

# 6月1日起我国全面进入汛期

本报北京6月1日电(记者蒋嵩)记者今天从水利部获悉,6月1日起,我国全面进入汛期,南方地区进入主汛期。据预报,6月份,东北北部、江南东部、华南、西南东南部等地降水偏多1~2成;华北南部、西北北部和中东部、黄淮、江淮大部等地降水偏少1~2成;其余地区降水接近常年。长江中游洞庭湖、鄱阳湖水系部分主要河流,珠江流域西江、韩江,浙江钱塘江及福建闽江等河流可能发生超警洪水。

随着全面进入汛期,洪涝灾害风险进一步增加,防汛形势严峻复杂。水利部将加强监测预报预警,充分利用雨水情监测预报“三道防线”和数字孪生水利体系建设成果,进一步延长洪水预见期,提高洪水预报精度。强化流域水工程统一联合调度,充分发挥流域骨干水库防洪减灾作用,做好蓄滞洪区蓄滞洪运用准备,确保防洪安全。加强中小水库运用管理和巡查防守,督促每座水库防汛行政、技术、巡查“三个责任人”上岗到位,确保水库不垮坝。

# 中消协针对“娜塔莎”玩偶乱象发声

本报讯(记者杨召奎)近期,“娜塔莎”玩偶在年轻群体中迅速走红,被许多人当作一种别样的“情绪出口”——从最初网友对其进行“过家家式”的换装打扮,到后来逐渐走向色情化装扮、解构式解剖、暴力揉捏等极端行为。6月1日,在“六一”国际儿童节到来之际,中国消费者协会公开发声指出,勿让“解压”为暴力遮羞,勿让流量为低俗买单。

据悉,部分商家在宣传“娜塔莎”玩偶时,刻意摆出带有性暗示意味的姿势,甚至配以暧昧文案、成人化道具。又或以暴力行为对待解压玩具,博取流量和关注。中消协指出,这类行为以低俗、暴力为噱头,违背社会主义核心价值观,违反民法中的公序良俗原则,同时也涉嫌违反网络安全法、广告法等法律法规。

中消协认为,解压玩具设计应倡导文明健康绿色理念。解压玩具舍弃审美价值、文化价值与情绪价值,是不合时宜、不可取的逆向设计,违背消费者权益,刻意摆出带有性暗示意味的姿势,甚至配以暧昧文案、成人化道具。又或以暴力行为对待解压玩具,博取流量和关注。中消协指出,这类行为以低俗、暴力为噱头,违背社会主义核心价值观,违反民法中的公序良俗原则,同时也涉嫌违反网络安全法、广告法等法律法规。

中消协认为,解压玩具设计应倡导文明健康绿色理念。解压玩具舍弃审美价值、文化价值与情绪价值,是不合时宜、不可取的逆向设计,违背消费者权益,刻意摆出带有性暗示意味的姿势,甚至配以暧昧文案、成人化道具。又或以暴力行为对待解压玩具,博取流量和关注。中消协指出,这类行为以低俗、暴力为噱头,违背社会主义核心价值观,违反民法中的公序良俗原则,同时也涉嫌违反网络安全法、广告法等法律法规。

## 2026年全国粮食和物资储备科技活动周开幕

# 百余项“黑科技”齐亮相共守大国粮仓

本报讯(记者姜雨晴)6月1日,2026年全国粮食和物资储备科技活动周在武汉开幕。本次活动以“奋进‘十四五’科技护粮储”为主题,集中展示粮储领域前沿技术与创新成效。国家粮食和物资储备局公布“十四五”时期粮食和物资储备领域优秀科技成果、应用案例132项,以科技创新守护大国粮仓。

范成果创建了多类清洁能源烘干模式,解决了高水分粮食干燥碳排放量大、干燥效率不高、品质控制难的问题,能耗损失降低2%~5%。闭式热泵粮食干燥系统成果,有效解决潮粮烘干空气含尘和高水分空气高标净化难题,减少大气中污染物排放,每吨稻谷去除5%水分的系统运行成本仅为10元,节能效率达30%以上。

在粮食储运方面,“五位一体”绿色储粮技术集成与产业化应用成果,构建了仓房性能提升、高效环保进出仓、智能监测预警、绿色综合治理、效能科学评价“五位一体”绿色储粮技术体系。针对我国七大储粮生态区气候、仓房和粮种差异,“一区一策”的个性化集成方案打破单一技术应用局限,推动粮食储粮从“安全存放”向“绿色储粮”的高质量转型。目前,全国已建立70个绿色储粮技术集成应用示范点单位,其中30个示范点已成熟运行,可实现一个储粮周期化学药剂减量50%以上,综合能耗

降低20%。

值得注意的是,粮食气膜钢筋混凝土圆顶仓成果开创了“刚柔并济、一体成型”的全新技术路线,仓体气密性达到国家高标准粮仓要求的6倍以上,与传统浅圆仓相比,保温隔热性能提升3倍,制冷能耗降低50%以上,综合运维成本可降低30%以上,是更加适配绿色储粮技术的低碳新仓型。

2026年为“十四五”开局之年,国家粮食和物资储备局将聚焦绿色储粮、高效物流、质量安全、营养健康等科技创新和推广应用领域,以及绿色低碳储粮、营养健康质量安全、节粮减损、粮食机械装备等粮食流通领域科技创新重点方向,强化关键核心技术攻关,推动产学研用深度融合,为保障国家粮食安全提供坚实的科技支撑。

## 大国工匠品牌宣传工程系列——黑龙江省总工会 龙江工匠

# 挺起龙江制造脊梁

张有兴 中国石油集团公司大庆油田第一采油厂第四作业区中十四采油班采油工

以匠心守护初心,三老四严,攻坚克难,为保障国家能源安全贡献石油力量!

张有兴

冯世毅 中国兵器工业集团哈尔滨第一机械集团有限公司车体分厂电焊工 首席技师

孤光映照匠心路,焊缝连接强国梦。

冯世毅

别林 哈电集团佳木斯电机股份有限公司大型车间装配工

装配的是零件,坚守的是初心,成就的是国之重器。

别林

迟海 一重集团(黑龙江)工程装备有限公司 特级技师

传承劳模品格,坚守工匠初心,用实际行动成就不凡。

迟海

李松 中车齐齐哈尔车辆有限公司起重分公司数控加工中心操作工

匠心守初心,实干铸辉煌。

李松

黑龙江省总工会紧扣现代化产业体系建设需求,深耕人才沃土,系统构建起涵盖技能形成、创新支撑、职业发展的全链条工匠人才培养体系,倾力打造“龙江工匠”品牌,为产业转型升级和制造强国建设锻造坚实人才支撑。

以“制度创新”筑基,深入实施工会助力打造发展新质生产力实践地三年行动,新时代百万职工技能提升三年行动,出台《龙江工匠学院体系建设三年行动方案》《“龙江工匠”培育选树管理办法(试行)》,搭建起“省级示范、市级覆盖、企业落地”的三级培育网络。通过构建工匠人才技能提升、培育选树、激励保障、作用发挥一体化的全链条工作机制,确保人才成长有路径、发展空间。

以“多元培育”赋能,建成覆盖数字、装备制造等重点领域的省市两级工匠学院160家,与哈尔滨工业大学联合举办龙江工匠培训营,构建“理论+实践+创新”培育模式。完善“特色产业+劳动竞赛”体系,用竞赛培育技术工人,近5年,举办赛事7.8万场,覆盖职工超2500万人次,以赛促学成效显著。

以“创新驱动”铸魂,建成省级劳模工匠创新工作室566家,各级各类创新工作室共3128家,先后组建龙粤、龙鲁粤等跨区域、跨行业创新工作室联盟110家。首次在省科技奖中设立产业工人技术创新组,2025年,提名的大庆油田职工项目入选省技术发明奖。上线职工创新创效平台,让一线工人的“金点子”结出“金果子”。

以“榜样引领”聚力,推选5名产业工人当选“大国工匠年度人物”,累计选树“龙江工匠”及培育对象923名。通过开展“龙江工匠年度人物”发布活动、“劳模工匠助企行”等活动,让工匠精神闪耀一线,每年组织数千人次劳模工匠深入企业破解技术难题,带动数万名职工技能提升。

未来,黑龙江工会将持续深化产业工人队伍建设改革,力争到2035年培养50名左右大国工匠、1000名左右“龙江工匠”,让更多“黑色沃土”孕育出的“金色工匠”,为中国式现代化龙江实践注入澎湃的工匠力量。