

从“盘串女孩”“盘串男孩”佛系盘串，到小学生围在一起激情“绕指柔”，各类短视频平台上，早已随处可见年轻人熟练盘串的身影。

然而当盘串风向年轻市场吹去时，比短视频反应更快的是商家。

塑料串走红：

“我那小叶紫檀串子被嫌弃了”

“学校里一堆塑料珠子和玻璃珠子，笑话我一个朱砂供菩提。”在社交平台上，有学生忍不住吐槽起同学的“不识货”。

中新财经注意到，在盘串的学生群体中，塑料手串比真正的菩提手串更受欢迎。

在一家文具店内，商家将标价为12元的“精品菩提流苏手链”摆在了店内最显眼的位置。店主向中新财经表示，由于近期不少学生喜欢盘串，自己才特意进了货。

“塑料的，肯定不是菩提的，菩提哪能这么便宜。”他说。



潘家园古玩市场，一位家长正在给孩子挑选菩提根手串。左雨晴 摄

在潘家园古玩市场，一名带着孩子挑选菩提根手串的家长，一眼看中了一款“猫爪菩提”。该摊位的老板向中新财经表示，很多孩子和年轻人如今偏爱这种造型可爱的菩提根手串。“还有那种颜色好看的，他们都很喜欢。”

在社交平台上，不少盘串爱好者表示，近年来菩提根的价格也乱象频出。“很多菩提根染成花里胡哨的颜色，就能卖出很离谱的价格。”

大众化盘串背后：

有人被坑几千元

电商的崛起和年轻人的加入，正在改变“文玩圈”。

艾媒咨询数据显示，2020年文玩电商行业用户规模达6085万人，交易规模达1630亿元。预计2023年整体用户规模将突破一亿人次，交易规模超过5000亿元。

00后盘串爱好者苏倩(化名)认为，女性消费者的大量涌入一定程度上重塑了文玩市场的形态；同时，商家瞄准下沉市场做出调整，共同推动盘串大众化。

文玩电商发展背后，也有无数人在“踩坑”。苏倩表示，这主要是商家和消费者信息差导致的。

“价格方面，菩提根市场尤其显著，商家要价离谱，整个文玩市场定价浮动很大；宣传方面，货不对板，闲鱼平台盗图严重，加上商家拍‘仙图’引导消费行为，新手很难辨认；产品特性方面，我认为文玩中所谓的好坏更多基于稀有性，对新手来说，直观看不出好坏，很容易高价买通货。”她表示。