

小長假線下實體店預約滿座 帶自製作品打卡景點成潮流 拼豆熱度延燒 情緒消費火爆



有人把五天假期排滿旅遊攻略，也有人選擇把自己「焊」在拼豆桌前。當「特種兵式旅遊」還在卷，另一群年輕人已經切換賽道——「五一」不回家、不旅遊，狂拼五天拼豆。如今，拼豆正成為年輕人對抗焦慮、重塑自我的「秘密武器」。

五顏六色的小塑料豆，在模板上拼出像素圖案，熨斗一燙，定格成掛件、杯墊、裝飾畫……在快節奏的數字時代，被稱為「像素藝術」的拼豆正悄然佔領年輕人的桌面與周末。從社交平台百億級的話題熱度，到線下門店一座難求的預約盛況，再到上游工廠滿負荷運轉的產銷鏈條，以拼豆為代表的手作體驗，正從小眾愛好成長為席捲內地的消費新業態。內地「五一」小長假，不少線下拼豆店預約爆滿，成為城市休閒的頂流項目。

●香港文匯報記者 曾萍

美團數據顯示，2026年第一季度，內地拼豆門店數較去年末激增1.6倍，消費人數環比增長1.9倍。南寧「BOOMKA 啲味手作」聯合創始人何苑，為「五一」策劃的拼豆大賽有150個參賽名額，每天50個上線即秒光，火爆程度完全超出預期，門店為此專門增設免費體驗區，接待沒能報上名的消費者。今年4月剛開業的她，從籌備到開店僅用20天，在她的手工集合店裏，拼豆是當之無愧的「手工王者」。

「有人一拼就是一整天」

同樣迎來預約高峰的還有南寧店主多多，開業僅一個多月的門店周末基本滿座，「五一」假期的客位已基本約滿。她印象最深的是沉浸式體驗的客人：「有人一拼就是一整天，連着來兩三天，太沉迷了，第二次來才想起問廁所在哪；廣西三月三假期，還有外地遊客專程提前一周預約到店體驗。」火爆背後，行業分化已然顯現。四川宜賓店主



▲帶着做好的拼豆去旅遊打卡也成為了拼豆圈裏的潮流。受訪者供圖

▶人們在西安某購物中心內參加由一家奶茶店組織的「百人拼豆大賽」時合影。新華社



●在拼豆店內聚精會神拼豆的年輕人。新華社



●拼豆店員在為顧客熨燙拼豆作品。新華社



●拼豆包掛。新華社



●以拼豆為代表的手作體驗，正從小眾愛好成長為席捲內地的消費新業態。圖為4月23日，人們在西安「拼了個豆」專項拼豆店玩拼豆。新華社

小偉觀察到，當地門店半年內從不足10家激增至30餘家，價格戰已將客單價從五六十元（人民幣，下同）卷至9.9元。從業者也開始理性看待行業周期：拼豆不會消失，但最終將從火爆回歸常態。正如何苑所說：「手工項目永遠有市場，關鍵是能不能抓住消費者的核心需求。」

「一拼拼豆，煩惱全沒了」

「『五一』假期打算不回家、不旅遊，狂拼5天拼豆。」廣西一名大學生向陽（化名）在社交平台上的發帖，引來不少同好回應。向陽的「執著」代表了當下年輕人的一種心理代償。作為一名「入坑小白」，她坦言自己迷戀的是拼豆帶來的「100%確定性」。在現實生活中，升職加薪或經營感情往往存在失控感，讓人感到焦慮。但在拼豆的世界裏，邏輯極度簡化且明確：只要按照圖紙將豆子放在正確的格子裏，最終必然會得到一個完美的圖案。這種「付出必有回報」的掌控感，讓拼豆成為了年輕人自我療癒的避風港。正如許多玩家所言：

「一拼拼豆，煩惱全沒了。」

年輕人旅行社交新名片

拼豆不僅是宅家療癒的工具，更是年輕人的旅行社交新名片。帶着拼豆打卡景點早已在「豆友」圈成為流行，相關話題瀏覽量超18萬。拼豆愛好者彤彤春節時就帶着自製的拼豆打道具旅行，收穫了朋友圈海量好評，今年「五一」前往九寨溝，她特意做了膠卷造型的拼豆相框，準備用來定格旅途風景。「以前大家拍照喜歡用一些固定的小道具，現在我會自己做拼豆帶去。」對於像彤彤一樣的愛好者而言，拼豆已經超越了手工本身，成為了尋找同好的「社交名片」。帶上親手製作的作品去打卡，不僅賦予了旅途更多的參與感，更通過像素藝術的獨特視角，將現實風景折射進自己構建的微型宇宙中。



●小王子拼豆



新華社

線上產銷兩旺 百億熱度撐起十億級賽道

線下門店一座難求的同時，拼豆的線上市場早已迎來爆發式增長，成為「五一」「反向宅家」需求的核心承接者。社交平台上，拼豆早已成為頂流話題：小紅書「我染上了拼豆」話題瀏覽量超67.8億次，抖音「拼豆」話題視頻播放量突破229億次，相關二創內容持續刷屏。

熱度直接轉化為銷量，淘寶數據顯示，2025年拼豆銷售額已突破億元大關。其中，2025年度拼豆在線上平台的銷售額達到2.91億元，同比大幅增長近

9倍，增幅高達9,018%；位列淘寶年度十大商品第二位，全年搜索量同比增長500%，機構預測2026年拼豆市場規模有望突破10億元。

工廠從早到晚連軸打包發貨

「五一」假期前夕，拼豆上下游產業鏈已進入滿負荷運轉狀態。廣東的拼豆直銷廠家負責人表示，「五一」、「六一」都是拼豆材料的發貨高峰期，工廠從早到晚連軸打包發貨，「不少門店也會提前囤

貨，以應對節假日的客流增長。」除了保障線下門店的「五一」節前囤貨需求，面向宅家DIY個人消費者的材料包訂單也迎來集中暴漲，武漢有店主僅用3個月就開出7家分店，其線上拼豆材料包單月銷量已突破70萬件。

拼豆的爆火，也帶動了整個體驗經濟賽道的擴容。天眼查數據顯示，截至目前內地現存體驗經濟相關企業超33.8萬家，2026年以來新增註冊相關企業約1.6萬家；2025年全年手作相關企業註冊量達6,955家，同比增長31.08%。艾媒諮詢預測，到2029年中國「情緒經濟」市場規模將突破4.5萬億元。

專家：「手搓經濟」可與多行業深度融合

特稿

當拼豆從門店爆滿、線上熱賣，延伸到年輕人「反向宅家」和「帶着作品去旅行」的假期新選擇，這股看似輕巧的熱潮，其實折射出更深層的消费變化。廣西社會科學院社會學研究所所長姚華接受香港文匯報記者採訪時指出，拼豆的走紅並非偶然，它既是年輕人對高壓生活的溫柔反抗，也是消費從「物質滿足」轉向「精神滿足」的鮮明信號。

姚華認為，拼豆的爆火，核心是年輕人在高壓生活下的自我調節與心理補償。當年輕人面臨工作、社交的多重壓力，相較於長途旅遊、扎堆聚餐等傳統高強度、高消費的假期模式，低成本、低社交、慢節奏的拼豆體驗，成為他們緩解焦慮、獲得情緒價值的高

性價比之選。這種變化，也解釋了為什麼有人選擇宅家拼豆，也有人把拼豆帶進旅行場景——形式不同，但本質都是在尋找一種更舒適的節奏。

抓住年輕人心態 避同質化競爭

更值得關注的，是消費觀念的變化。姚華指出，近年來年輕人的消費正從過去偏重「炫耀」和「物質」的模式，轉向更加理性、內向的「悅己」和「情緒」導向。他們不再單純追求高價格或品牌，而是更看重體驗本身能否帶來放鬆、滿足與掌控感。「拼豆正是一個典型例子，它成本不高，卻能提供完整的情緒價值，這種高性價比的體驗，很容易

易被年輕人接受。」

從發展前景來看，姚華認為，這類「手搓經濟」仍有較大的延展空間。例如，可以與文旅、景區體驗、鄉村旅遊、文創產品以及教育培訓等領域結合，形成更多複合型消費場景。「但商家必須抓住年輕人的心態變化，開發治癒解壓類產品，同時避免同質化競爭。」姚華提醒，任何消費潮流都存在周期性。從過去的炫耀式消費，到當下的情緒消費，再到未來可能出現的新趨勢，變化始終存在。在拼豆逐漸從小眾走向常態的過程中，商家更需要關注差異化與創新，避免同質化競爭，才能保持吸引力。

拼豆線下消費場景分類

專業手作DIY門店	
具體形式	獨立拼豆專門店、綜合手作集合店
體驗模式	按小時/套餐收費，提供全規格豆子、模板、工具及熨燙定型服務，配新手一對一指導，可定製專屬圖紙
	
●不少拼豆愛好者仍會選擇去手作店體驗拼豆。受訪者供圖	
文旅景區配套體驗	
具體形式	景區文創體驗店、城市文旅街區手作空間、度假民宿/酒店休閒區、網紅打卡點套區
體驗模式	推出城市/景區專屬地標拼豆圖紙，實現「現場體驗+成品旅行伴手禮」二合一；民宿/酒店為住客提供免費入門體驗包，可定製旅行打卡相框道具
親子教培複合空間	
具體形式	兒童樂園、早教中心、少兒研學基地、青少年活動中心、母嬰店配套區
體驗模式	推出親子拼豆套餐、專注力訓練輕課程、節日主題DIY活動，使用安全兒童款拼豆，支持家長全程陪同參與
新型社交娛樂空間	
具體形式	轟趴館、劇本殺/桌遊吧、棋牌室、影院等候區、電競館休閒區
體驗模式	免費提供基礎拼豆體驗包，填補等候/中場休息空白時間；轟趴館可定製團建拼豆主題活動，解鎖集體玩法
餐飲業態跨界融合	
具體形式	海底撈等火鍋門店、咖啡/茶飲店、親子餐廳等
體驗模式	主流為等位/到店消費附贈免費拼豆體驗，設專屬拼豆休閒區，消費滿額可帶走成品；咖啡/茶飲店多推出「飲品+拼豆體驗」套餐，付費解鎖進階玩法



●4月29日，消費者在南京市一家海底撈等位區挑選拼豆圖案。新華社