



玲娜贝儿、星黛露如此火爆，恐怕因为成年人也有一个梦！

晨报记者 何雅君

“你见过凌晨四点的上海迪士尼吗？”

或许对于很多人来说，从来没有想过这个情景发生在自己身上，但对于很多人来说，见与不见的“凌晨四点的上海迪士尼”，最大的力量来自于“川沙姐己”玲娜贝儿。

国庆节前的9月29日，上海迪士尼发布了达菲家族全新IP玲娜贝儿。这只粉红毛绒狐狸甫一亮相，就抓住了所有迪粉的心，公仔、挂件很快即告售罄。

“什么时候才能买到玲娜贝儿？”怀着遗憾的迪粉们苦苦等待下一次上新和补货，每天紧盯官方公告。

为能在第一时间买到这只狐狸，默认了排队“老规矩”，迪粉们甚至想好了一万种抢购玲娜贝儿的方式，比如提前定好酒店、买早享卡入园、凌晨4点喊上男朋友一起排队……

11月24日晚，上海迪士尼“达菲爱你”微博官宣，2021达菲和朋友们圣诞系列商品即将上线，采用线上预约+线下购买的方式发售，打碎了粉丝们的排队计划，但他们立刻振作起来，研究新的规则。没想到，11月25日晚的一则官宣，确定原定11月26日开启的线上预约和11月29日启动的线下购买双双延期——再一次将他们的胃口吊起。

和如痴如醉的追星族同理，玲娜贝儿就是迪粉们的“梦中情狐”。值得一提的是，这些为公仔痴狂的粉丝，几乎清一色是成年人，抢购公仔也不是为了讨好家中孩子，而是要圆自己自小种下的一个梦。

A 迪士尼流量密码在玲娜贝儿手里

“穿圣诞装的玲娜贝儿这么可爱，一定要拥有啊！”

此次上新的圣诞系列共有7个宝贝，人气最旺的无疑是玲娜贝儿。“95后”上海姑娘夏三三早就研究过宣传照上的玲娜贝儿，为买到新品，早早找了代购。她的小红书和微信头像上，都戴着贝儿的发箍。

在迪士尼讲述的故事里，玲娜贝儿是个小小冒险家。达菲熊在森林里迷路后，是玲娜贝儿通过他身上的痕迹寻找线索，帮他找到了回家的路。夏三三喜欢玲娜贝儿，是因为她看起来实在可爱，拥有星空蓝的大眼睛和蓬松的狐狸尾巴。

真心沉迷抑或只是凑热闹，人们都在为这只狐狸疯狂。

11月15日，一名抖音博主甚至在上海迪士尼向玲娜贝儿人偶下跪“求婚”，将视频发在网上换流量。而在之前一支爆款视频中，故意将玲娜贝儿叫成“安娜贝儿”的也是他。

舍不得贝儿陷入尴尬，夏三三带一起排队……

B 带上达菲星黛露一起周游世界

和乐园里蹦蹦跳跳的“儿儿”、萌态百出的露露不同，毛绒玩具只能静静地坐在一边陪伴主人。但玩家赋予了它们新的内涵。

“80后”玩家Yogi告诉记者：“我也喜欢露露和贝儿，不过最爱达菲。它太可爱了，抱在怀里很柔软很治愈。毛绒玩具不会说话，但在乐园里看达菲和朋友们表演、与它们互动时，我觉得它们都是有灵魂的。这些公仔围绕在身边，就像有了一群可爱的朋友，看到它们，就忘记了成年人的烦恼。”

Yogi是住在东京的上海人。她在上海和东京的家，都被达菲家族“占领”了。按照玩偶的身高，她网购了全透明塑料盒，将公仔、挂件分别放入，叠成“公仔墙”和“挂件墙”。她还办了年卡，有空就去乐园转转，看达菲和朋友们在舞台上唱歌跳舞，在指定地点与他们合影。对于Yogi，迪士尼就

头声援：“受不起大哥！我们贝儿还小，贝儿才刚满月！”旁边的“妈妈粉”们也是好一阵心疼。由于制造闹剧，这名博主被人举报，抖音账号被封禁三天。

在上海迪士尼，凡和玲娜贝儿沾边的，都能掌握流量密码。她的人气甚至超过了“川沙女明星”星黛露，被入了坑的迪粉们唤做“川沙姐己”，乳名“儿儿”。

早在上海迪士尼对玲娜贝儿进行剧透时，粉丝们就对这只狐狸的颜色、外形、性别进行过热烈猜测。

而在玲娜贝儿诞生前，星黛露是达菲家族乃至整个迪士尼的“顶流”。这只想当舞蹈家的兔子诞生于2017年，拥有星空蓝的大眼睛和蓬松的狐狸尾巴和淡紫色绒毛，从东京、香港一路火到上海，让无数迪粉沦陷。

上海迪士尼度假区在开园五周年时表示，如果把2018年至今售出的星黛露主题商品叠加起来，其总高度相当于119座珠穆朗玛峰。

是伊甸园，将生活的琐碎隔绝在围墙之外，墙里只有鲜花和笑容。

在迪粉圈里，Yogi这样的玩家被定义为“腰部以上”——有一定的经济能力和居住空间，能收集和存放喜欢的玩偶，也能在乐园进出自如。Yogi还有一项得天独厚的优势：由于工作所需，她常飞往世界各地，也不忘带上达菲和星黛露一起看风景。

对于Yogi，达菲还有一层特殊的含义——象征爱情。“达菲的诞生是源于米奇要去航海，米妮为了让他不寂寞，给他手作了一个达菲熊。后来，米妮又为达菲添了个好朋友雪莉玫。十年前，我就喜欢达菲和雪莉玫，男朋友下班后去了东京迪士尼，买了一对达菲和雪莉玫送给我。”Yogi总结，“每个女孩都要收到男朋友送的熊。”

C “顶流玩家”集齐全球星黛露

谁是迪粉中的顶流玩家？某社交媒体上，一条《全世界“星黛露”都在我家》的爆款将夏三三推上了“星黛露收藏家”的宝座。

在夏三三家里，看到客厅的每一面墙上都坐满了星黛露，身为“入门级玩家”的青小萝被震撼了。她们来自上海、香港、东京和夏威夷的迪士尼，按照推出的时间排序，总计有数百只。

“你应该去开星黛露博物馆。”青小萝对夏三三说，“所有的款式，在你家里都能找得到。”

由于各地迪士尼每隔一段时间都会推出新款，青小萝很清楚集齐所有星黛露的难度。玩家不仅要有强大的经济实力，还要有对款式烂熟于心，辨别真伪的火眼金睛。

夏三三也承认：“靠自己的力量不可能买到这么多。尤其疫情之后，出境

太不现实。”和同类“收藏家”相比，她的优势是人坑较早。2016年上海迪士尼一开业，还在上大学的她就常来，项目刷够了，就去买达菲家族的公仔。

2018年，星黛露登陆上海迪士尼，夏三三的收藏力量集中到这只兔子身上。每一款星黛露都穿着不同的小衣服，让她越看越爱。

随着星黛露的火爆，有些款式很快断货，她便委托代购帮忙找齐。这个还没成家的姑娘笑称，自己工作赚来的钱都捐给星黛露了。

“我都没有这么多地方来放星黛露。”青小萝说。每逢星黛露上新，青小萝首先下手的都是挂件，至于公仔，她得稍作盘算——“219元一只的SS号星黛露，原价买没问题，问题是兔子多了，要考虑放在哪儿，毕竟家里空间有限，要留地方给孩子。”



图片 / 采访对象提供 制图 / 潘文健

D 绝版款玩偶有了理财属性

当购买玩偶的目的从单纯的喜爱变成了收藏所需，淘宝闲鱼上，价格越卖越高的玩偶们兼有了理财属性，价格随品牌的齐全程度、购买难度波动。

以玩家心目中的“神仙款式”——东京迪士尼2017年的胡桃夹子星黛露为例，一只“三牌齐”的挂件单价超过一千元。卖家敢开这样的高价，是因为有底气——真有人会上。

和远销重洋的东京迪士尼相比，香港迪士尼的公仔相对好买一些，但绝版款式也不便宜。去年，香港迪士尼出品的14周年海军星黛露，闲鱼上的公仔五六百一只，挂件七八百一只，考验着买家的经济实力。

“挂件比公仔贵，是因为公仔更占地。为了充分利用空间，玩家们更愿意收藏挂件。”一位闲鱼卖家

解释。各家迪士尼的限定款公仔均有自己的发售期限，一旦过了时间就会绝版。新入坑的玩家要收藏绝版款，只能接受淘宝、闲鱼上开出的高价。

夏三三庆幸自己入坑早：“很多款式都是在大热之前收的，放到现在更贵了。”Yogi觉得：“公仔的单价如果超过人民币三百元，我就放弃了。有人拿它们‘低买高卖’挣钱，上新时大量囤货，绝版后卖出，但真爱崽崽的人是不会这么做的。”

疫情阻挡了人的流动，上海迪士尼一度成了国内玩家心目中的平价乐园。虽然今年，季节限定款SS号（40厘米长）公仔的单价从199元涨到了219元，同款挂件的单价也从119元升到了139元，玩家们仍觉得“可以接受”，直到今年的中秋款星黛露三天售罄，点燃了“饥饿营销”的一把火。

E 为了抢玲娜贝儿排队一整天

即便没有玲娜贝儿，每次达菲家族上新，东迪和港迪售卖星黛露的情况也是“卷得可以”。有人委托当地的亲朋好友帮买，更多人看到上新公告，就去找代购预定。在东迪，为了保证买到，买家们不惜掏空钱包，一次性下单全套达菲家族的挂件（东迪近两年没有出过达菲家族的公仔）。即便如此，还是遏制不住抢购星黛露的风潮。

有人抱怨，买到星黛露的代购转手在网上挂出高价，星黛露的价格更高了。Yogi则有不同看法：“至少不用像上海那样，凌晨就去排队。”Yogi

F 装了骨架的公仔仿佛有了灵魂

资深玩家都知道，和代购相比，自己去买有一项显而易见的好处——保证正品。

有些新人坑的玩家找代购买来后，会将玩偶照片发在小红书上，请大家鉴定“正不正”。资深玩家看多了各种各样的星黛露，扫视一下脸部和细节，就能给出“一眼正”或者“紫色兔子”的评价——“紫色兔子”是圈里对山寨款星黛露的雅称。

鉴定玲娜贝儿有一定难度，因为把玩过正品的人不多。

而本月初，东迪和港迪在发售达菲系列圣诞新品的同时，已经出台了严格的限购方式。港迪规定，同款单品每位会员仅可购买2件。东迪将达菲系列限定在一家专门的店铺发售，每个游客入园当天只能入店一次，每次入店限购一只星黛露挂件。

有人抱怨，买到星黛露的代购转手在网上挂出高价，星黛露的价格更高了。Yogi则有不同看法：“至少不用像上海那样，凌晨就去排队。”Yogi

有些玩家宁可原价去店里买，也不找持有年卡的代购，为的是另一个目的——挑战。毛绒玩具的成品往往会有细微差别，脸型端不端正、眼睛对不对称、头是否够圆、嘴线有没有歪，玩家都会仔细观察，尽最大努力“挑一只脸甜的”。

一些玩家不满足于原版的造型和单一的姿态，还会改装骨架——小红书上，众多星黛露和玲娜贝儿都享受过这种“美妆”待遇。而Yogi自己就是改娃的好手。

从不找代购，总是亲力亲为地跑去乐园里买，有时顺手帮朋友带两只，按购买价格交给对方。“我不做代购，把爱好变成生意就不好玩了。”Yogi说。

在上海迪士尼度假区官方微博上，曾有玩家留言，支持出台限购政策：“每次达菲家族上新，不能第一时间赶来、又不想找代购的上班族根本抢不到喜欢的款式。今年万圣节限定是9月22日上新，蜜蜂狗和恐龙龟不到一天就售罄，并且不再补货，当天没去的人只能眼睁睁错过。”

找到缝线的位置，拆开公仔背部，掏出一部分内芯，放入调节好的骨架，放回内芯后全部缝合，公仔就能摆出不同的姿势，仿佛有了灵魂。如果要换眼睛、鼻子，得把原来的拆下，再将新的装上去……

Yogi还在期待疫情结束，到时候，她在东京和上海两个家的公仔们就有机会见面了。“拥有自己爱的玩偶”——这是属于成年人自己的快乐，也是繁忙都市生活留给玩家的小确幸。

上海市商业学校心理工作室：

聚焦青春心育 助力学生成长

一个明媚的下午，一群学生围着一张方桌，逐一根据手中的卡牌“讲故事”，每个人神情放松愉悦，房间充满了欢声笑语……这是上海市商业学校（以下简称“商校”）心理工作室的一幕。多年来，商校心理工作室细心呵护高校学生的心理健康，尽力让学生们以积极饱满的心态，平稳度过青春期。“我希望通过心理工作室的努力，帮助有需要的孩子打开心结，拥抱阳光。”心理工作室负责人颜苏勤表示。

形式丰富 呵护青春幼苗

1999年，心理辅导室在中职校中很少见，但关注学生心理问题的颜苏勤在这一年向校方建议：开设心理辅导室，帮助部分有需要的学生走出心理困境。

一间房间，一名老师，几本心理书籍……就这样，商校心理工作室的前身——心理辅导室成立了。颜苏勤投入到心理学学习中，并在帮助学生的过程中，对心理学产生了巨大的热情和兴趣。

卡牌活动、沙盘活动、心理征文比赛……如今的商校心理工作室，在颜苏勤的引导下，经常举办集体性心理活动，目的就是为了让每一个学生都能在集体活动中更好地认识自己、了解他人，并在与他人的正向互动中，得到成长，感受快乐和温暖。例如，心理工作室曾组织学生进行摄影，然后配一句与照片相关的、

积极且治愈的话语，之后将这些图文择优展示在公众号上。

“秋天，一切充满希望！”“发光并非太阳的专利，你也可以发光。”……优美的语句配上漂亮的照片，让人觉得十分温暖。

“我希望，这些活动不仅能让学生们能更加阳光，同时，也向全社会展示商校学子整体积极向上的精神风貌。”颜苏勤透露，除此以外，针对有心理困惑的个体，心理工作室还会安排教师进行一对一交流，帮助其走出困境。

“相比于集体性心理活动，个案心理辅导效果更加隐性、缓慢，但能够及时有效地遏制危机和风险，所以在心理健康工作中十分必要。”颜苏勤称。

厚植和雅 筑心灵防火墙

自成立心理辅导室以来，学校也在积极探索如何更好地将心理健



康教育与“和雅”校园文化相融合。

“我们希望能在全校形成以‘和雅’文化为核心的心理氛围，在这种氛围下，教师‘和衷爱美、雅而厚德’，学生‘和而求实、雅而善思’。”颜苏勤透露，为了确保学生心理健康，心理工作室会面向全校班主任开设心理讲座，帮助班主任更好地关注学生心理健康；在家庭方面，心理工作室也会向家长举办讲座，针对个别案例，还会进行家庭心理辅导。

“家校互动联动，才能共筑学生的心灵‘防火墙’。”颜苏勤表示。近三年，商校参与、承办“身心

协同 青春起航”等公益讲座25场，受众群体达6万人；主办市级青春期心理健康说课活动，有15所中职校参与展示；主办市级心理健康演讲活动，有16所中职校学生参与展示。

“在大家共同努力下，商校心理工作受到社会关切，多所中职校以商校为模板进行心理健康教育。”颜苏勤说，商校青春期心理健康教育的社会辐射范围在逐步扩大。

硕果累累 初心始终不变

在校方的大力推进下，心理工

作室在22年后产生巨变。

1999年，心理辅导室只有一名心理教师，如今，已拥有三名全职教师和八名兼职教师。

当初，心理辅导室还是“零教材零基础”，如今，颜苏勤已主编、主编了6本国配教学用书，其中《中职生青春期心理健康》通过教育部审，被列为“中等职业教育德育课程课程改革国家规划新教材配套教学用书”和“中等职业学校思想政治选修课程教学用书”。1999年，心理辅导室主要解决学生心理困惑，如今，工作室聚焦青春心育，关注学生全面成长，开展以青春期心理健康课拓展活动“青春责任担当”等为主题的学生活动，六年获评“上海市心理健康活动月优秀组织奖”。

2020年，国家首次将心理课程列为中职校必修课程，而此时的商校已走在前面：拥有两门心理课程，一门是国家规定课程“职业生涯规划与心理健康”，另一门是商校特色课程“青春期心理健康课”。

“我希望助力更多中职学生感受生命的力量，勇于承担对自己、对家庭、对社会的责任，看见青春的光彩，在多方助力下实现人生的梦想，拥有幸福的人生。未来，工作室的年轻教师一定做得更好。”颜苏勤称。