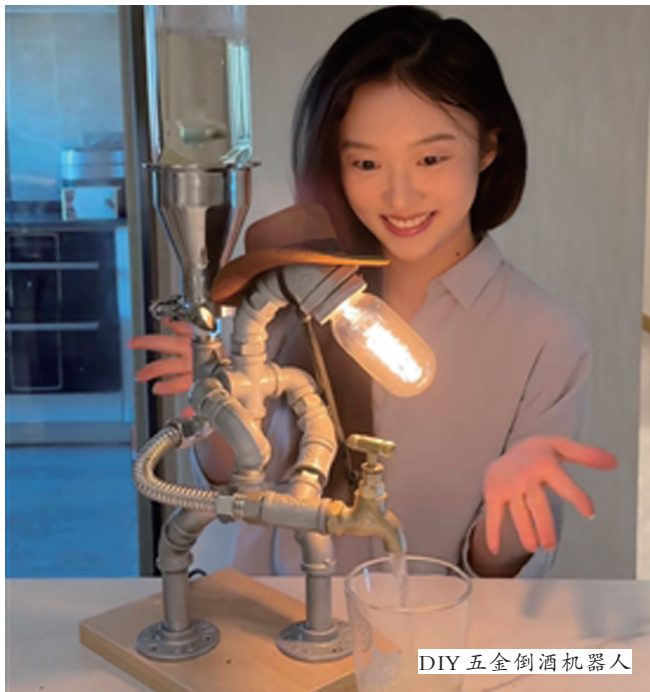


年轻人扎堆五金店玩什么？

最近，常能在社交平台上刷到这样的经验帖：用几块钱的五金件，拼出一个小机器人，能亮灯或能倒水。

说起五金店，脑海里浮现的是螺丝、水管接头、胶带、插座——清一色的日用好物，实用而实惠。可如今，走进这些店铺的，不再只是那些为修修补补寻找配件的中老年人，还有一群手持手机教程、对零件充满好奇的年轻面孔。他们从货架上挑选各类小配件，一边比划一边幻想：这元钱的小零件，买回去能改成什么，又能拼出什么。

普通的五金配件，何以成了年轻人的“心头好”？



成年人的乐高

突然爱上“转螺帽”的年轻人，大多是被短视频“种了草”。

镜头里，一枚圆头螺帽做脑袋，一根十厘螺丝当躯干，几枚弹簧垫圈配上六厘螺丝凑出手脚——几分钟工夫，一个憨态可掬的螺丝小机器人就站了起来。一手托着一瓶水、一手装着水龙头，打开开关，水便顺利从管道流进杯子。

博主“牟牟刘啊”将之前制作的五金小人倒酒器再升级，继上个视频3000万播放量后，这条新视频更是斩获10万+点赞、3.6万收藏，并被频频效仿。

几十元的不锈钢对丝、四通头，被网

友一点点拧成了一把“雷神之锤”，送给好友的那一刻，成了颇让人惊喜的礼物。

记者留意到，电商平台上一款“轩辕圣剑”套装正悄然走红——不需要铁匠铺、不需要机床，花费近40元便配齐所有五金件，跟着视频演示一路“拧拧拧”，一把自带江湖气的十字圣剑连鞘带刃就立在了桌上。

有人不解：花大把时间去打造一件没什么大实用价值的摆件，意义何在？

答案或许藏在对比里——比起商场里动辄几百上千的工业风装饰，自己动手拧出来的螺丝挂件，不止性价比拉

满，摆在那儿更像是一种不动声色的“炫耀”：看，这可是我亲手造的。

一时间，那个从前路过都不会多看一眼的五金店，摇身一变成了年轻人的新型游乐场。

有人这样说：在五金店里，成年人实现了“乐高自由”。但玩乐高，是用规定形状的积木，按图纸搭出一个预设的世界；而这里，同样一袋螺纹件，在不同人手里长出了完全不同的样子——做成钥匙扣也好，拧成一台赛博机器人台灯也罢，最终形态，完全取决于你想让它们成为什么。



实用“玩具店”

在许多人的认知中，五金店常自带“结界”。

狭窄的通道两侧，高高的货架堆满了各种各样的小零件。六角螺母、蝶形螺母、帽形螺母、弹簧垫圈、平垫圈、膨胀螺栓……它们单拎出来，每一样都可能是日常生活中不可或缺的零件。但当它们密密麻麻地铺陈在眼前时，足以让任何一个“门外汉”瞬间迷失——那感觉，像极了哈利·波特第一次推开奥利凡德魔杖店的门：满眼新奇，又全然摸不着头脑。

好在，五金店老板是最佳“引路

人”。很多年轻人第一次来，甚至说不清配件的正式名称，只能举着手机里的图片满怀期待地展示，或者干脆用手比画“大概这么长”“中间有个孔”。但只要把需求描述一遍，老板总能心里有数，思忖片刻后便能从某个犄角旮旯或抽屉深处精准摸出那颗“命中注定”的适配小零件——那一刻的惊喜，丝毫不亚于在潮玩盲盒里抽中隐藏款。

博主“玩金属的小杨”正是这种美学的践行者。他在自家五金店里敲出的“昊天锤”“五金九环锡杖”掀起全网模仿潮，录制设计的“巴雷特枪”视频一经发

出，网友们在评论区催更、求购。连老板自己都忍不住调侃：“一开始只是做着玩玩，没想到真把五金店开成了玩具店。”

但五金店真正的魔力，远不止于此。挂钩、胶带、扎带、螺丝、转接头、感应小灯、收纳件……这里的每一件小物都不贵，但每一样都带着一种朴素的功能主义美学：它不一定华丽，但它管用。

当我们走进，更像在逛一个低价版“生活解决方案仓库”——不止买了一个具体的玩具，而是在寻找那个“刚好能搞定麻烦”的答案。找到了，心里便涌起一阵小小的、踏实的满足。



场景的“价值”

近期，“五金爆改手办”在社交平台持续发酵，热度已从线上蔓延至街头巷尾。

电商平台率先嗅到商机，成套的配件包早已上架热销。有时拿着截图去问线上客服，对方也会笃定地回答：“只要有图纸就能组装。”五金店主们也迎来了新商机——从最初面对年轻人来配“雷神锤”所需的冷门配件感到莫名其妙，到如今迅速调货、摆出模型，价格区间锁定在65元至200元不等。

这股风潮背后，是年轻消费逻辑的悄然转向。

过去，年轻人花钱绕不开几个关键词：颜值、社交、情绪价值、悦己、松弛感。似乎只要足够好看、足够新鲜，就能触发

购买。但五金店的走红给出了一个新答案：现在的年轻人下单前，会多追问一句——它到底有没有用？买回去会不会吃灰？它能不能切实改善我眼前的生活？

五金店恰好接住了这个问题：便宜、能用、有即时反馈。更有意思的是，许多人在结账后仍会在货架前多站一会，目光扫过一个零件，琢磨着能不能再顺手解决家里某个悬而未决的小麻烦。

这股风潮也重新定义了五金店的价值。

这几年总有人说线下店难做：租金高企、客流稀薄、电商碾压，消费者越来越懒得逛街。但不少五金手作发烧友都会专门选择线下：你可以拿起一个螺母比对尺

寸，可以随手问老板一句“这个能不能用”，也可以当场买走、回家立刻试。这种体验，电商难以完全复制。

因为很多时候，消费者对五金件的需求并非“我要买一个标准品”，而是“我也说不清到底要什么，但你得帮我找出来”。此时，线下店的价值便凸显了——它不止货架，更是判断、确认和即时解决。

五金店被年轻人重新“发现”，并非五金店突然变潮了，而是年轻人看见了它的场景价值——近、杂、快、便宜、能问人。

在一个充满不确定性的时代里，那些能立刻行动、立刻见效、立刻带来掌控感的小东西，本身就是一种温柔的确定性。

据潮新闻



微语录

@人民日报：建立长久的关系，需要双向的努力。

一方面，我们要敢于设立并守护自己的边界。那些让你不舒服的要求，可以温柔而坚定地拒绝。这不是自私，而是对自己的保护。

另一方面，也要学会觉察并尊重他人的边界。不把自己的意愿强加于人，不把“我们关系好”作为越界的理由。

当我们既能保护好自己的能量场，又能给予对方足够的空间，关系才能在平等和自由中走得更远。

@新华社：亲爱的孩子，这世上总有人比你聪明、比你好看、比你跑得快。只盯着别人看，会乱了自己的脚步。

真正的优秀，不是优于别人，而是优于过去的自己。你有自己的闪光点、自己独特的优势，专注做你手头的事，享受努力的过程就好。

@半月谈：不要总觉得自己很可怜，要时常觉得自己很厉害，要崇拜自己，别习惯性同情落魄的自己，要多看见一路咬牙坚持的自己，在每一个胆怯的瞬间，告诉自己值得。



微趣图



两口子（来源：田志仁）



微笑话

@胡海悦：老弟迟迟不找对象，我这当姐姐的也替他着急。周末去玉石展，看到一匹玉马背着两头大象，心想这不正好应了“马上有对象”的美好寓意嘛！我没还价就买了下来，摆到了弟弟桌子上，爸妈一个劲地夸我会买。

弟弟下班回来，一眼看到桌子上的摆件，脱口而出：“这是‘对象马上跑’？”

@洪璇：前几天洗杯子，不小心打碎了老婆的杯子。她生气地说：“你连我的杯子都不好好洗，根本没把我放在心上！”我只好给她买了件新衣服才算完事。

昨天，老婆洗杯子时失手打碎了我的杯子。我学着她的语气质问：“你打碎了我的杯子，可见你根本……”

话还没说完，她开口了：“你就只心疼杯子，都不问我有没有受伤，心里根本没有我！”

我只好又给她买了一件衣服赔罪。

据《香城都市报》