

每个女孩都能成为自己的芭比

电影《芭比》热映掀起“芭比风”

7月21日,芭比的首部真人版电影《芭比》在国内和北美同步上映。电影的热映,为芭比赋予了新的内涵,一时之间,全世界范围内掀起了一股“芭比风”,创意芭比妆容、线下芭比主题实体店、穿成芭比去看《芭比》、芭比系列联名周边、芭比AI生成照片……

“芭比风”的流行,芭比系列联名周边的推出让喜欢芭比的女孩梦想成真。

关于芭比

芭比(Barbie)是马特儿于1959年推出的时尚人偶娃娃,是众多少女、孩童心心念念的玩具。这个高约29厘米,拥有金发、红唇和迷人笑容的娃娃,售价3美元,问世的第一年就创造了一百多万美元收益。芭比在美国很受欢迎,数据显示,美国3岁到11岁的女孩,平均每人拥有4个芭比娃娃。

芭比这么火,离不开芭比品牌的打造。1959年芭比推出以来,版本不断创新,发展出代表不同职业、文化和个性的芭比。后逐渐扩展到电影、动画片、图书等领域,形成全面的品牌生态圈。

随着时间的推移,芭比的外貌及身材发生了改变,家族也日益壮大。医生、律师、科学家等250种不同职业的芭比,展现了芭比多元化的人物形象,也借此鼓励女孩们勇敢面对生活。如同芭比网站所写的:“通过向女孩介绍各行各业的女性故事,让她们开始看到自己有更多的机会。”芭比的风靡,不只是因为她精致的脸蛋和清澈明亮的眼睛,还有属于女性的精神内核。

掀起热潮

芭比穿搭、仿妆备受追捧

《芭比》的上映在全球掀起了一股观影热潮。电影中,粉色的服装、粉色的车、粉色的城堡……“芭比粉”被带火。

“电影整体色调以粉色为主,满屏的粉色给人一种强烈的视觉冲击,好像置身于芭比的粉色世界里。”刚刚看完电影的小张说。

“穿成‘芭比’去看《芭比》”“看《芭比》要有仪式感”的话题热度居高不下。在此背景下,女孩们纷纷翻出自己的亮片T恤、细带背心和粉色蓬蓬裙,戴上爱心发卡、粉色蝴蝶结,穿上防水台高跟鞋等时尚单品,还有的博主特意做了粉色美甲,烫了芭比同款波浪卷发,像芭比一样大胆穿搭、大胆美。

在昆明广福路一家服装店里,一个母亲正带着女儿挑选芭比衣服,为去看芭比展做准备。“我喜欢芭比,每天给她扎好看的头

发,换好看的衣服,我想住进芭比的豪宅里,我想成为芭比。”小女孩憧憬地说。小女孩的母亲介绍,自己小时候就玩芭比娃娃,但是以前没有如今这些真人版芭比物品,虽然年纪大了,但还是很喜欢,现在带女儿一起买,感觉是一种情怀,就好像实现了儿时的梦想。

不只是芭比风穿搭,芭比仿妆也备受追捧。在社交媒体上输入“芭比妆容”后,大数据会推送一系列仿妆教程:可爱甜心芭比妆、美式复古芭比妆、热辣浪漫芭比妆、都市鬼马芭比妆等。这些主题体现了芭比创始人的革命性理念:跳脱出过家家式照顾洋娃娃的模式,创造一个美丽的芭比,让女孩子产生“我将成为这样的女孩”的想法。



打扮成芭比去看展

刺激消费

照相馆、美甲店生意红火

芭比并不是一时爆火,早在十多年前,芭比就深受女孩喜欢,但以前大多数女孩仅仅把芭比当成一个玩具,更多的是“爱上芭比,羡慕芭比”,而现在,女孩子成为芭比已经不再是幻想。

近日,网络上还刮起一阵“芭比AI换脸照”风潮,在小程序中导入自己的正脸照片,等待片刻就可以看到自己成为芭比的样子。无论是网红博主,还是普通女孩,在社交平台上晒出自己的换脸芭比照片那一刻,每一个女孩都是独一无二的芭比。

在“芭比AI换脸照”流行的同时,“照片太假”“完全不像自己”等质疑声,劝退了很多想要成为芭比的人。这时,不少照相馆推出“成为自己的芭比”等系列套餐,一时吸引了不少顾客去拍照。

芭比系列联名产品被一扫而空

随着电影的热映,芭比系列联名周边也迎来新的热潮。在各大社交媒体上,许多用户晒出了自己的芭比穿搭、芭比配饰。谷歌搜索趋势数据显示,与芭比粉相关的搜索量在过去一周增长了9900%,而“芭比风”的搜索量也是增长了7900%。早在电影上映之前,就已经有超过100个知名品牌和“芭比”达成了授权联名合作,做到了“万物皆可芭比”。

在电影《芭比》上映一周前,零售店铺名创优品南屏街店就上新了芭比系列联名周边。该店店员向记者介绍,化妆品、包、耳机、拖鞋……应有尽有。“电影刚上映两天,店里的芭比联名款就被抢空了。后来还陆续有人来问,让我们新货到店第一时间通知他们。”店员话音刚落,就有一

家照相馆老板介绍,粉红系列颜色鲜艳,非常吸引人,但往往很多人在现实生活中不敢尝试。而照相馆是大家大胆尝试、找寻自我、定格美丽的地方,芭比系列套餐一经推出就非常火爆,尝试过后,很多顾客表示“愿意在现实生活中尝试这些风格”。

“芭比粉美甲显手黑不好看”“平时需要干家务,做美甲不方便”“40岁的人了,粉红色不合适”……芭比美甲曾被贴上种种标签。但近段时间,芭比粉深受喜爱,美甲店迎来一大批顾客,美甲主色调大多选择芭比粉,只是美甲样式有区别。“白是好看的肤色,黑也是;18岁是女人的妙龄,40岁也是。每个人都可以成为自己的芭比。”刚做完芭比系列美甲的李女士向记者大方展示了自己的“爱甲”。

一位女士咨询她:“还有芭比联名包吗?”店员如实回答,并向该顾客推荐新到货的芭比联名耳机、高光等。店员说:“耳机和高光等产品也很受欢迎,店里已经没多少库存了。”

正在选购芭比联名指甲油的刘女士告诉记者,自己是芭比的钟爱粉,听说这家店有联名款马上就赶过来了。刘女士认为,没有女生能抗拒芭比,即使不是特别喜欢,但也不讨厌。

在离名创优品店200米处的ZARA服装店内,大屏幕上展示着芭比联名款式服装,服装区还剩几件断码的芭比联名T恤。该店店员介绍,很多款式还没到店就已经在前端(线上店铺)销售一空。

另一家推出芭比联名款的服装店dzzit的店员也表示,有很多人进店就咨询哪些是芭比联名款,然后直奔而去……

满足情怀

自信地爱自己才能成为自己的芭比

很多人追求芭比的美貌,曾一度引发容貌焦虑。诚然,女性不应该被苛求完美。而刚上映的《芭比》电影与时俱进,直面了这个问题,芭比不是完美的。

电影中,芭比告诉肯(男主角):“你是你自己,不是芭比后面的肯,不是因为芭比而存在。”是的,每个人都是独立的个体,无论男性还是女性,都不应该被随意定义,也不应该成为别人的附庸。

芭比资深粉吕女士说:“以前很多人觉得芭比在传播焦虑,而电影《芭比》告诉我们要接纳自己的平凡。”

芭比照片、芭比美甲、芭比穿搭、芭比配件、芭比舞会、芭比饭馆……芭比正一点点走进大家的生活。记者采访到的大部分“90后”女生认为,想和芭比一样优秀是一种追求,但也要接纳自己的不足。自信地爱自己,才能成为自己的芭比。

一位小红书上的男性博主说,芭比不只是女生喜欢。“最开始喜欢是因为芭比的形象很抓眼,金发碧眼、身材高挑。”这位博主说,看完电影《芭比》,他完全改变了想法,认为不应该物化女性,更不应该轻易定义她们。

本报记者 马艺宁 熊波
实习生 段滢 黄雨舒 摄影报道



ZARA服装顺城店内所剩不多的芭比联名T恤