

## 南京新街口商圈出现多处“同框自助摄影间”

# “升级版大头贴”重获年轻人青睐

近日。走进南京新街口商圈,莱迪广场、新百商厦、金陵中环……方圆五百米多个综合体内,“冒出”至少7处拍大头贴的角落。记者探访发现,曾一度被视为过时的大头贴机,如今正变身“同框自助摄影间”悄然回归,挤进年轻人的生活圈。

扬子晚报/紫牛新闻记者 范晓林 陈哲 朱君贤

### 再次走红,是怀旧也是新潮

在南京一家韩式自拍店铺,扬子晚报/紫牛新闻记者看到,摆满了各式各样的发箍、头饰,供拍照前自由搭配。拍照机分列两侧,墙上挂满镜子和留言板,贴满了粉丝留言与成片。这家店刚开业时,即使是工作日下午,排队也要两三个小时。

如今的大头贴机已全面升级:时尚外观、高清摄像头、自带补光灯与美颜,流程高度自助——扫码付款、触屏选风格、15秒倒计时拍照,三分钟左右即可取片,电子版同步发送至手机。

“大头贴是我的青春梦,那时的我可没少拍!”“80后”韩女士告诉记者,大头贴又称贴纸相,是20世纪90年代起源于日本的自助摄影玩法,25年前在南京街头成热潮,一度遍布学

校周边的精品店和街头拍吧。但2010年后,随着智能手机的普及,大头贴逐渐不受待见了。

“近两年,大头贴机卷土重来,并标榜人生四宫格概念,离不开韩国品牌Life4Cuts的推动。”据称,创始人李浩益将明星元素植入相框,让粉丝得以与偶像同框,迅速在社交网络引发打卡热潮。

正在陪女儿拍照的张女士感慨:“这不就是当年的大头贴吗?当时自己觉得拍得满意的照片会仔细剪下来,贴满笔记本和床头。现在的自助摄影间比以前的更加宽敞明亮,增加了氛围布光,并自带美颜滤镜,体验感大大提升。”

### 这波热潮,能否来得持久?

记者调查了解到,新一代大头贴机已不止于怀旧。“明

星/IP艺术相框”“经典相框系列”和“特别企划系列”成为主打,其中明星联名款单价可达69元。基本款价格在29至39元不等。两位刚拍完的女生兴奋地分享体验:“选好喜欢的韩团,明星在模板里比心、击掌,我们站进留白位置做同样动作,就像真的同框了一样。”

明星效应也在国内发酵。杨幂、李现等艺人拍摄的四格大头贴在网络引发热议,不少粉丝开始求购明星同款小卡。有厂家预测,很快会有国内明星联名款问世。

热潮背后,问题来了,投资一台大头贴机,真能赚钱吗?在记者多方打探之下,一位代理商描绘的回报颇具诱惑:机器若每天运行16小时,有30至50人拍摄,按平均单价30元计算,一个多月即可回本。记者在阿里巴巴平台搜索“大头贴机”,可找到二三



“同框自助摄影间”门口排着队的年轻人 范晓林 摄

十家相关工厂,有厂家表示近两年月销量从十几台增至几十台。

但业内人士指出,这类计算常忽略关键成本:诸如进驻商圈的场地费、电费,机器的专人维护、耗材更换、日常清洁,以及目前尚不完善的售后支持。

定价偏高也抑制了部分消费。在商场的大头贴机前,留学归来的小李犹豫了一下还是走开了:“太贵了,4张照片最低39元。在韩国拍同等品质的,折

算下来29元能拍8张。”

网友“月牙湖拌饭”说得挺有道理:大头贴的回归,折射出年轻人对实体纪念物的情感需求。在数字影像泛滥的今天,一张可触摸、可粘贴的实体照片,承载了温度与记忆。而分享至小红书、微博等社交平台后,又赋予其新的传播生命。

“同框合照”是重演25年前“风潮过后是寂寞”,还是“升级过后更持久”?相信时间与市场能给出答案。

## 走!逛逛家门口的微景点

# 瞧一瞧南京社区里的“乒超”



【扫码领券】

210元滴滴出行扬子专属券

扬子晚报创刊40周年之际,滴滴出行与扬子晚报携手送上生日贺礼——拿出50万元打车优惠券,并联合推出“走!逛逛家门口的微景点”栏目。今天走进的是南京社区里的“乒乓江湖”。

“这球太刁钻了。”13日傍晚,位于鼓楼区三牌楼大街201号的颂德里社区乒乓球文化馆,又迎来了最热闹的时刻。晚七点,一楼球馆灯火通明。两张球台成为社区健身的核心舞台。参与者中既有来自体育院校的专业教练,也有普通社区居民。

相较一楼的热烈,二楼的文化展馆则静谧而深沉。这里陈列着颂德里社区十余年来与乒乓球结缘的点滴。展厅最显眼处,陈列着国家级裁判、乒协创始人史悠鼎的裁判证书,这

位已故的乒乓达人,当年牵头成立社区乒协,如今她的外孙女张溪考入上海体育大学专攻乒乓球,常回社区与孩子们互动,让乒乓情缘代代相传。其中,一张特别的桌子格外醒目——这是一张用门板做成的球桌,一张“凑出来”的球桌,透露着朴素甚至粗糙的劲儿。板与板之间有明显缝隙,球滚过会卡顿,打起来虽不顺手,却是不少人难忘的运动记忆。

前不久,“颂德里·正业建设·锦涵文化杯”南京市首届社区乒乓球团体邀请赛也在颂德里社区拉开战幕。20支社区代表队的草根选手们,用不输职业赛场的热情,在家门口打响了自己的“乒超”。

据介绍,2013年,颂德里社区为满足居民的健身需求,社

区书记刘雪梅主动搬迁至更狭小的办公用房,将200余平方米空间“让出”改建为乒乓球文化馆。但这座乒超馆刚启用时,设施并不如现在。“既然是大家的球馆,那就咱们一起动手改善。”抱着这样的想法,书记、馆长带领着大家一步步改善环境。如今再走进球馆,红色的专业地胶、遮光窗帘等应有尽有。

“我原本是个‘乒乓小白’,常来这里练习,大家都特别热心。有人帮我纠正动作、陪我对练,进步了很多。”周女士笑着说,“以前邻里之间只是点头之交,现在组队参赛、切磋球技,慢慢成了无话不谈的朋友。”

颂德里社区的“乒乓热”并非一日之功。近日,由住房和城乡建设部城建司、国家体育总局群体司联合编制的《“国球进社区”“国球进公园”成果展示案例集》正式发布,颂德里社区成功入选,成为全国典型案例之一。

通讯员 许希 韩秉辰 王思雅 扬子晚报/紫牛新闻记者 徐媛园

## 巨型生肖马灯亮相



备受瞩目的巨型生肖马灯正式完工亮相。这盏位于南京老门东明城墙下的巨型生肖马灯,高15米,宽28米,以其“展翅欲飞的飞马”造型而独具特色。其主体采用鲜亮的橙黄色调,马头昂首挺立,鬃毛飘逸,两只前蹄腾空,展现出“一马当先”的灵动与霸气姿态。

徐福庚 闫春旭 盛勇皓 摄

## “众彩”牌榴莲抵达南京 越南直供,每箱便宜50元

扬子晚报讯(记者 刘丽媛)“干包大黄肉!”“新鲜到货没有水汽凝结”……1月15日一早,首批由南京农副产品物流配送中心有限公司(南京众彩)自主运营的“众彩”牌榴莲顺利抵达南京市场。直采直供、快速通关模式下,“众彩”牌榴莲不仅品质更为新鲜,还节省了物流成本,每箱可比周边市场价便宜50元左右。

眼下是越南同塔省榴莲上市的旺季,首批到货的“众彩”牌榴莲有两柜,共4000箱,都是越南同塔的金枕榴莲,由南京众彩和市场内商户合昌丰国

际贸易联合贴标。在物流环节,南京众彩对冷链运输提出更高技术标准,从采摘到抵达南京共8~10天,比常规物流节省3~5天,降低了物流成本。记者了解到,该批榴莲每箱18斤,批发价为450元,而在南京周边市场,同样产地、品级的榴莲每箱批发价要500元左右。

“接下来我们两柜众彩自营的泰国产地榴莲上市,预计每箱价格比周边市场便宜50~100元。”南京众彩商业运营管理有限公司总经理、南京众彩批发市场有限公司果品市场经理虞国明介绍。