

从实用品转向时尚单品

## 百元手机壳凭“体验感”俘获年轻人



图为消费者正在选购手机壳产品。

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

近日,苹果官网上架了一款马年主题手机壳,售价449元,较蛇年款上涨约13%,引发网友热议。不仅苹果公司,春节临近,多个手机壳品牌也相继推出马年主题产品,不少产品定价都在百元以上。

不同于过去的低价特性,手机壳正逐渐从实用品转向商业化的时尚单品,成为释放年轻群体消费潜力的重要载体。数据显示,2021年至2024年,我国高价手机保护壳市场整体保持高速增长,年均增长达数十亿元。然而,在市场规模不断扩大的背后,假货泛滥、质量参差不齐等问题也随之凸显。

## 三位数的手机壳热销超10万件

“我看了好几个品牌,价格几乎都在300元以上。便宜的我怕不防摔,贵的又太贵。”一位正在选购手机壳的消费者告诉记者。

1月14日,记者来到手机壳品牌

CASETiFY北京西单大悦城店。虽是工作日,约四十平方米的空间里却有着十几位消费者,其中大多为二三十岁的年轻人,他们正仔细挑选着心仪的款式。

据观察,该品牌大部分手机壳产品售价在300元至500元之间。手机挂绳、支架等配件价格则在200元至600元不等。店员告诉记者,自去年9月开业以来,店铺的客流量一直不错,下单率也较高。

这并非个别现象,从“9.9元包邮”到“百元轻奢”,手机壳的定位正在被重塑。

根据天猫磁吸手机壳热销榜,近期排名前20的商品中,有13款售价超过百元。其中,CASETiFY纯色波漾款售价189元至439元,售出超10万件;PITAKA日落月升编织壳售价298元,售出超2万件;图拉斯Q3Hue软支点壳售价358元,MOFT17系列全包皮质手机壳售价311元,均售出超1万件;PopSockets(泡泡骚)与Hello Kitty的联名款售价329元,售出超4000件……

## 从保护套到多功能的时尚单品

为什么越来越多消费者愿意为高价手机壳付费?

“近乎裸机的手感”是高价手机壳评论区的高频词。32岁的罗南曾是坚定的“裸机党”,直到朋友向他推荐了PITAKA品牌。“之前用的手机壳都不太舒服,PITAKA使用的是航空航天、军事领域常见的芳纶纤维,厚度不到1毫米,体积很轻,手上和裸机几乎没差别。”罗南说。公开数据显示,PITAKA已在全球积累超过165万用户。

有的品牌在材质上内卷,有的则转向功能集成。例如,图拉斯将手机支架与磁吸壳合二为一。“几年前我会觉得花几百元买手机壳是疯了,但现在我毫不夸张地说,这个手机壳确实改善了我的生活。”一位图拉斯手机壳用户解释道,“以前买的手机支架难用还易误触音量键,这款手机壳的支架完全平嵌在壳内,拉环一抽丝滑稳当,吃饭能坐着看剧,做饭可吸在冰箱上看菜谱,出门拍Vlog还能固定在广告牌上。一天拿手机这么多次,细节的改进很重要。”

如果说技术回应的是功能需求,情感则为它打开了更广阔的价值空间。飞瓜数据显示,CASETiFY的核心消费者为25岁至35岁的年轻女性,她们购买的不只是手机壳,而是一种个性化表达。“手机壳就像是手机的衣服,我想为手机找到有性格的‘穿搭’。”消费者李女士分享道,CASETiFY的设计很独特,还常和我喜欢的IP联名。虽然价格不低,但定期奖励自己这样一份小礼物,能带来实实

## 存在的价值。

## 五百元的壳一周就掉漆 高价不等于高质

然而,高价并不总是与优质体验直接挂钩。数码爱好者林安德指出:“有些品牌确实在材料、设计上有创新,但更多是在营销上做文章。”

记者查询CASETiFY官网发现,其合作IP超过80个。去年,品牌还引入“盲盒”模式,推出隐藏款。

在这种营销策略的推动下,一边是消费者求购稀缺联名款或明星同款,另一边却是不断有人晒出买到假货的订单。

真假混杂的市场环境,不仅损害了消费者的购买体验,也在无形中削弱着品牌的信任基础。

与此同时,产品的品控问题也引发消费者质疑。有消费者表示,花费近500元购买的CASETiFY手机壳不到一周就开始掉漆。此外,尽管其宣称产品具备“军用级别耐摔”性能,但在实际使用中,仍有消费者遇到手机镜头和背板因跌落而开裂的情况。主打高科技材料的PITAKA手机壳也面临品控不稳定的问题,有消费者反映,产品表面存在拉丝痕迹。

晶捷品牌咨询创始人陈晶晶表示,尽管高价手机壳的单次购买价格不低,但其使用频率高,成为一种具有“日常陪伴感”的情绪型产品。情绪经济为品牌打开了“低金额、高频次、强意义”的增长窗口。但需要警惕的是,情绪红利消退速度极快,品牌若要持续兑现溢价,必须建立更深刻的消费者心理洞察、快速的情绪捕捉能力,以及与之匹配的设计与供应链执行能力。

## 数据

中国报告大厅的数据显示,手机壳平均更换周期为4.3个月,而换手机的平均周期约为15个月。同时,83%的受访者表示“开机前必贴膜戴壳”,而26%的用户表示自己拥有10个以上的手机壳,堪称“手机壳穿搭收藏家”。

(宗禾)

## 企业资讯

## 西凤酒2025年度全球经销商大会在西安举行

本报讯 (记者 樊春勤)1月20日,以“奋楫笃行千帆竞,同心聚力开新局”为主题的西凤酒2025年度全球经销商大会在陕西省西安市举行。

西凤集团公司党委书记、董事长,股份公司董事长张正在致辞中以“明势知变、稳中提质、共创未来”为主题,全面阐述西凤集团在复杂环境下的发展战略,为企业高质量发展指明方向。他指出,2025年酒业调整属于阶段性现象,我国经济长期向好的态势为行业筑牢了坚实基础。西凤酒依托三千年凤香文化传承、稳健的经营业绩和扎实的市场布局,正展现出强劲的发展实力。

西凤股份公司总经理张周虎表示,2025年是西凤的“营销改革突破年”。企业以刀刃向内的决心革新,重构营销架构与渠道体系,

加速数字化建设,坚守产品品质,深化品牌“价值回归”。2026年,西凤将继续以市场和消费者为中心,稳渠道、提价值、强品牌,深化厂商协同,共建发展共同体。

西凤股份公司党委书记、董事长,股份公司董事长张正在致辞中以“明势知变、稳中提质、共创未来”为主题,全面阐述西凤集团在复杂环境下的发展战略,为企业高质量发展指明方向。他指出,2025年酒业调整属于阶段性现象,我国经济长期向好的态势为行业筑牢了坚实基础。西凤酒依托三千年凤香文化传承、稳健的经营业绩和扎实的市场布局,正展现出强劲的发展实力。

西凤股份公司总经理张周虎表示,2025年是西凤的“营销改革突破年”。企业以刀刃向内的决心革新,重构营销架构与渠道体系,

华山论剑西凤酒  
获西凤集团“重大贡献奖”

本报讯 (记者 樊春勤)近日,在西凤酒2025年度全球经销商大会上,华山论剑品牌管理有限公司获大会最高荣誉“重大贡献奖”。

董事长董小军在获奖感言中指出:“做对的事情比把事情做对更重要。”“对的事情”是选择了西凤酒,依托其三千年无断代的酿造工艺、独特的凤香文化和“四大名酒”底蕴,为品牌的发展奠定了坚实根基。而“把事情做对”,则体现在团队二十年如一日深耕市场、创新营销模式、传播凤香文化,实现品牌价值。

此次获奖,既是西凤集团对华山论剑西凤酒品牌价值与市场业绩的肯定,更是对双方多年来厂商协同、共生共荣的印证。

华山论剑品牌管理有限公司



图为消费者正在华强北选购手机壳。

司总经理谢尚阳拿起陈列架上的样品介绍道,“这种新材料不仅耐磨抗刮,透明度高,还能抗紫外线老化,更符合国际环保标准。功能上我们集成了磁吸充电和NFC模块,手机电子钱包直接‘滴’一下就能刷,在海外市场很受欢迎。”

莱雅用指甲在手机壳表面用力刮擦,壳面果然毫无划痕,拿起磁吸充电宝一靠近,“哔哔”一声便牢牢吸附。她当即选定几款契合当地审美的图案,快手下单,“先订5000个试销,市场反馈好马上追加订单。”这份跨国订单的达成,在华强北不过是日常一幕。记者在市场内看到,南非、俄罗斯、土耳其、西班牙等国的客商穿梭于摊位间,手持样品比对、用翻译软件沟通,小小的交易柜台前,涌动着连接全球的商机。

手机壳虽小,却是个“隐形大市场”。“全球手机保有量数以亿部,几乎人人每年都会更换一两个手机壳,市场规

模超乎想象。”深圳市曼哈商业有限公司总经理助理吴磊介绍,华强北作为全国数码产品集散核心,手机壳年出货量约占全国一半。近年来,通过材料创新、工艺升级和功能集成,这个曾经的“低端配件”产业正加速向价值链上游攀升。

企查查工商注册数据显示,截至2025年11月底,深圳从事手机壳生产销售的企业达到4000余家,占全国总量的47.7%,其中1300多家持有相关专利。

“别小看这方寸之间的手机壳,每一处细节都藏着技术革新。”深耕行业二十余年的丰利科技负责人刘丽芳带来一款液态硅胶手机壳,指尖划过圆润的边缘,“这种细腻手感来自一体成型工艺和多道精雕打磨工序。依托珠三角完整的产业链,从生物基材料研发到3D打印试产,再到智能模块集成,我们能快速将技术转化为产品。”她表示,十几年前华强北手机壳多是5

## 声音

如今,想快速读懂一个年轻人?不妨先看看他的手机壳。

毛绒、奶油胶、金属、皮革……材质千变;动漫IP、个性标语、艺术插画……风格万化。这个原本只是保护手机的小配件,如今已悄然升级为Z世代的“情绪名片”和“社交暗号”。更受寻味的是,它的价格也在一路走高,从十几元到上百元,甚至限量联名款被炒至千元。小小手机壳,正成为观察当代青年消费心理与产业升级趋势的一个窗口。

成长于经济快速增长时期的青年一代,具有较强的购买能力和潜力。他们的消费偏好正从满足基本物质需求,转向追求更高层次的精神愉悦。《中国青年网民社会心态调查报告(2024)》显示,青年消费者的主体意识不断增强,他们乐于为兴趣爱好买单,为即时快乐付费,更加青睐能够提供情绪价值的消费内容。这种“悦己”倾向,正重新定义着产品的价值标准。

在众多“悦己型”消费品中,手机壳的独特优势在于其高频使用与展示属性。一个契合心意的设计,不仅能为使用者带来持续的愉悦体验,也能吸引志趣相投的人,强化个体的圈层归属感与身份认同。

需求端的热情,遇上供给侧的敏捷,催生了一个快速迭代的新市场。品牌不再“闭门造壳”,而是深度嵌入青年文化:有的主打“裸机手感”,用芳纶纤维等材料打造轻盈又稳固的产品;有的联合热门影视、动画、游戏IP,让手机壳变身收藏品;有的应用3D打印技术,实现“今天设计、明天发货”,让小众喜好也能被认真对待。

供给端的创新恰与宏观政策方向同频共振。去年11月,工业和信息化部、国家发展改革委等6部门联合印发的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》明确提出,“拓展多元兴趣消费供给。积极发展宠物周边、动漫、潮服游玩等兴趣消费产品。”这为市场的创新与扩容提供了有力支撑。

但热潮之下,亦需冷思考。当消费行为与情绪深度绑定时,保持一份清醒的审视便显得尤为重要。情绪是市场繁荣的催化剂,但也可能催生非理性的泡沫。对稀缺联名款的追逐,有时容易滑向攀比;为纯粹的“体验感”付费,也需警惕过度营销。真正的“悦己”,不是被潮流裹挟的冲动,而是基于真实需求的选择。再炫目的设计,若不能融入日常,终成摆设;再昂贵的联名,若无情共鸣,也只是空壳。归根结底,无论是产业升级还是个人消费,价值的锚点终究需要回归产品本身,落在真实的生活之中。

(风铃)

## 消费提示

## 手机壳暗藏健康风险 选购须谨慎

简单处理后注塑成型的手机壳往往携带塑化剂、多环芳烃、重金属等有毒物质。使用廉价染色剂也易导致重金属含量超标,如铅含量超标可能损害人体细胞、骨骼,甚至引发肾衰竭。

浙江省市场监督管理局此前曾开展手机壳产品质量专项风险监测,随机从各类销售渠道购买价格从十几元到近百元不等的20款手机壳进行评估。

结果显示,部分低价手机壳的铅含量超出国家标准上限30倍。此外,使用工业胶水可能导致甲醛、苯系物超标,并产生刺鼻气味,长期接触存在慢性中毒风险。

目前,手机壳尚未被列入强制性认证产品目录,大量“三无”(无厂名、无质检、无标准)产品通过电商渠道流

入市场。消费者仅凭网页图片难以判断材质优劣,部分商家还会以“环保材料”“无毒无味”等宣传误导其购买。

手机壳作为日常接触频繁的配件,若质量不过关,可能悄悄影响使用者健康。那么,如何才能选到安全的手机壳?

## 1.看材质

建议优先选择液态硅胶或TPU材质的手机壳,这类产品通常无异味,手感柔软而有韧性。若手机壳气味刺鼻、手感黏腻、容易掉色,或边缘有毛刺、按键卡顿,则可能属于劣质产品,不建议购买。

## 2.认标准

优先选择标注有3C认证、执行国

家标准《手机壳套通用技术要求》的产品。正规手机壳通常会在包装上注明材质,如食品级硅胶等。

国家标准GB 4806.7-2023对食品接触用塑料的迁移量有明确要求,即塑料制品向食物迁移的化学物质不能超标,消费者可优先选购标有此执行标准的产品。

## 3.避雷区

外观花哨且价格异常低廉的手机壳,往往暗藏隐患。若手机壳仅有轻微塑料味,通风半天后气味消散,一般问题不大。但即使购买了正规产品,长期使用后也可能因磨损、老化导致有害物质释放,因此建议定期更换手机壳。

(综合)

## 产业观察

## 深圳:小手机壳的全球旅程

深圳市曼哈商业有限公司总经理助理吴磊介绍,华强北作为全国数码产品集散核心,手机壳年出货量约占全国一半。近年来,通过材料创新、工艺升级和功能集成,这个曾经的“低端配件”产业正加速向价值链上游攀升。

企查查工商注册数据显示,截至2025年11月底,深圳从事手机壳生产销售的企业达到4000余家,占全国总量的47.7%,其中1300多家持有相关专利。

“别小看这方寸之间的手机壳,每一处细节都藏着技术革新。”深耕行业二十余年的丰利科技负责人刘丽芳带来一款液态硅胶手机壳,指尖划过圆润的边缘,“这种细腻手感来自一体成型工艺和多道精雕打磨工序。依托珠三角完整的产业链,从生物基材料研发到3D打印试产,再到智能模块集成,我们能快速将技术转化为产品。”她表示,十几年前华强北手机壳多是5

元、8元的低端订单,如今20元至百元的中高端产品已成主流,像她所在的企业这样年销超百万个手机壳的商户,在华强北十分常见。

科技创新正持续为这个细分领域注入活力,拓展市场空间并增强用户黏性。在华强北,既有满足“科技迷”的超轻、高强度芳纶、碳纤维及钛合金材质手机壳,也有搭载电子墨水屏的智能款;既有契合“环保控”需求的生物基材料产品,也有专为“户外党”打造的防水、防尘、抗压特种手机壳,更具个性化定制服务成为新趋势——客户不仅可选材质、定图案,还可嵌入无线充电、AI显示等功能模块。从“批量生产”到“个性定制”,华强北的手机壳产业,正是深圳以创新激活细分市场、以产业韧性链接全球的生动注脚。

(光明日报)

## 公告栏

工伤保险待遇先行支付决定书

响水县惠中包装材料有限公司(你单位职工王加际)身份证件号码:320921198711200116于2022年1月26日经响水县人力资源和社会保障局认定为工伤。你单位未按照《工伤保险条例》支付工伤待遇。现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》。

根据《中华人民共和国社会保险法》第四十二条,《社会保险基金先行支付暂行办法》(人力资源和社会保障部令第15号)第一条、第二条的规定,现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》。

现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》之日起60日内向我局申请行政复议,或依法向人民法院提起行政诉讼。在法定期限内不申请行政复议,或依法向人民法院提起行政诉讼的,我单位将依法申请人民法院强制执行。还款账号:32090137313605114202,账户名称:响水县工伤保险待遇先行支付决定书,开户银行:响水县建设银行响水支行,联系人:05186680020,联系电话:05186680020,联系地址:响水县灌江东路1号政务服务大厅。

响水县劳动人事争议仲裁委员会

2026年01月05日

工伤保险待遇先行支付决定书

响水县洁新保洁有限公司(你单位职工陈玉龙(身份证件号码:320921198605141462)于2023年11月16日经响水县人力资源和社会保障局认定为工伤。你单位未按照《工伤保险条例》支付工伤待遇。现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》。

根据《中华人民共和国社会保险法》第四十二条、《社会保险基金先行支付暂行办法》(人力资源和社会保障部令第15号)第十二条的规定,现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》。

现依法向你单位送达《工伤保险待遇先行支付决定书》之日起60日内向我局申请行政复议,或依法向人民法院提起行政诉讼。在法定期限内不申请行政复议,或依法向人民法院提起行政诉讼的,我单位将依法申请人民法院强制执行。还款账号:32090137313605114202,账户名称:响水县劳动人事争议仲裁委员会,开户银行:中国建设银行响水支行,联系人:05186680020,联系电话:05186680020,联系地址:响水县灌江东路1号政务服务大厅。

响水县劳动人事争议仲裁委员会