



卡牌狂欢，“10后”的新社交货币

在网络和资本的助力下，这场关于爱好的游戏，被不断放大。放大了面子价值，放大了数量稀缺，也放大了参与者的心理博弈。

□记者 | 吴雪

——年前，陈奕迅《孤勇者》的合——唱热，在小学生群体风靡，人气一时风光无两；紧接着，短视频博主一句无厘头的“Come on的喂，ABC”，又开始成为小学生新的社交暗号；前不久，人均一个的电话手表还没焐热，又陷入各种争议风波。

时尚是个轮回。小卖部风起云涌，直播间人来人往，在小学的社交圈子里，只有它才是大众公认的常青树——卡牌。在二手平台上，几百人标记想要的小马宝莉卡售价16万元，价格直逼奢侈品；而男孩们心中的顶流奥特曼卡牌，在小学生中更是刮起了旋风，此前有媒体

报道，一则#家长花200万元给娃集奥特曼卡没集齐#的话题上了热搜，引发热议。

大IP、强社交、盲盒式抽卡是奥特曼卡牌吸引小学生的密码。“你拥有的好卡越多，你在小伙伴中越有面子，还会被其他小伙伴称为小区‘卡神’，每次下楼玩，他都被小朋友围着换卡。”三年级小学生李泽家长告诉《新民周刊》，李泽今年8岁，玩奥特曼卡牌已经两年多，家里的奥特曼卡册、卡盒几乎占据了一米二书桌的大部分空间。

一个时代有一个时代的群体认同。就像中年人喜欢旅游，年轻人

爱二次元，而卡牌盲盒俨然成为了小学生的新晋社交“货币”。一张小小卡牌，藏着“10后”的社交江湖。

社交密码：换卡吗

有的孩子花光零用钱all in购卡，只为买到一张“稀有卡”“典藏卡”，有的孩子甚至盗刷家长的信用卡“端盒”集卡，只为了在同学间炫耀攀比。当任何一个成年人走进商场的卡牌店，就开始理解为什么卡牌的魔力如此之大。卡牌店像是误入彼得·潘的异世界，拆卡的惊喜，出现在每