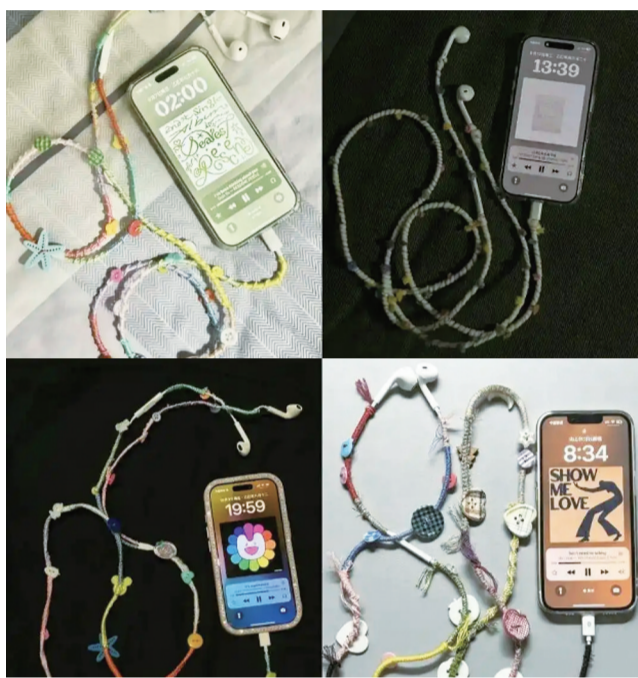


没有电量焦虑,还成了时尚配饰 淘汰快10年的有线耳机突然翻红

几年前,有线耳机被蓝牙耳机取代。但现在,这一产品正以“时尚配饰”的新身份重回年轻人视野。近来,“有线耳机穿搭”在社交媒体热度飙升,多家数码店铺销量翻倍。曾经因“麻烦”被淘汰的它,为何能“卷土重来”,成了缓解电量焦虑、彰显个性审美的时尚单品?4月1日,华中科技大学社会学院副教授、硕士生导师胡鹏辉告诉记者,有线耳机的热度飙升,体现的是青年群体的个性表达。

据封面新闻



DIY 编织有线耳机

高颜值有线耳机成时尚配饰

打开各种社交平台,搜索“有线耳机穿搭”,相关笔记已超过10万条。照片里,主人公戴上有线耳机,与金属项链、潮流服饰混搭,竟然成为了镜头前最显眼的“赛博配饰”。

22岁的大四学生小陈是这股潮流的参与者之一。她的包里常年备着三条有线耳机——一条白色原装款搭配简约风格,一条透明紫色用来呼应多巴胺穿搭,还有一条复古编织线专门配Y2K(千禧年风格)造型。“有线耳机线就像配饰,能帮我完成整套look搭配。”

而在通勤族张先生看来,选择有线耳机是因为实用性。“相对无线耳机,它的价格更低,而且出门在外不会有电量焦虑。插上就能用,这种确定性让人更安心。”

更有意思的是,这根线可以“再设计”。有人给有线耳机做手

工电镀、贴贴纸、包线改造,把它当作可DIY的饰品;有人直接把耳机绕在手腕当手链、绑在发辫当发绳,甚至像串珠一样参与叠戴。不少网友表示,有线耳机从听歌工具,变成可塑的时尚材料,和墨镜、迷你包等单品一样,以一种“有态度”的方式回来了。

30余元的有线耳机上架三天即售罄

这股风潮还在转化为真金白银的销量。某调研报告显示,有线耳机在经历长达5年销售下滑后强势反弹,2026年前三个月销售额暴涨20%。多家电商平台数据显示,近一个月“高颜值有线耳机”搜索量翻倍上涨,主打复古设计的小众品牌开始频繁出现在直播间。由年轻人推动的“反向消费”,让曾经被边缘化的有线耳机,重新站上潮流的舞台中央。

在网购平台上,有线耳机价格在几十元到上百元不等。主打纯白色、透明外壳、马卡龙色系等高颜值设计,吸引追求穿搭的年轻群体,部分爆款常出现断货。

成都一家数码集合店的店主林森(化名)告诉记者,近三个月店内有线耳机销量翻了两倍,其中七成购买者是18至25岁的女性。“以前进店问的都是‘音质好不好’,现在第一句话是‘有没有有线的’‘什么颜色最好看’。”他指着货架上新到的有线耳机说,“这批货刚到一周就快卖光了。”

“三十多块钱的耳机,居然也断货了!”消费者露露(化名)告诉记者,她看中了一款波点纹有线耳机,上架三天即售罄。“颜值太高了,基本都是为搭配Y2K(千禧年风格)而来,音质反倒成了次要项。”此外,记者注意到,这股热潮甚至催生了DIY经济。在小红书上,“编织有线耳机”教程播放量已超百万。

专家观点 || 有线耳机让年轻人表达个性

在大众视野中“消失”多年的有线耳机为何重回视野?对此,华中科技大学社会学院副教授、硕士生导师胡鹏辉进行了分析。他告诉记者,这个现象可以从实用性、小众化、消费逻辑的嬗变等角度进行理解。

“实用性是基础,有线耳机的低价、不用充电、音质以及无延迟感等,都是无线耳机难以比拟的特

点和优势,这使得广大用户在丢失耳机时不心疼,使用时没有充电焦虑,还能享受到高品质的音乐。”胡鹏辉说,“这里还有一个很重要的时代背景,有线耳机已然消失了几十年,在目前成为了小众化的‘稀缺品’。尤其是对于‘00后’‘10后’来讲,这更是罕见品。那么,在当今青年群体开始拒绝权威、标准化,

寻求个性、差异化的时代处境中,有线耳机具有了成为个性表达的可能。”

有线耳机热,正体现出青年群体对性价比高、实用性强的物品的青睐,在一定程度上,表明了青年消费逻辑开始呈现出实用主义转向。同时,追求个性化的年轻人会越来越喜欢小众化的商品。

江水不语,思念有声 南京举行2026年清明集体江祭活动



祭祀三献礼庄重举行



承载着绵长思念的祈福气球缓缓升空

年年清明今又是,江水悠悠寄哀思。4月2日,以“江水寄哀思,文明树新风”为主题的2026年清明南京市集体江祭活动,在南京八卦洲江畔如期举行。现代快报记者了解到,此次活动共有600多位市民齐聚长江之畔,他们怀揣着对逝去亲人的深切思念,以一场庄重、文明、环保的仪式,为长眠于江水的亲人,送去清明时节的追思与问候。

通讯员 马卉

现代快报/现代+记者 杨晓冬 文/摄

悠悠琴声,绵绵追思与江同流

上午十时整,悠扬的小提琴声如流水般缓缓响起,穿透薄雾,萦绕在江岸上空。那温婉而略带感伤的旋律,仿佛一只温柔的手,轻轻抚过每个人的心扉。随着主持人深情致辞,全体人员肃立默哀,江风轻拂,承载着无尽思念与深切敬意。紧接着,仪式的核心环节——祭祀三献礼庄重举行。工作人员依次敬献鲜果、美酒与鲜花,全程仪轨严谨、仪态庄重,尽显中华传统祭祀文化的深厚底蕴。

“亲爱的爸爸、妈妈,我们永远想念你们!”记者注意到,在追思祈福墙上,人们纷纷写下对亲人的思念与祝福,字字句句,让爱与记忆

紧紧相连。与此同时,大家还将心中的牵挂写在祈福卡上,系于气球之下。当承载着绵长思念的祈福气球缓缓升空,那一份份哀思与祝愿,便以绿色低碳、生态环保的方式,随风而去,与江水相依,与天地共远。

随后,市民凌先生、吴女士依次登台,以深情诵读《一封家书》的方式,遥寄对亲人的牵挂。每一字、每一句,都流淌着血脉相连的亲情与跨越岁月的思念。两段诵读直抵人心,深深触动了现场每一位参与者,不少人悄然动容,也让这份跨越生死的牵挂与家风传承,在追思中愈发真切绵长。活动现场还增设了殡葬知识互动问答环节,向到场市民普及文明祭扫理念、殡葬法律法规及惠民便民政策。

初心不改,绿色祭扫理念深入人心

“老人生前是搞地质工作的,走遍了大江南北。通过这种江葬的形式,希望他们能从长江走向大海,走向世界。”专程赶来参加江祭仪式的熊先生告诉记者,在公共媒体的宣传下,爷爷奶奶主动接纳了这种文明、节俭、环保的新型理念,也对他起到了引导作用。如今,他对子女说,未来自己也会选择这种形式。

随着一枝枝鲜花流向长江,江面上泛起的点点波光,宛若映照着南京多年来在江葬及江祭工作上持之以恒的努力。“江祭活动立足于市民的深切期盼,提供文明环保的祭扫平台,让大家能够近距离地寄托对逝者的哀思。”南京市殡葬服务中

心工作人员黄玉婷告诉记者,他们希望借助清明祭扫这个契机,让“慎终追远”的传统美德传承下去,也希望借助活动现场,进一步倡导文明、节俭、环保的新型祭扫理念。

记者了解到,自1991年起,南京便开始组织集体江葬,截至2025年,已累计有1.41万名逝者选择与江同眠。同时,自2004年开始,南京市同步举行集体江祭仪式,至今已有22次。二十余载初心不改、薪火相传,南京始终坚守生态环保、文明节俭的核心理念,持续开展集体江祭仪式。此举既安放了市民追思先人、寄情江水的拳拳心意,又以润物无声之力推动移风易俗,让绿色文明殡葬新风浸润人心,为建设生态宜居、文明和谐的城市,注入绵长而深厚的精神力量。