

网红玩具『娜塔莎』背后有多重隐忧

摔打、针扎、注水、捅刺，以『解压』为名的畸形娱乐……

当暴力玩法成为“娜塔莎标配”

最近，五年级小学生乐乐(化名)发现，学校里很多同学都在谈论一种叫“娜塔莎”的玩具。他通过短视频平台观看了“娜塔莎”的视频后，也多次请求家长购买。“这个玩具长得像一个丑萌的黑皮肤小婴儿，手感像之前很火的‘捏捏乐’，捏起来很解压，在网上很火，很多同学都买了，我也想玩。”乐乐说。

然而，乐乐的父母在购物平台浏览发现，玩具“娜塔莎”的造型并不美观，甚至有点猎奇。他们不禁疑惑：这款玩具为何能获得大量流量，甚至火到学校里？

记者梳理发现，起初是一名博主为了应对家里催婚，买了一款冷门丑娃，把它当孩子养，并起名为“娜塔莎”。博主通过拍摄与“娜塔莎”相处的视频自嘲解压，意外获得了不少关注。

真正让“娜塔莎”走红的，是一条“娜塔莎”被不小心摔变形的视频。丑萌搞怪的画面，让不少网友开始模仿，同款娃娃销量大涨，还有不少网友发布了用“娜塔莎”整蛊他人的视频。

伴随着一些充斥着暴力倾向的

猎奇视频，“娜塔莎”收获了更多流量。有些售卖“娜塔莎”的商家宣扬“养娃不如捏娃”，拍摄大量针刺、刀割、给娃娃注水甚至“让‘娜塔莎’分娩”的视频大肆营销，让人产生生理不适。

记者在各大电商平台搜索发现，“娜塔莎”的销售量不小，价格从几元到几十元不等。有一家网店出售2款不同价位的“娜塔莎”，售价50元左右的娃娃销量显示已超1万个，售价20元的也显示“全网3000+”付款。

随着“娜塔莎”网络热度提升，相关产品也蔓延到了学校周边的文具店。记者来到一所小学，发现其周边的几家文具店、超市都有“娜塔莎”售卖。一家文具店老板说：“这个玩具最近卖得很火，一天至少卖30个，基本都是小学生来购买，也有一些家长专门来替孩子购买。”

“学校最近正在查这种玩具。”一名小学老师告诉记者，“娜塔莎”的外观让她隐隐感到不安，观看所谓“标准玩法”的视频后，她心里立刻敲响了警钟，“不能让这种暴力玩法在孩子中间流行”。

当“解压”失去底线

受访专家认为，“娜塔莎”的遭遇背后，埋藏着不少风险隐患。

平台流量机制、商家逐利心理驱动，让情绪表达和宣泄越过了道德和法律的边界。山东大学法学院教授、北京观韬律师事务所高级顾问胡常龙说，“娜塔莎”被虐待的视频爆火，让一些小众、变态的心理呈现在大众面前。而算法和商业机制却忽视其内容是否健康，任由其在互联网上被放大，形成了越离谱越有流量、卖得越多参与越多的畸形流量链条，不仅试探着“情绪表达”的合法边界，也模糊了人们的是非善恶观念。

对于世界观正在形成阶段的未成年人，类似现象的潜在影响尤其需要警惕。

慧成长家庭教育研究院院长滕瑶说，常见的“捏捏乐”玩具多为食物形态，而“娜塔莎”玩具的形象却是弱小的婴儿。“婴儿本该被爱和保护，用婴儿形象制作解压玩具，已经在以一种抽象的方式侵害儿童权益。”滕瑶说，随意揉捏、摔打甚至对“娜塔莎”施暴，可能逐渐让人失去

对弱者和弱小生命的共情和爱护之心，并在潜移默化中将这些弱者视作可供发泄的客体，将随意欺凌弱小的行为“合理化”。

上海市青少年研究中心副教授俞晓歆认为，基于社会学习理论，儿童在观看“娜塔莎”被施暴视频的同时，也在进行观察学习。“不论儿童是否模仿或评价了这些视频，他们都可能潜意识中习得了一些低俗或暴力行为。”俞晓歆说，“这些视频如果在低龄群体中流行，显然不利于树立珍惜生命、尊重他人生命的健康生命观，也不利于养成理性、平和处理情绪的习惯。”

更令人担忧的是，此类不良文化现象层出不穷。“像此前爆火的‘萝卜刀’玩具，也暗藏了类似的风险。”滕瑶说，“萝卜刀”是一种用塑料制成的仿刀玩具，儿童用“萝卜刀”玩耍时，多用其进行劈砍等动作。这不仅有可能让他们忽略真正刀具可能伤人的事实，还可能让他们把暴力行为等同于玩耍，对暴力和危险逐渐接纳、脱敏甚至麻木。

让情绪表达回归正轨

打着“解压”旗号向“娜塔莎”施暴的视频，滋生了“摔得越惨点赞越多”的暴力审美，进而形成流量催生销量、销量反哺流量的循环。受访专家认为，应多方发力避免不良文化现象蔓延。

山东政法学院经济贸易法学院副教授、京鲁律师事务所管理委员会副主任王义松建议，公安、教育、电信等多部门启动联合行动，形成“线上清理+线下查处+校园阻断”的闭环，提升不良文化治理成效。

胡常龙建议，网络平台应坚持主动防控与社会监督相结合的方式，进一步畅通不良信息发现渠道。一方面，运用智能技术筛查、人工复核等方式主动排查不良信息；另一方面，在平台显著位置设置便

捷举报入口，简化举报流程、及时反馈处置结果，全方位检测、高效率处理不良信息。

业内人士认为，网络的发展让未成年人更早接触社会信息，健康生命观的教育也应该跟上。应尽早做好前端预防，帮助未成年人培养情绪出口，让他们理性平和地处理情绪问题，健康成长。

俞晓歆介绍，《中华人民共和国未成年人保护法》明确规定了提升未成年人网络素养、培养科学文明安全上网能力的要求。她建议，在学校开展网络素养教育的同时，家长也应及时了解孩子的上网情况，家校合力培养未成年人科学、文明、安全上网能力，加强对不良信息辨别能力。

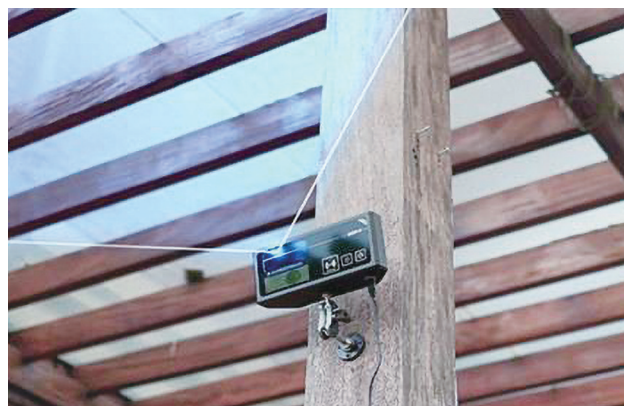
新华每日电讯记者 孙晓辉 丛佳鑫

夏天最烦人的“嗡嗡声”又来了。为了对付蚊子，人类发明了蚊香、电蚊拍，甚至还有听起来很科幻的“负压吸蚊”、“仿生呼吸诱捕”等各种灭蚊黑科技产品。但现在，一场降维打击来了——有人直接把“防空系统”搬回了家。

近日，一款来自中国江苏常州的“Photon Matrix”便携式激光灭蚊设备，在海外众筹平台Indiegogo上卖爆了。5月27日，华西都市报、封面新闻记者常州光之矩智能科技有限公司了解到最新成绩：起初只想筹2万美元，结果最终狂揽超过250万美元，全球订单量突破3000台。

这款被海外网友称为“中国黑科技”的产品，核心原理就是用激光雷达、毫米波雷达和AI视觉，像打导弹一样，主动发现并击落蚊子。

每秒可击落30多只蚊子，众筹超250万美元 中国造“激光灭蚊神器”海外爆单



“Photon Matrix”激光灭蚊设备产品宣传图。受访者供图

把“防空”概念装进小盒子

这款产品的想法，源于创始人王川的个人烦恼。作为常州溧阳人，他受够了蚊子的骚扰。大约在2022年，他萌生了一个大胆的念头：能不能用“激光雷达+AI”做个家用的微型防空系统，主动消灭蚊子？

想法很酷，实现起来却困难重重。蚊子太小，飞得太快，还要保证绝对安全。团队花了近3年时间，攻克了毫米级目标识别、

多传感器融合、激光安全控制等一系列技术难题。他们甚至自己养蚊子做测试，每月要消耗数百只蚊子。

功夫不负有心人。到了2025年，产品终于定型时，它能覆盖6米范围，识别蚊子的准确率超过95%，每秒能击落30多只蚊子。最关键的是，一旦检测到人或宠物靠近，激光会立刻自动关闭。

一条短视频让订单暴涨

好产品也需要被看见。技术成熟后，市场成了下一个关卡。由于硬件成本高，产品定价达648美元(众筹预售价)，团队对市场接受度心存忐忑，2025年登陆海外众筹平台Indiegogo试水，初期反响平淡，日均筹款仅约2000美元。

转机出现在2025年6月。一次回乡期间，王川在

溧阳的河边草坪上，用手机随手录制了一段Photon Matrix在傍晚实战灭蚊的实景视频，并上传到TikTok。视频播放量一夜之间飙升至7000多万，并被全球众多自媒体博主疯狂转发。“激光打蚊子”的画面引发了广泛传播。这股巨大的线上流量使得订单量呈指数级暴涨。

梦想不止于做“灭蚊神器”

这次意外的爆红，让这个“兴趣项目”走上了公司化运营的道路。2025年9月4日，常州光之矩智能科技有限公司正式成立。目前，公司已申请超过23项专利，累计研发投入超过1200万元人民币。首批4000台产品正在加紧生产，预计今年夏天就能交付到全球用户手中。

公司的梦想不止于做

一个“灭蚊神器”。他们希望将这套激光探测与AI识别的核心能力，应用到农业除虫、仓储防护等更多领域，让这项硬核的“中国智造”技术，解决更多实际问题。

这个夏天，很多人和蚊子的战争，或许会因为一束来自中国的激光，而彻底改变。

华西都市报·封面新闻记者 陈彦霏