

拼豆之后,拼布又火了

每小时80至100元,年轻人为何迷上“缝缝补补”?

继拼豆之后,拼布又在年轻人中悄然流行起来。

在社交平台上,拼布相关话题讨论度持续攀升。全国多地,以拼布为特色的手作体验店加速铺开。在成都,有爱好者每个周末打卡,一坐就是3小时;在杭州,缝纫工作室从单一裁缝铺转型为热门体验空间;在贵阳,拼布项目上线首月即成爆款。

拼布并非新生事物,为何突然圈粉年轻人? 8月12日,华西都市报、封面新闻记者采访了主理人及相关专家了解详情。

每小时80至100元

拼布正成为年轻人“慢手作”新宠

作为一种传统民间工艺,拼布在中国有着悠久历史,《周礼》中便有“刻绘为雉翟”的记载,指剪贴雉鸟羽毛于衣物上的缝贴布艺。

如今,这门古老手艺正以新的面貌走进年轻人的生活。全国各地悄然兴起了一批“缝纫店”——它们不帮顾客裁剪衣服,而是教顾客使用缝纫机,挑选喜欢的布料,自由拼贴创作。作品涵盖包袋、杯垫、零钱包、拼布挂画、窗帘等。

记者注意到,社交平台上的DIY缝纫店大多实行预约制,客单价在每小时80至100元,多数商家标注单件作品封顶3小时。这个价格对应的体验流程一般为:顾客先挑选款式和布料,随后在老师指导下进行裁剪、缝纫、装饰,最终完成一件专属作品。

拼布爱好者舒舒(化名)告诉记者,自己每个周末都会去拼布,一坐就是3小时起步。“平时工作节奏快,拼布的过程可以让大脑放空。”舒舒说。而另一位拼布爱好者张丽(化名)则表示,裁剪和缝纫环节最耗时,但也最让人沉浸,“看着零散的碎布在自己手里变成一件完整的作品,那种成就感很踏实。”相比拼豆的“按图复刻”,拼布更考验审美与耐心,但也提供了更大的创作空间。“拼布集绘画、刺绣、缝纫等多种兴趣于一体,乐趣更多。”张丽说。

借鉴拼豆模式

单一裁缝铺转型为热门手作体验空间

在成都,一家名为“缝纫自习室”店铺的主理人告诉记者,他们不仅提供拼布体验,顾客还可以学习制作半裙、上衣、包包、宠物衣、童装等各类布艺作品,从杯垫到成衣,都能亲手完成。

自习室实行“课程+自习”双模式,零基础学员可从穿线、走直线学起,全程有老师手把手指导;进阶学员则可自由选择制作半裙、上衣、包包等品类。价格方面,布艺小物如杯垫体验价为99元,服装制作体验课为399元(任意3小时),包



拼布爱好者正在使用缝纫机进行拼布。舒舒供图



拼布挂画。舒舒供图



拼布台灯。张丽供图

含挑选款式与面料、裁剪、缝纫、熨烫全套流程,成品可带走。正值暑假,店里客群结构也悄然发生变化。“除了年轻人,最近多了很多家长带着孩子来。”该主理人表示,不少家长为了减少孩子玩手机的时间,把孩子带来体验手工。

这股拼布风潮并非成都独有,在全国多地,类似的缝纫手作店铺正吸引越来越多的年轻人参与。在杭州,2025年11月新开的一家缝纫工作室,已从单一裁缝铺转型为热门手作体验空间。店主小刘介绍,为降低入门门槛、提升体验感,门店简化繁复针法课程,借鉴拼豆模式,

打造出适配新手的趣味拼布模式,配套丰富模板供顾客自由创作。

相较于杭州专注缝纫拼布的垂直门店,贵阳的综合手作店则将拼布打造为爆款新项目。今年“五一”假期,店主小佳在店内新增了拼布体验,涵盖森系、复古、田园等多种风格布料与全套装饰材料,一上线便热度暴涨。“拼布项目上线首月就卖爆了,后续新增的拼布卡册、笔记本、发夹等品类,直接成了店里的黑马项目,销量远超其他手工。”小佳告诉记者。

环保解压好看

拼布走红是“情绪价值消费”的典型体现

拼布并非新生事物,为何突然流行起来? 记者梳理社交平台上的网友讨论发现,“环保”“解压”“好看”是被提及最多的关键词。

在社交平台上,不少网友分享了自己的拼布体验。有网友写道:“拼布更环保,旧衣旧布循环利用,减少浪费。”也有网友认为,拼布的魅力在于“集绘画、刺绣、缝纫等多种兴趣于一体,创作空间更大,更有乐趣”。

8月12日,四川大学文化产业研究中心主任、博士后导师蔡尚伟对记者表示,拼布的走红,是当下城市年轻消费群体情绪需求与休闲消费升级的典型体现。在快节奏的都市生活中,沉浸式手工创作成为年轻人缓解焦虑、回归专注的重要方式。拼布兼具创造性、仪式感和实用性,既可自制好物、馈赠亲友,也能满足亲子互动、情侣纪念、宠物装扮等多元场景,适配大众个性化、温情化的消费诉求。

华西都市报·封面新闻记者 邹阿江 陈静

近年来,用AI制作歌曲激发大众创作热情,AI音乐数量激增。与此同时,AI翻唱、“投喂”版权音乐作品训练AI等活动,存在侵犯著作权与人格权风险,音乐界抵制浪潮渐起。随着AI深度介入音乐行业,相关法律保障、行业规范、平台监管如何跟上,成为行业健康发展的必答题。

“OMG 你吓到我了”火遍全网 AI音乐发展得怎么样了?

AI音乐持续升温 但质疑声不断

有了AI,普通人也能体会到音乐创作的乐趣。“没有AI的话,这些年写的歌词只能扔在角落里。”在某音乐平台上发布了200多首AI歌曲的杨先生说,自己很喜欢写歌词,可惜不会编曲和演唱,现在AI为他补齐了短板,“有一首歌收藏量破万,另有三首破千”。

创作者的热情,让AI音乐作品爆发式增长。《2025华语数字音乐年度白皮书》显示,据不完全统计,国内某头部音乐曲库中,AI新歌占全年新歌的比例从2024年的5.2%跃升到2025年的21.4%。

升温背后,是Suno、Mureka、天谱乐等音乐生成大模型及其应用的推陈出新——翻唱、词曲创作、演唱生成、专业后期处理等功能与日俱增。Mureka平台相关负责人介绍,平台个人用户覆盖全球上百个国家和地区,涵盖普通创作爱好者、独立音乐人、短视频创作者等群体。

在带来新鲜体验的同时,AI音乐也引发关于版权方面的争议。唱片公司、音乐人群体多次向AI音乐生成平台发起版权诉讼;不少音乐人及粉丝纷纷发声,反对未经授权通过AI改编或模仿原创作品音色、风格的行为。

批量生产的AI音乐审美品味堪忧,也引发讨论。一头部音乐平台AI音乐业务负责人表示,数量激增的背后,是绝大部分内容“纯批量复制,没有情感内核”,缺乏长久的生命力。

侵权风险高企 行业生态受挫

在视频平台及部分音乐平台,用孙燕姿、周杰伦、陶喆等知名歌手的声音翻唱、改编歌曲的音视频数不胜数,有些质量高的视频播放量甚至能破百万。常有网友留言:“原来他/她还唱过这首歌?”“如果不是有AI标识,还以为是本人的。”……

上述头部音乐平台法务负责人表示,对AI翻唱的侵权投诉是平台投诉的高发场景。上海市锦天城律师事务所律师邓以勒指出,通过AI模仿特定歌手的声​​音特质生成内容,是在未经授权的情况下使用了自然人的声音这一人格标识。根据民法典规定,声音具有人身专属性,如果经AI技术处理后仍能使公众识别特定自然人,即构成对人格权中声音权益的侵害。“有的平台在未获艺人授权的前提下,还主动发起AI翻唱大赛,这更是大范围的侵权行为。”

为。”邓以勒说。

对于“使用音乐作品训练模型”等行为,国际上已有多例相关版权诉讼。2025年11月,德国慕尼黑地方法院对德国音乐版权管理协会诉OpenAI著作权侵权案作出一审判决,判定OpenAI在训练和输出环节使用受版权保护的歌词构成著作权侵权。索尼音乐指控,AI音乐生成平台Udio在训练模型过程中使用了超过3万段受版权保护的录音。邓以勒认为,AI大模型的训练过程以复制储存已有音乐作品和录音制品为前提,如未获得权利人的许可,即可能构成对音乐作品著作权和录音制品制作者权中的复制权的侵犯。

多位受访法律界人士指出,面对侵权纠纷,权利人维权阻力重重。一方面,用AI技术复刻歌手专属曲风、编曲逻辑,这类行为并非复刻具象作品,而是风格模仿,在认定侵权上存在困难。另一方面,AI音乐维权举证困难:一是训练数据侵权无法溯源,平台掌握核心算法与数据,普通权利人无法证明AI模型使用了自身作品训练,存在举证壁垒;二是侵权主体分散,训练、生成、传播环节分属平台、用户和技术服务商,追责难度大。

厘清边界 理顺分配机制

针对AI音乐的侵权问题,受访人士建议,可通过形成可供参考的典型案​​例,为维权实操提供指引,并划定商用AI音乐模型训练素材的授权与合理使用边界,明确AI声线克隆的侵权判定标准,以及平台审核义务和责任。

业内人士呼吁,构建多方协同的新型商业收益分配规则:针对大规模训练需求,建立“批量集体授权+收益分成”模式,搭建统一的AI音乐授权池;AI技术平台可按模型规模、训练数据体量缴纳年度授权费,同时设立动态收益分成机制,后续AI产品商用收益按比例反哺权利人,实现“先授权、后使用、共收益”,解决批量训练的授权难题。

加强源头区分,提升合规能力。广东省流行音乐协会版权委员会副秘书长丁聪等建议,强化对音乐、短视频等内容平台的监管,规范平台AI管理机制,凡有AI参与创作的音乐作品,发布时应显著标识,保障受众的知情权;平台也要采取与其技术能力适配的防控措施,对疑似侵权歌曲限制传播,同时完善申诉通道。

半月谈记者 钟焯 潘禹杰