

# 75岁刘晓庆深夜直播卖字，一个“福”字售价过千 明星字画热卖，谁在为怀旧经济买单？

临近春节，75岁的演员刘晓庆又一次凭借自己的书法作品登上了热搜。

近日，刘晓庆在直播间售卖手书真迹，引发高度关注。截至发稿，“刘晓庆直播卖字一字千金”话题在微博的阅读量已超450万。“福”字单幅定价1088元，被网友惊呼“一字千金”；而直播间中宣称的“限量珍藏、保值增值”，更是引发不少争议和讨论。1088元的定价不仅包含明星光环和情怀效应，更精准卡位“轻奢文创”区间，制造出“可负担的稀缺性”。记者注意到，目前闲鱼平台已出现“刘晓庆福字”转卖帖，且不乏临摹作品。

在业内看来，刘晓庆“福”字的热卖，无疑切中了怀旧经济的市场需求。不过，当明星将个人IP金融化，也极易陷入“割韭菜”的泥潭。

## C 定价争议

直播间商品橱窗显示，目前在售的“福”字共有5款。其中最热销的一款定价1088元/个，已售出50件。而四字竖幅“平安喜乐”“紫气东来”定价则达到了3999元。

记者通过梳理抖音平台刘晓庆的账号发现，“刘晓庆的橱窗”显示，2月1日20:56那场直播共销售26件商品，全部为其手书作品，售价199—3999元不等。其中，红底金字“福”售价1088元，已售50件；蓝底金字大“福”售价1888元，已售8件；蓝底“紫气东来”金竖版售价3999元，已售2件；签名《人生不怕从头再来》文创售价199元，已售54件。就已售出件数不精确计算，其手书作品销售额已近24万元。

目前所有手书作品均处于“下架”状态，账号中也没有显示下次直播时间。

有消费者认为：

“花一千多元不仅能得个字，还能跟偶像‘云互动’，物超所值。”另有消费者认为：“这字是镶金边了吗？简直就是在‘割韭菜’。”

中检艺术品鉴定评估中心专家、名人手迹研究收藏专家、独立艺术品投资顾问王羊羽表示，刘晓庆直播卖字从市场经济角度看无可厚非，这是一种个人自由，而明星艺人的签名或手迹一直都有它的追捧者和相应市场价格。

然而，这不是刘晓庆第一次因为自己书法作品的价格问题引发关注。

公开报道显示，刘晓庆自2021年起持续直播卖字，此前一幅16字作品曾拍卖108万元。之后，她在直播里把“舍得”二字定价到9999元，没过多久话题冲上热搜。

中关村人才协会RWA工作委员会常务副主任吴高斌认为，明星跨界书法销售并非新鲜事，但若过度依赖光环而忽视艺术本身，这种溢价终将面临市场理性的反噬。正如网友争议的“一字千金”，本质是对情感价值与市场价格的错位感知——当情怀被明码标价，消费者开始权衡：我究竟是为艺术付费还是为名气买单？

## C 交付承压

在热卖引发热议的同时，背后的消费风险也随之显现。

直播间现场书写现场销售存在很大不确定性，在近日的直播中，就出现过把字写歪的情况。直播的交付压力也不容小觑。刘晓庆也曾在一档参与的综艺中提到：“福”字一度卖出325张，但因为没在期限内写完被罚款。

就明星直播间现场手书售卖的管理规则和刘晓庆透露的罚款相关事宜，记者多方联系抖音平台，截至发稿，平台方暂未回复。

中国企业资本联盟副理事长、中国区首席经济学家柏文喜则表示，刘晓庆的“限量珍藏”策略依赖明星光环

## C “名人字”还是真书法

除了定价争议之外，针对刘晓庆手书作品是否为“书法”的质疑声频现。

成都市书法家协会主席舒炯曾在接受媒体采访时直言刘晓庆的字“与书法完全不沾边”，也有业内专家直言，同等水平的普通书法家难以获得同等溢价，这“挤压了手艺人空间”。

北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任、研究员沈望舒表示，古往今来，名人字就跟书法没有多大关



的持续性，但这种稀缺性可能因过度商业化而稀释。长期来看，若稀缺性无法持续，可能导致消费者失去兴趣。

吴高斌同样认为，明星直播带货往往依赖瞬时流量爆发，但书法创作耗时耗力，难以匹配工业化生产节奏。这种“流量洪峰”与“手工作坊式创作”的矛盾，导致交付延迟成为常态，不仅损害消费者体验，更可能引发品牌信任危机。

## C “限量珍藏”真保值？

虽然直播间强调“保值”“限量”，但作品是否具有收藏和投资价值仍值得商榷。

记者注意到，某二手平台已经出现“刘晓庆字”转卖帖，售价在280—2980元不等，“福”字价格主要集中在280—550元，有商品已标注几十人“想要”。

有店铺出售“紫气东来”，售价2980元，店主写道：“刘晓庆书法真迹，明星字画。有合影，保真，出后不退不换，请三思后再购买。”还有店铺出售刘晓庆此前的书法作品，一幅常规尺寸的“茶”字售价1888元。

王羊羽告诉记者，刘晓庆售卖的亲笔作品还只是一般名人手迹的范围，目前来看没有艺术价值和收藏价值。如果刘晓庆以书法艺术品来售卖，则是利用自己明星的流量来收割不懂行的普通网友。

系。类似刘晓庆的手书作品，它的衡量标准就是需求程度和购买能力。至于针对刘晓庆直播卖字的讨论点，可能不在于她字的好坏和价格的高低，更多的是其借助名人效应商业化，“刘晓庆直播间手书作品明码标价，不存在欺诈，合规守法，这就是一种自然的你情我愿的商业行为”。

柏文喜认为，刘晓庆直播售卖亲笔“福”字的现象，本质是明星效应、怀旧情感与商业策略的三重叠加。情感联结超越了作品本身的艺术价值，成为驱动消费的关键因素，“此外，手写作品因‘温度感’和‘唯一性’成为稀缺资源”。

此外，即使直播间明确“亲笔书写，盖了章”，但在缺少鉴定环节的情况下，很容易出现转售、假冒等现象。

记者随机咨询了一位商家，一张常规尺寸的红底金字“福”字标价499.9元，商家向记者出示了购买记录，表示此前因个人原因购买了多幅，但最后没有用上，砸手里了，所以低价出手。

另外一幅售价280元的“福”字龙年书法作品，记者询问价格为什么比直播间低很多时，商家表示是“临摹”的。

吴高斌表示，明星书法直播热，本质上是文化消费在流量时代的一次“变形记”。当情怀被定价、稀缺被营销、信任被考验，市场需要的不仅是营销技巧，更是对文化本质的敬畏。唯有让艺术价值回归核心，让诚信贯穿始终，才能让这场“文化盛宴”不沦为昙花一现的商业泡沫。 (北京商报)

## 7.17亿美元！ 美团拟收购 叮咚买菜

2月5日，美团于香港联交所发布公告，将以约7.17亿美元的初始对价，完成对叮咚买菜中国业务100%股权的收购。

公告显示，叮咚买菜海外业务不在本次交易范围内，将在交割前完成剥离。交易过渡期内，叮咚买菜将按照交易前的模式继续经营。

叮咚买菜创立于2017年，是国内领先的生鲜即时零售平台，主打“最快29分钟送达”。公司于2021年登陆纽交所。2025年三季度，叮咚买菜实现营收66.6亿元人民币，创历史季度最高；净利润0.8亿元人民币，连续7个季度实现GAAP标准下盈利。

2月5日盘前，叮咚买菜市值为6.94亿美元。

美团公告称，公司高度重视即时零售业务。叮咚买菜追求“好用户、好商品、好服务、好心智”的理念，与美团“帮大家吃得更好，生活更好”的使命十分契合。本次收购将有助于充分发挥双方在商品力、技术、运营等方面的优势，为消费者提供更优质的消费和配送体验。

公开资料显示，截至2025年9月，叮咚买菜月购买用户数超过700万。基于市场领先的供应链能力和遍布全国的生鲜产地直采模式，叮咚买菜实现了较高的用户黏性和复购率。

近年来，为满足中国消费者日益增长的即时零售需求，美团持续探索小象超市等零售新业态，让产地生鲜和日用百货便民送达。市场预计，2025年，小象超市农产品销售额超过200亿元。

(澎湃新闻)