

LABUBU 征服全球年轻人的心

今日 最热搜

6月15日,网友发视频称,浙江杭州西溪天街泡泡玛特新店当天开业,仅两小时商品就被黄牛买完,提前关门;6月10日,在永乐2025春季拍卖会上,一款显示为初代藏品级薄荷色的LABUBU最终以108万元的价格完成竞拍。除此之外,一款全球限量15版棕色LABUBU以82万元成交……

让欧美街头排起长队,国际国内顶流明星随包携带,二手市场溢价疯抢……这只长着锯齿尖牙、异色瞳孔的“丑萌”搪胶毛绒玩偶LABUBU火爆全球。与这一热潮同样引人注目的是,6月9日福布斯实时富豪榜显示,泡泡玛特创始人王宁最新身家已增至208亿美元,跻身福布斯中国富豪榜第10位。

风靡全球消费市场,助推泡泡玛特创始人登顶河南首富,LABUBU到底是谁,怎么就成了全球“顶流”?

丑萌逆袭 一个中国IP征服全球

LABUBU是中国香港艺术家龙家升为潮玩品牌“泡泡玛特”创作的森林精灵形象,外表看起来邪魅狂狷,实际却是一个善良又纯真的小家伙,有着强烈的反差感。初见LABUBU时,多数人都会经历这样的心理变化,先是皱眉疑惑:“这小家伙怎么长得这么怪”,忍不住多看几眼后,“倒是怪得有点可爱”。

“我故意保留9颗尖牙的不完美感,就像年轻人抗拒被标准化定义。”龙家升坦言。有网友就说:“这种亦正亦邪的气质让人着迷,上一个走这个路线爆火的还是哪吒。”这一设计理念打破了欧美动漫、日韩萌系长期主导的潮玩市场认知壁垒。

与依赖熊猫等东方符号的传统文化输出不同,LABUBU采用“去标签化”策略。新加坡限定版做成鱼尾狮造型,泰国版穿上金丝特色服装,这种文化嫁接让它成为引发跨文化共鸣的超级载体。

由于隐藏款的稀缺性和开盲盒的随机性,LABUBU的“身价”水涨船高,单个99元的盲盒普遍溢价20元—60元,隐藏款更夸张,在二级市场被“炒”到2000多元。每次新品发售都会引来一拨“扫货”,往往是刚上架就被秒空。

王宁是2024福布斯中国最佳CEO榜单上最年轻的面孔。因为其年龄的原因,不少人也会将泡泡玛特解读为一家年轻的公司。事实上,在潮玩这条赛道里,这家公司已经耕耘了15年之久。

时间不语,下自成蹊。自2018年布局海外并逐步推动全球化战略,泡泡玛特的业务版图已遍及全球近百个国家和地区。以LABUBU为代表的“THE MONSTERS”精灵天团系列去年收入超30亿元,同比增长726.6%,成为泡泡玛特旗下第一大IP。

满足Z世代情感需求 LABUBU的核心竞争力

LABUBU的全球热绝非偶然,它折射



拍卖出108万元的LABUBU

图据:永乐拍卖



5月20日,顾客在韩国首尔明洞街区的泡泡玛特店面前排队

网络截图

出中国IP从制造输出到文化输出的质变。当年轻人购买的不再是塑料玩偶,而是一份归属感、一种身份认同、一段可以被反复讲述的故事时,IP的生命力才真正被激活。

Z世代情感需求的精准解码。在快节奏生活与“内卷”压力下,这个长着锐齿的搞怪精灵成为年轻人的“沉默陪伴者”。粉丝为它起名字、编故事,甚至视为家庭成员。大学生小彤道出众多粉丝心声:“加班后拆盲盒的瞬间,像是打开一份给自己的礼物。”这种情感投射构建了强韧的心理联结,让LABUBU从商品进化为分担焦虑与疲惫的“精神伙伴”。中国消费者协会曾发布报告指出:“情绪释放将成为影响年轻一代消费决策的重要因素。”不少中国潮玩以高度可塑性、艺术化表达与收藏属性回应了这一需求。

圈层认同的通行证。围绕LABUBU形成的粉丝社群,为同好提供了交流与归属的平台。分享抽盒经验、交换重复款式、讨论新款设计,这些互动增强了用户黏性。在TikTok上,“#LABUBUHaul(开箱挑战)”话题播放量超10亿次,用户自发分享拆盒过程,形成病毒式传播。泡泡玛特还通过精灵啦啦操、ZIMOMO大首领舞蹈等内容在互联网平台破圈刷屏,让IP形象真正“活”起来。线下城市乐园POPLAND的精彩表演,更是为粉丝带来了沉浸式互动体验。

全球化叙事的成功实践。依托日益成熟的产业基础和来自全球的设计师群体,中国潮玩不仅有着中国故事、中国美学的独特内核,也汲取了来自世界各地的创意养分,转向更多元、更开放的文化表达,让全球的粉丝都为之“上头”。泡泡玛特的“欧美IP引流,LABUBU拴心”策略精准打入国际市场。在泰国,LABUBU被文旅局授予“神奇泰国体验官”称号,身着传统服饰打卡曼谷地标;在法国卢浮宫,推出与世界名画相结合的限定衍生品;在新加坡,则推出

鱼尾狮造型限定款。针对不同市场,泡泡玛特甚至签约当地艺术家创作本土化IP,如在泰国大火的CRYBABY就出自泰国艺术家之手。

挑战与未来 狂欢背后的冷思考

泡泡玛特的LABUBU系列虽名噪一时,但也面临诸多挑战。

其饥饿营销策略,如限量发售、突击上热门隐藏款、区域限定销售等,虽短期提升了热度,长远来看却可能损害品牌体验。这种策略还刺激了抢购,为黄牛创造了套利空间,他们通过线上抢购、线下排队等方式获取隐藏款并高价转售,而泡泡玛特的限购规则执行不严。同时,饥饿营销也为高仿灰色产业链提供了生存空间,高仿品仿真度高,甚至能通过正版验证系统,且通过电商平台和私域社群分销,规避侵权描述。这不仅侵犯了版权,还降低了正品的收藏价值,增加了消费者购买风险,破坏了潮玩二级市场信用体系,品牌方维权打假难度大。

产品质量方面,部分LABUBU产品存在制造缺陷,如歪头、掉漆等,官方虽称轻微瑕疵属正常,但消费者投诉仍多,涉及质量问题、账户限制、售后维权等,售后政策也遭质疑。截至5月29日,黑猫投诉平台针对泡泡玛特的投诉达16543件。

LABUBU的爆火还与明星带货有关,如蕾哈娜、凯特·布兰切特、大卫·贝克汉姆等都曾为其带货,其二手交易价格也水涨船高,甚至出现28009元的天价成交纪录。然而,这与曾经的Bearbrick类似,后者曾通过限量编号、艺术家联名等手段成为投机标的,吸引了众多明星追捧,但如今多数款式风光不再,市场反应冷清,黄牛不得不低价抛售。LABUBU目前也面临类似风险,黄牛介入和高仿品会扰乱市场秩序,使其流通风险增大。

据大众日报

热搜榜单 截止时间:每天20点

百度热搜榜

韵达快递被罚

热度值 7808864

外交部:
中国不参与军备竞赛

热度值 7713677

柠檬疯涨似黄金

热度值 7522029

微博热搜榜

男子误将502当眼药水
滴入右眼

热度值 1143000

34岁女子爱生闷气
血管堵90%

热度值 378000

道崽回应

热度值 316000

头条 今日头条全国热榜

中国有600枚核弹头?
外交部回应

以总理:
伊朗朝我卧室发射导弹

打虎!副部级彭晓春被查

头条 今日头条本地榜

在云南捡菌子
最好剪辑的视频出现了

云南人有自己的下午茶

昆明16家旅行社
拟被撤销经营许可

抖音热搜榜

青年人失业率
连续3个月下降

每年增加百枚核弹头?
中方回应

湖南一烟花厂爆炸
已致1死6失联