

新民环球

潮玩 IP 拉布布最近掀起热潮——THE MONSTERS 怪味便利店系列主题快闪华东首展登陆静安嘉里中心, 预约入场名额秒光, 限定产品溢价十几倍依然一“布”难求。

其实, 世界多地都在为中国潮玩着迷, 而泡泡玛特出品的拉布布堪称其中“顶流”。有分析指出, 这一波热潮是中国品牌以及中华文化越来越受到西方消费者青睐的最新迹象。



■ 俄罗斯莫斯科一家餐馆推出拉布布甜点



▲ 拉布布被授予“神奇泰国体验官”荣誉称号

全球疯狂圈粉

泡泡玛特新店 4 月在法国巴黎拉德芳斯中心商务区开业, 还没开门就有数百人的长队翘首以待, 其中既有年轻人, 也有老年人, 还有推着婴儿车的夫妇。“我上午 10 点到的, 但你们猜前面排了多少人?” 潮玩粉丝卡米尔·拉克鲁瓦在社交平台 TikTok 发帖惊呼, “场面太疯狂了。”

23 岁的巴黎咖啡师西亚姆·萨托里是泡泡玛特的资深粉丝, 经验丰富的她特意避开了巴黎新店的开业抢购。“我和我的朋友都很喜欢拉布布, 但我们知道, 每当一个新系列问世时总会有一场‘战争’, 所以我们会等开业热潮结束后再去。”

长着尖耳朵, 露出九颗牙, 笑容天真可爱, 看起来又有点小坏, 这就是拉布布, 赢得了全球众多粉丝的心。去年夏天拉布布重磅亮相泰国曼谷, 现场接机的场面堪比当红明星。泰国官方还举办了盛大的欢迎仪式, 并授予拉布布“神奇泰国体验官”的荣誉称号。

拉布布最初由艺术家龙家升创作, 它生活在北欧森林, 是 THE MONSTERS 精灵天团的成员。2018 年, 中国潮玩领军企业泡泡玛特将拉布布发展成盲盒玩偶。2023 年, 中国首个潮玩行业沉浸式 IP 主题乐园泡泡玛特乐园在北京开园, 拉布布是其中的高人气角色。

从演艺明星名人的街拍到社交网站用户的开箱展示, 从各地主题店大排长龙的抢购到全球著名品牌联名, 拉布布可谓一跃成为“顶流”明星。在 TikTok 上, 拉布布相关话题拥有 160 多万篇帖子, 内容从开箱、变装到搭配展示, 创意层出不穷, 播放量超过 10 亿次。

受特朗普政府关税战影响, 拉布布在美国市场的价格上升近三成, 但粉丝热情依旧不减。4 月底, 泡泡玛特登顶美国 App 购物榜, 单日跃升 114 位, 跻身免费总榜第四位。

除了泡泡玛特外, 中国其他潮玩品牌在海外也有不俗表现。

名创优品集团旗下潮玩品牌 TOP TOY 在全球拥有超过 280 家门店, 2024 年品牌相关企业共有 53 批次、总价值约 4700 万元商品出口。TOP TOY 还于近期宣布, 计划未来 5 年在全球 100 个核心商圈范围内开设超过 1000 家商店, 其中海外销售占比预计突破 50%, 门店布局超过 40 个国家, 产品销售超过 150 个国家, 中国 IP 占比计划达到 50% 以上。

另一个中国潮玩品牌 52TOYS 同样业绩亮眼, 2024 年在泰国业务增速突破 300%, 在东南亚市场整体实现 220% 增长。



社交「硬通货」中国潮玩走红世界

文 / 浦城

品牌加速走红

在海外视频网站上, 拉布布盲盒开箱视频特别火。在一个视频中, 一名女性玩家小心翼翼打开拉布布的外包装, 在开启最里层包装前轻轻晃动, 嘴里默默念叨着什么, 仿佛在对即将见面的宝贝施以魔法——把它“变”成心仪的那款。然后, 她将视线对着镜头而非盒子, 用手慢慢“盲”开盲盒, 一点一点取出宝贝……

中国潮玩为何如此走俏? 首先, 盲盒带来的神秘感和集齐所有款式的欲望, 是拉布布等潮玩产品走红的重要原因之一。用户在打开盒子之前不知道里面是哪一款, 而个别款式更加稀有, 使得收集全套娃娃变得非常困难, 也增加了拆盲盒的吸引力。

神经科学家和心理学家克劳奇曾对此现象解释说, 收集行为与特定的大脑区域有关, 这些区域又与体验奖励、获得奖励和预测奖励有关, 可以给人带来快感和满足感。

其次, 社交圈层传播加速品牌走红。从产品购买、花式展示到跨文化话题的延伸, 热门潮玩日益成为不同国家粉丝在线上线下拉近距离、加深情感的文化纽带。中国潮玩正在逐渐成为一种国际通用的社交语言, 称为社交“硬通货”也毫不夸张。

分析指出, 拉布布此前通过同知名品牌、热门 IP 联名以及名人明星的曝光而成功破圈, 随着相关话题在社交平台深入和延展, 这波影响力不断扩展到更大范围, 拉布布的“顶流”地位也得以更加稳固。

再次, 潮玩产品带来的消费体验及情绪价值不容小觑。2024 年一项调查显示, 全球三分之一消费者寻求体验感, 更看重购买过程而不是产品本身。欧睿国际信息咨询公司高级分析师克利夫顿表示, 在生活节奏快、工作压力大的地区, 盲盒的惊喜元素为消费者提供了一种放松感, 很多盲盒消费者特别重视这种体验。

最后, 便捷的物流是中国潮玩成功“出海”圈粉的保障。多家中国头部潮玩品牌已入驻菜鸟美国、欧洲、东南亚等地的海外仓, 享受海外仓门店配送、电商一件代发、多平台送仓、逆向物流等供应链服务。海外消费者线上下单后, 平均 72 小时内即可收到货物。



◀ 52TOYS 亮相东南亚潮玩展
▶ 西班牙马德里的名创优品店
本版图片 IC

展现文化魅力

总部位于伦敦、专注于中国市场的营销机构趣民公司首席执行官阿诺德·马表示: “这是一个非常大的信号和转变, 未来中国品牌不仅凭借技术进步, 还将通过感性的包装赢得人心, 与西方品牌竞争。”

巴黎智库雅克·德洛尔研究所研究员萨沙·库蒂亚尔指出, 中国商品现在已经是“高质量的代名词”, 预计未来会有越来越多中国品牌进入欧洲市场。

根据 2024 年《中国潮玩与动漫产业发展报告》, 中国潮玩产业总价值预计到 2026 年将攀升至 1101 亿元, 年均增速超过 20%。

有分析指出, 拉布布的成功标志着中国正从原来的“世界工厂”向新兴的“全球创意中心”深度转型, 通过高质量且富有魅力的产品设计、生动形象的叙事和持续的文化产业创新, 提升中国在世界舞台上的软实力。

正如中国外交部发言人林剑所说, 从说走就走的“中国游”到琳琅满目的“中国购”, 从深度求索的人工智能到中国潮玩、影视剧风靡全球, 越来越多外国朋友走近中国、了解中国, 冲破“认知茧房”, 收获情感共鸣。他表示, 一个更加真实、立体、全面的中国正被越来越多人看见, 中国将以更大范围的开放、更广视野的创新、更深层次的合作, 让各国人民有更多机会感知越来越“酷”的中国。

