

新快观察

给 LABUBU 买衣服、做造型、配座椅……

年轻人正在认真地“养娃”



■市民展示自己收藏的LABUBU玩具。
新华社发

近日,一只初代藏品级 LABUBU 在拍卖会上以高达 108 万元成交,引发市场热议。作为近年来炙手可热的潮玩IP之一,LABUBU 不仅在拍卖市场上身价飙升,连普通款也经常一上架就“秒空”。而围绕着 LABUBU 的“养娃”风潮,也正在悄然兴起,越来越多玩家将将其视为自己的“娃”精心呵护,为它穿上“娃衣”、拍摄写真、带出街,甚至进行“整容”,催生出了一条蓬勃发展的“养娃”产业链。

■新快报记者 张晓茵



■泡泡玛特门店拍摄的LABUBU系列产品。新华社发



▲泡泡玛特门店的LABUBU玩偶。
新华社发

链接

从“晒娃”“养娃”到“用娃搞钱”
LABUBU 玩偶
兴起出租潮

近期 LABUBU “结婚照”在社交平台走红,不少网友分享了携带 LABUBU 一同领证的照片。记者从闲鱼一位店家处获悉,其 LABUBU 玩偶三天起租,若需用婚纱,则加收 50 元。

随着 LABUBU 热度持续攀升,黄牛加价抢购的现象愈发频繁,普通消费者“抢娃”难度大大增加。在购买门槛和二手市场价格双双走高的背景下,也有玩家嗅到了商机,开始将手中的 LABUBU 对外出租,满足有需求人群的临时使用。

记者在闲鱼平台搜索“LABUBU 出租”“拉布布出租”等关键词后发现,不少卖家在提供 LABUBU 实体玩偶租赁服务。其中,“LABUBU 一代 time to chill”日租价格 30 元,押金 500 元左右;而 ZIMOMO 大天使大首领日租价格在 50 至 80 元不等,押金多在四位数。

一名在闲鱼出租 LABUBU 的卖家表示:“LABUBU 作为近期大火潮玩单品,适合拍照出片,租客多为准备聚会或拍摄社交平台照片、短视频等,相比高价费心购买,租赁能降低尝鲜成本。”从使用场景来看,租赁 LABUBU 的人多将其用于旅游、婚礼、生日等特定活动。为满足不同需求,部分卖家还提供配套“娃衣”一同出租。

闲鱼数据显示,6 月以来,LABUBU 相关商品的搜索量较 5 月翻了 10 倍,LABUBU 租赁的成交量也比 5 月翻一番。“租娃经济”正逐渐成为年轻人表达个性和社交互动的新方式。



新职业 LABUBU“改娃师”月入可过万

在玩家们创造力的不断提升下,单靠娃衣和配件的“养娃”方式已难以满足一些人的个性化需求,LABUBU“改娃”风潮应运而生,玩家通过修剪、缝补、手绘、喷漆,甚至打磨、雕刻等方式,对 LABUBU 进行“整容”。

最出圈的案例是一位外国玩家为 LABUBU 做了“丰臀手术”。该玩家通过收紧 LABUBU 两侧臀部特定区域毛绒,塑造出圆翘臀型,引发中外网友争相模仿。此外,还有玩家通过镶牙、美瞳、化妆、加装可动骨架等手法,将 LABUBU 改造成小浣熊、小猫咪甚至其他动漫形象。据灰豚数据,在截至 6 月 12 日的近 7 天内,小红书“LABUBU 改娃”话题浏览量达 270 万,较上一周期增长了 353%。

记者注意到,想要自行 DIY 改娃的玩家,可以在网上购买包含配件和详细教程的“改娃材料包”;而

动手能力不足的玩家,还能付费委托“改娃师”完成改造。

从闲鱼平台行情来看,大多数“改娃师”单改造收费在 300 元左右,若包含 LABUBU 本体价格则在 500 元以上,由于市场需求旺盛,许多“改娃师”的页面都注明需要“排单”。

小梦(化名)是一位 LABUBU “改娃师”,目前她主要提供两类改娃服务,一类是她自主设计的创意设计,客户可直接下单定制;另一类则是完全定制化的专属服务。“客户若希望打造一只专属形象的 LABUBU,从布料挑选到妆容细节,都要反复沟通确认。整个过程费时费力,因此这类定制的价格也会相对更高。”

目前,小梦的专属定制订单已排单到了明年。“今年不接专属定制新单了,只接现有的造型。”她透露,依靠 LABUBU 改娃订单,她的月收入可达五位数。

新市场 配件成潮玩产业活力增长点

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜认为,年轻人热衷“养 LABUBU”,本质上是将 LABUBU 作为情感寄托。“他们在打扮 LABUBU 时投入了创意、金钱和时间,从中获得了情感满足与精神慰藉。”同时,装扮后的 LABUBU 也成为社交货币,消费者通过分享展示,表达个性和品位,也满足了“晒娃”心理。

柏文喜指出,围绕“LABUBU”衍生出的配件市场,正成为潮玩产业中最具活力的增长点之一。消费者对独特设计和个性化定制的需求增加,推动了娃衣和配饰产品的不断创新。“不仅国内市场需求旺盛,海外消费者对潮玩周边产品的兴趣也在迅速增长,这为国内商家开拓出口和跨境销售带来了新机遇。”

他同时提醒,市场快速发展的背后潜藏着不可忽视的风险。一方面,配件领域大量商家涌入,竞争日益激烈,同质化问题日趋突出。一些企业可能通过压缩成本、抄袭等手段参与竞争,损害消费者体验。另一方面,“改娃”业务因个性化程度较高,改造效果可能与预期存在差异,容易引发纠纷和退换货。此外,若改娃师未经授权就将 LABUBU 改造成其他 IP 形象,可能涉嫌侵权,从业者需加强合规意识,确保合法经营。

新玩法

卖宠物衣服的也来卖娃衣了

尖耳朵、尖牙齿、大眼睛……作为潮玩圈的顶流 IP,“丑萌”精灵 LABUBU 自 2023 年爆火以来,在全球掀起了抢购热潮。泡泡玛特 2024 年财报显示,LABUBU 所在的 THE MONSTERS 系列营收达 30.41 亿元,同比暴增 726.6%,占到了集团总营收的 23.3%,成为集团增长最快的品类。

人气攀升下,越来越多的年轻人不再满足于单纯收藏 LABUBU,而是将其当作自己的“娃”来养。社交平台上,“带娃出街打卡”成风,不少玩家还为 LABUBU 精心搭配了“娃衣”。网友小克(化名)为自己的 LABUBU 配上了小帽子、小挎包和小眼镜,“自己不穿新衣服也要给宝宝们买。”

在淘宝、拼多多等电商平台上,LABUBU 娃衣迅速发展为了继潮玩本体之外的又一热销品类。娃衣风格多样,涵盖街头潮流、复古经典、萌趣可爱等,价格普遍在几元到几十元之间。在拼多多某店铺,一款适配 17cm LABUBU 的垂耳兔娃衣(含头套和背带裤),售价 15.9 元,销量已突破 3000 件,评论区“晒娃”热情高涨。

记者注意到,不少售卖 LABUBU 娃衣的店铺并非专业娃衣店,有些店铺原本主营宠物服饰,有的还在销售卡牌收藏册、谷子保护套等产品。如今各路店家纷纷“跨界”入局,反映出了这一细分市场的火爆程度。

在潮玩“养娃经济”的推动下,LABUBU 的家长们不仅拥有丰富的娃衣选择,可购买的实用配件种类也日益丰富,包括能挂在包上、防止 LABUBU 刮花和积尘的专用保护套,可令 LABUBU 站立的专用支架,以及能够固定在汽车空调出风口、方便携带和展示 LABUBU 的迷你车载座椅等。

有商家透露,这类玩偶车载座椅产品其实早已有之,起初市场关注度较低,但随着 LABUBU 的走红,需求逐渐攀升,越来越多商家干脆直接标注为 LABUBU 座椅,借此吸引消费者眼球。



■顾客在泡泡玛特门店购物。新华社发