

青年报

服务大都会最活跃人群
YOUTH DAILY

总第13348期

2025年6月29日 星期日
乙巳年六月初五
今日8版
新闻热线:61173737

真诚地为生活着的人们服务

生活周刊 LIFE WEEKLY

源自1925年·第2067期

02-03

为热爱付费的“孩子气”
Labubu 火热背后的心理学与消费观

从心理学和经济学角度观察，Labubu 的走红自有其道理——既是当下“Kidult”风潮的缩影，也是“为热爱付费”的鲜活范本。

04-05

Labubu 的进博之旅
一只中国小怪兽的全球征途与打假之战

从无人问津的“丑玩具”到全球疯抢的社交硬通货，Labubu 的进博之旅见证了中国潮玩 IP 的崛起，也映射出创新与仿冒的激烈博弈。

06-07

中国 IP “寒武纪大爆发”
Labubu 是不是那只“三叶虫”

中国 IP 产业近年来的井喷式发展——从传统文化 IP 的复兴到原创 IP 的崛起，呈现“物种多样性”和生态繁荣。中国 IP 产业正经历从“量变”到“质变”的转折点，技术革新、文化自信与市场需求共同推动了这场“大爆发”。



Hi, 原来你也在这里!
欢迎关注青年报·青春上海
微信公众号



Labubu, 一个全球通用符号的诞生

【文/青年报记者 唐骋华 图/青年报记者 吴恺】

当泰国新娘将 Labubu 玩偶代替捧花抛向人群，当西班牙青年为斗牛士款彻夜排队，当纽约投行精英用“吸血鬼 Labubu”对抗工作压力——这个中国原创的潮玩形象，正悄然融入全球多元文化的日常肌理。值得一提的是，其全球破圈密码并非强势输出特定符号，而在于主动融合多元基因，成为各地年轻人投射情感、表达自我的通用符号。

Labubu 的设计本身就是文化交融的结果。北欧精灵尖耳、东方志怪“丑萌”神韵、非洲图腾般的线条感……这些元素被解构重组，形成超越地域的审美语言。它摒弃了龙纹、樱花等单一标签，用异色瞳孔传递神秘、九颗尖牙暗喻叛逆、圆润身形达成治愈。这种“混血美学”模糊了文化边界，却牵连起情感共鸣。欧美青年从中看到哥特朋克，东南亚用户联想到本土精怪，日本消费者着迷其“矛盾萌”。它不解释文化，却让不同背景者找到情感锚点。

换言之，Labubu 并不生硬地宣讲“中国故事”，而是融入当地语境。在新加坡，它戴上鱼尾狮冠冕化身港湾守护者；在西班牙，它披上弗拉明戈斗篷成为勇气象征；在巴黎，它与蒙娜丽莎并肩执笔致敬艺术。这些设计将 IP 核心精神与本土文化深度绑定，使其从“中国玩具”蜕变为承载本土叙事的新载体，甚至被泰国官方授予“神奇泰国体验官”称号。

驱动 Labubu 融入全球生活的背景，是 Z 世代主导的开放式文化共创。不难发现，各地用户在对 Labubu 的“二创”中既注入本土元素，又守护 IP 核心特征（尖耳、异瞳），形成“全球基因+在地表达”的共生体。超七成海外消费者参与共创，其认同逻辑已从“这是中国设计”转向“这是我的 Labubu”，文化归属在参与中自然生长。

事实证明，当创作能激发全球参与、承载多元表达，它便升华为文明对话的桥梁。Labubu 不属于任何一种特定文化，也正因此，它属于所有文化。Labubu 海外复购率远超行业均值 36%，便印证了其跨越文化的强黏性。

从东莞代工厂到世界舞台，Labubu 编织了一张由混血设计、在地叙事、全民共创构成的融合之网。它表明，最高明的文化抵达不是单向输出答案，而是铺展画布，邀请各色人等共绘多元图景。当那只被抛向空中的 Labubu 被不同肤色的手争相接住，中国潮玩完成了最动人的浸润——它跳动在全球生活的脉搏里，成为连接人类情感的密钥。