



# LABUBU 一娃难求！

## 潮玩圈再掀狂热风暴，二手市场溢价严重引深思

**现象级火爆**

**一娃难求**

**争议与思考**

近日，潮玩圈再掀抢购狂潮，拉萨仅有的两家泡泡玛特门店中，LABUBU（拉布布）系列全线缺货，部分热门款在二手交易平台价格翻倍，玩家无奈调侃：“高原也难逃抢娃大战！”作为泡泡玛特的头部IP，LABUBU凭借独特的“丑萌”风格和国内外明星的“带货”，长期占据潮玩销量榜首，此前已在北上广深等一线城市多次出现断货。此次缺货现象蔓延至拉萨，再次印证了其火爆程度。从线上秒售罄到线下排长队，从黄牛高价倒卖到玩家自发“换娃”，这场抢购热潮已超越消费行为本身，更成为Z世代圈层文化的缩影。

文/图 记者 张琳

### LABUBU为何成为潮玩界顶流？

LABUBU是由泡泡玛特携手香港艺术家龙家升共同打造的虚构角色盲盒，其设计灵感源自精灵概念。该角色标志性的9颗小獠牙、直立的耳朵、露出“萌贱”的表情，加上天性善良的设计，俘获了无数潮玩爱好者的心。其又“萌”又“拽”“不好惹”的气质形象，与当代年轻人的自我认同紧密相连。今年4月底至5月初，LABUBU仿佛一夜火爆全网，至今在各大二手网络平台，价格仍不断上涨，不少款式已经比原价高出3倍。

其实，LABUBU的爆火并非一蹴而就。2015年，LABUBU作为龙家升创作的《THE MONSTERS》精灵天团成员首次亮相，最初只是艺术家绘本中的插画角色，主角是乐于助人的小女孩LABUBU，还有首领Zimomo、恋人Tycoco、同伴Mokoko、好友Pippo等角色。在艺术家龙家升的笔下，这些森林精灵分别被赋予了不同的角色灵魂，让人爱不释手。

### 消费者熬夜抢购，黄牛趁机炒作

记者调查发现，LABUBU心动马卡龙系列、LABUBU坐坐排队系列、LABUBU前方高能系列等近期火爆的热门款盲盒价格翻涨近3倍，仍被秒空，消费者戏称“买到堪比中彩票”。拉萨仅有的2家线下门店，更是处于缺货状态，且具体补货时间无法确定。“官网和线下门店是长期缺货的状态，我只能每天晚上按时打开出售LABUBU玩偶的私人博主直播间，坐等开售。”潮玩爱好者小岳告诉记者，“现在原价99元一个的LABUBU盲盒已经在各直播间被炒到了280元左右的价格，颜色百搭的款式已经卖到了300多元一个，哪怕是这样，在开售的一瞬间，也会被秒空，真的很难抢到。”

6月4日，记者通过某平台购买了一款原价399元、标价719元的LABUBU TIME TO CHILL毛绒公仔，截至6月14日，这款公仔“身价”上涨至1041元，且价格仍呈上涨趋势。LABUBU玩偶不断涨价的背后，到底是物以稀为贵，还是饥饿营销下的泡沫狂欢？记者在抖音、闲鱼、得物等二手交易平台上发现，原价仅99元的LABUBU玩偶价格已被黄牛疯狂哄抬至300元左右，部分热门款式溢价高达5至10倍，甚至出现“隐藏款”标价近万元的离谱现象。更夸张的是，泡泡玛特官方商城每次补货时，几乎在“到货提醒”推送发出后的1秒内，商品页面就会显示“售罄”，普通玩家根本来不及下单。

“官网缺货、门店缺货，但二手交易平台每天都在出售正品LABUBU玩偶”这一奇怪现象的背后，实则是黄牛的科技围猎。他们可通过抢手开设的外挂系统，同时操控多台手机，利用自动点击工具、连点器等工具在平台不断刷新抢购，这些工具可以帮助黄牛在毫秒之间完成购买操作，从而抢到大量的LABUBU产品。此外，黄牛还会利用补货监控群来获取最新的补货信息。

记者通过某平台的以“泡泡玛特补货通知”为主题做讲解的直播间，扫码进入补货通知群，群内的确有管理员负责通知门店补货信息。黄牛在收到补货消息后，会立即利用“科技”进行抢购，然后再将抢到的商品以高价卖出。这场疯狂的抢购游戏，让真心喜爱LABUBU的玩家苦不堪言，也让潮玩市场的投机乱象再度引发热议。

### 饥饿营销是把双刃剑？

持续的断货让LABUBU的身价水涨船高，多款LABUBU盲盒在二手市场的溢价高达2倍以上。在得物上，原价159元一个的THE MONSTERS 象棋大冒险系列售价已高达354元。原价1299元的THE MONSTERS ANGEL IN CLOUDS 大天使潮流公仔已涨价至2801元。6月10日，在永乐2025春季拍卖会上，一款初代藏品级薄荷色的LABUBU（全球唯一一只）以108万元的价格拍卖成交，另一款全球限量15版的棕色LABUBU以82万元成交。网友警示：“一旦IP热度消退，泡沫破裂速度将远超传统收藏品！”

值得关注的是，部分人将LABUBU视为“潮玩理财产品”，通过囤货炒价人为制造虚假繁荣。这种过度

炒作，最终伤害的是真正的收藏爱好者。

近期，LABUBU的爆火和“难抢”一度引发争议。面对争议，泡泡玛特虽推出“实名限购”的措施，但效果有限。不少网友呼吁，潮玩IP需在稀缺性与用户信任间找到平衡，否则可能重蹈“泡沫化”覆辙。尽管如此，LABUBU的现象仍折射出中国潮玩市场的巨大潜力。据相关数据预测，预计2027年，中国潮玩市场规模将达1300亿元，这一增长现象折射出Z世代消费观念的深刻变革，年轻消费者已从实用主义转向情感消费，他们更青睐能够彰显自我、提供情感慰藉的“精神寄托型”产品。但如何让“热爱”不被“炒作”绑架，仍是该行业长远发展的关键命题。





某交易平台原价594元的LABUBU盲盒溢价至1900余元。