

中国潮玩: 走红泰国 “圈粉”无数



7月5日,在泰国曼谷的泡泡玛特新店内,一名女子在拉布布玩偶前自拍。



7月5日,泰国民众在曼谷排队等待购买拉布布主题产品。



7月1日,拉布布人偶亮相泰国曼谷素万那普机场。

新华社曼谷7月11日电(记者高博 陈家宝 鲁畅)“拉布布、拉布布、拉布布……”当潮流玩具拉布布人偶亮相泰国曼谷素万那普机场时,前来“接机”的粉丝们顿时沸腾起来,喊起了口号,唱起了主题曲。

7月1日,泰国国家旅游局为中国潮玩品牌泡泡玛特旗下的拉布布在素万那普机场举行欢迎仪式,并授予其“神奇泰国体验官”称号。拉布布开启泰国之旅,在近一周时间里,“打卡”了大王宫、玉佛寺、暹罗广场和伦披尼拳击馆等曼谷知名地标,这也是泰国官方首次授予潮玩IP形象如此高级别的称号。

拉布布是泡泡玛特签约艺术家龙家升创作的北欧森林精灵形象,有9颗牙齿、尖耳直立,其可爱形象颇受消费者青睐,迅速成为泰国潮玩的顶流。

25岁的差甲蓬是在素万那普机场“接机”粉丝中的一员,有数百只拉布布玩偶。他兴奋地告诉记者:“拉布布的形象非常可爱,泰国人喜欢收藏玩偶,会选择购买自己幸运颜色的拉布布,或将其作为生日礼物送给朋友。”

泰国旅游和体育部部长盛沙·蓬帕尼表示,泰国政府希望以塑造正面的旅游形象来拉动旅游市场增长。拉布布IP释放出强劲的全球影响,泰方选择拉布布作为“神奇泰国体验官”,就是希望它能成为促进泰中潮流文化互动的重要纽带。

7月5日,泡泡玛特拉布布IP主题店在曼谷开业,这是泡泡玛特自去年下半年进军泰国市场以来开设的第六家线下门店。开业首日,拉布布IP主题店营



7月5日,人们在泰国曼谷的泡泡玛特新店内结账。

业额便创造其海外门店单日销售纪录。

比娅瓦迪是一名拉布布粉丝,她告诉记者,目前,拉布布产品在泰国经常是一上架就秒空,不少粉丝为了能买到拉布布,在线下门店连夜排队,甚至还托一些去中国旅游的朋友代购回来。

在比娅瓦迪看来,拉布布这类潮玩除了可爱,还能够提供正面的情绪价值。“我周围不少朋友会把拉布布带到办公室的工位,当工作压力大的时候,看到拉布布,同它诉说一下,就会觉得释放了很多。”

泡泡玛特国际集团副总裁陈晓芸表示,潮玩的发展为玩具行业注入了新的文化附加值,它已经超出了

传统玩具的使用功能,被赋予艺术、社交、收藏等功能,带来更多情绪价值和艺术属性。

“作为深受两国年轻人喜爱的潮玩品牌,泡泡玛特希望通过潮玩,搭建友谊桥梁,积极促进中泰潮流文化互动,让潮玩IP承接更多促进文化交流的重要使命。”陈晓芸说。

不仅泡泡玛特旗下的拉布布,中国潮玩品牌52TOYS自去年12月在泰国开设门店以来,同样取得了不错的销售业绩,其招财胖虎、胖哒幼熊猫等形象颇受消费者喜爱。

泡泡玛特、52TOYS等中国潮玩品牌在海外走红,是中国潮玩在全球影响力跃升的重要体现,彰显了中国玩具行业近年来在设计和创意方面越来越富有创造力的特点。

在潮玩中融入更多当地文化也能有效提高新商品的市场接纳度和品牌知名度。在泰国市场,泡泡玛特与泰国艺术家莫莉的合作是一大亮点,与其合作推出的哭娃娃偶深受泰国消费者喜爱。

泡泡玛特正将潮玩IP文化带到更多国家和地区,其全球化业务版图不断扩大。以东南亚为例,泡泡玛特已在新加坡、马来西亚、越南、泰国开设线下门店,今后还将布局印度尼西亚、菲律宾。

泡泡玛特国际业务总裁文德一表示,泡泡玛特希望帮助各国艺术家孵化他们的IP,并把这些IP孵化成当地顶流,努力把把这些IP从当地带到全世界。

(本版图片均由新华社记者孙玮彤摄)

遵守交通规则 请各行其道

