

# “年轻人的茅台”LABUBU席卷全球

今年以来,来自中国的泡泡玛特实现了海外市场的爆发式增长以及股价的一路飙升。5月27日,泡泡玛特大涨5.42%,股价再创历史新高,每股报233.2港元,总市值3132亿港元。6月2日,虽然股价有所回落,但还是稳定在220港元左右,今年股价已上涨超过150%。

泡泡玛特股价飙升背后,LABUBU(泡泡玛特人气IP)正横扫全球。泡泡玛特海外线下门店数量增长迅速,并落地多个海外知名地标:法国巴黎的卢浮宫、英国伦敦牛津街、美国圣地亚哥、新加坡商业地标FUNAN商场、曼谷最大的购物中心MEGA BANGNA等。

据媒体报道,有资深玩家表示:“LABUBU就是年轻人的茅台——不见得自己喝,但你一定要抢,抢到了心情愉悦,不想要还能高价转卖。”

## “买LABUBU堪比理财”

LABUBU这个潮玩界的超级IP已经不能用火爆来形容,而是“火得一塌糊涂”。

据橙柿新闻报道,杭州的“谷子玩家”(指潮玩收藏者)Ayo说:“LABUBU太火爆了,预约都买不到,要抽签或者加价买。”

记者发现,泡泡玛特LABUBU系列的价格因版本和稀缺程度价格会有所不同,基础款的盲盒售价通常为99元,整盒(含多个盲盒)价格可能在850元左右。

不过,一些联名或限量款的玩偶叫价极高,比如2024年初泡泡玛特推出的LABUBU VANS联名款,是全球限量款,该款玩偶原价599元,当时一些玩家在玩偶上市之初可以加价200元左右拿下。不过,到了现在,潮玩交易平台千岛App显示,LABUBU VANS联名款二手成交价已经破1万元,部分甚至要价超过1.5万元。这也难怪一些LABUBU的谷子玩家称:“买LABUBU堪比理财。”

阿荷是一名资深娃圈玩家,在LABUBU还未火爆之时,他就已经开始收集LABUBU,到目前为止,他几乎集齐了所有的LABUBU款产品,在家里堆满了一面墙。“我就是个人爱好,LABUBU火爆之前都是正常价格购买,比如几十元到上百元,但LABUBU火爆全球后,很多款都断货,我也只能靠加价去各个渠道购买,集齐所有款(包括隐藏款)的LABUBU,我大概花费了20万元。”阿荷对记者表示。

更为夸张的是,泡泡玛特的这一拳头IP并非有价无市,根据Meritoo数据库,4月份泡泡玛特通过在线电商平台(包括天猫、京东、抖音)的销售同比增长287%,其中天猫、京东、抖音分别增长156%、66%、457%。国内线下同店销售增长明显加速,增长50%(相比2025年第一季度增长23%)。

## 海外市场备受追捧

在海外市场LABUBU也非常火爆。自流行音乐界蕾哈娜等一众明星在社交媒体上晒出自己的“LABUBU”后,5月22日,足球名宿贝克汉姆也在社交媒体上晒出了女儿送自己的“LABUBU”玩偶,并将其挂在背包上。

这一分享迅速在全球社交媒体上引发关注,让LABUBU火热得更彻底。

据追风交易平台消息,美银美林研究报告指出,泡泡玛特的LABUBU 3.0系列已经在全球范围内走红,4月美国及欧洲市场销售同比增长约8倍和5倍,多数零售店前出现大量排队购买的场景。

更重要的是,LABUBU在时尚领域的影响力正在提升,越来越多的名人及KOL(关键意见领袖)将其作为装饰物,泡泡玛特美国Tik Tok粉丝数也从3月的43.12万增至72.29万(增长68%),4月在Tik Tok零售销售方面排名第一。

北京时间4月24日,新系列“前方高能”的LABUBU盲盒在全球的线上线下门店开始陆续发售。现居住在日本的美国人格雷戈里·纳尔瓦扎对记者表示:“新款盲盒刚在日本泡泡玛特官方平台上线2分钟就全部卖完了,后来我只能到其他(与官方合作的)经销商那里买,最后成功抢到了一整盒(6个盲盒)。”

远在美国的姆里尤也没能成功在线上买到“前方高能”的新品LABUBU。姆里尤从去年开始渐渐了解和迷恋泡泡玛特,并做起了泡泡玛特开箱博主,她发布的相关盲盒视频最高拥有100多万的播放量。

“前方高能”系列上线后,由于新品会于开业当天在线下门店开售,姆里尤为了在线下能抢到新品,提前一天搭乘公交从曼彻斯特到达伦敦,在剑桥的泡泡玛特门店开始“夜排”。

姆里尤对记者表示,她是头天22时左右到达伦



位于万象汇的泡泡玛特专柜。记者 王瑶 摄

敦的。那些看到她的人都非常惊讶,居然有人这么早就来了。姆里尤在视频发布页写道:“虽然在春末的剑桥街头冻得瑟瑟发抖,但能够买到最新发售的LABUBU系列,我想说这一切都是值得的。”

## 中国潮玩产业将成千亿元级产业

潮玩产业作为中国文化出海的新现象,其营收增长迅速。潮玩产业与传统玩具产业不同,它更注重社交化、礼品化,以及背后的文化价值,社交和情绪价值是其快速增长的关键因素。

中国社会科学院财经战略研究院主任李勇坚表示,潮玩产业在中国的发展非常迅速,不仅在内地市场表现强劲,而且在海外市场也取得成功,预计至2026年,中国的潮玩产业将达到1000亿元人民币的规模,成为千亿元级产业。

艾媒咨询CEO张毅博士对记者表示,泡泡玛特在海外市场的成功能给其他中国企业出海带来启发,其主要的成功秘诀是将中国的IP创意与东道国文化习惯充分结合,并且主张线上和线下渠道的同时推进。对于其未来发展,张毅提醒,需要对供应链条的风险进行有效管理,并且保持不断创新的精神,适应全球消费者口味的快速变化。

据媒体报道,今年1月在“企业家之夜”活动现

场,泡泡玛特的CEO王宁发言称:“以前总说我们想要去学习迪士尼这样一家IP的企业,能够成为中国的迪士尼,但是慢慢地我们也希望我们不再说成为中国的迪士尼,希望有一天我们能成为世界的泡泡玛特。”

张毅认为,泡泡玛特在海外市场的成功表明,中国文创出海需要融入当地文化特色,同时高举中国的文化吸引力。泡泡玛特此前一直强调“入乡随俗”,比如其在日本推出过招财猫手办,在加拿大推出过枫叶款手办。当LABUBU进入泰国市场后,很多玩家争相购买“泰国校服款”玩偶衣服,给自己手上的LABUBU换装。

同时,张毅还表示,泡泡玛特不仅在海外社交平台上拥有强大的线上影响力,同时还以很高的速度扩张海外门店。这种线下实体店快速铺设,更能将线上的影响力转换为强大的消费者购买力。

今年以来,在零食、茶饮、动漫等赛道都涌现出大批消费股。张毅指出,要想长期在海内外的市场竞争中立于不败之地,泡泡玛特等中国企业还有很长的路要走。随着泡泡玛特门店数量快速提升,后续一定要在供应链管理上下足功夫,“毕竟原材料短缺、价格波动,物料生产周期的延长以及物流配送这些问题,都有可能影响到企业的发展。”

据《成都商报》作者:郑直

# “零公里二手车”泛滥,行业畸形“内卷”何时休?

“近年来,汽车市场出现一种名为‘零公里二手车’的怪象:新车刚完成上牌注册,就以二手车的名义重新流入市场。二手车平台上销售这类车辆的商家多达三四千家。”近日,长城汽车董事长魏建军公开痛批行业过度“内卷”背后的畸形竞争现状,并直指“零公里二手车”会扰乱市场秩序。

## “内卷”滋生乱象

所谓“零公里二手车”,通常是指那些已经完成车辆登记手续,名义上属于“二手车”,但实际行驶里程极低甚至为零的车辆。

这类车辆通常由于特殊原因未真正投入使用,就被转手出售,因此保留了近乎新车的状态。这种情况常见于4S店,如试驾、展车等,有部分消费者购车后因突发情况立即转手的车辆,也被业界视作“零公里二手车”。

不过,近年来,有车企和经销商将新车注册上牌,计入“已售”数据,随后通过二手车商低价转卖。这种操作,既能让车企快速处理积压库存、回笼资金,又能通过虚假销售数据向资本市场营造“热销”假象。

魏建军表示,“零公里二手车”是一种怪象,看似已售出,实际又回到二手车商手中。他指出,出现这种现象,主要是因为汽车市场竞争激烈,厂家和经销商为缓解库存压力、回笼资金,将库存较久的新车注册为二手车出售;部分主机厂为营造“热销假象”,也会故意让新车下生产线就上牌,流入二手车市场。

记者查看了某二手车平台的网站,目前登记在册的不足1万公里的车辆约有7000辆,其中多数车的公里数不到1000公里,这当中既包含了捷豹、大众、现代、本田、特斯拉等合资和外资品牌,也包括比亚迪、红旗、长安、奔腾、荣威等自主车型,产品涵盖了纯电、混动和燃油等各种动力形式。

业界人士普遍认为,“零公里二手车”大面积出现,映射的是行业过度“内卷”背后的畸形竞争。

## 伤害了谁?

“零公里二手车”流入市场会带来哪些利弊?目前业内还没有明确的共识。但从售价上来看,“零公里二手车”普遍比新车便宜10%—30%。

有不少专家提示,对于消费者而言,购买“零公里二手车”,看似占了便宜,实则有很多隐藏风险。

“这类车型虽然标榜‘新车’,但是部分车辆实际是积压已久的库存车,部件会存在老化风险,甚至不排除一些商家会通过篡改里程表、翻新事故痕迹等措施,掩盖真实车况。对于消费者而言,购买‘零公里二手车’,首先要确认车辆是不是营运车,避免影响后续使用。”一位汽车经销从业者向记者表示,总的来说,购买“零公里二手车”的弊端大于优势,一旦出现问题,消费者维权无门。

上述人士进一步表示,大量“零公里二手车”流入市场,还会间接扰动现有的市场价格体系。

记者从知情人士处了解到,“零公里二手车”不仅在国内市场较为活跃,还逐渐渗透至海外市场。部分车企商将未使用的新车以“平行出口”名义销往海外,既享受二手车出口退税优惠,又规避国内税费成本。

据悉,相比于新车出海,我国二手车出口起步较晚,2019年才正式启动。中国汽车流通协会披露的数据显示,我国二手车出口业务在2019年的出口总量仅为3036辆。

2024年2月,商务部、工信部等五部门联合发布《关于二手车出口有关事项的公告》,对全国所有城市放开二手车出口业务,正式为二手车出口打开窗口。“零公里二手车”也是从这个时间段开始活跃于海外市场。

一位常年活跃在新疆霍尔果斯口岸的二手车商告诉记者,国内的新车以“二手车”名义出口并不是新鲜事,这些车辆从霍尔果斯口岸出关,先运到吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦等关税低的国家,再通过“蚂蚁搬家”的方式分批进入俄罗斯市场。

“我们以前只有做外贸生意的经验,并没有做过汽车出口生意,但公司在哈萨克斯坦等国家的贸易渠道比较稳定,这几年刚好赶上中国汽车的出口潮,就自然而然做起了‘零公里二手车’的出海。”上述人士向记者表示,这种“蚂蚁搬家”的模式虽然量不大,但是利润高。

不过,上述人士也强调,“零公里二手车”出海虽然是蓝海市场,但是可以预见它的窗口期很短,未来一定会有监管规范这个细分市场。

据不完全统计,仅2023年出口到海外的二手车中,就有超过60%的车辆为“零公里二手车”,其中不乏一些新能源汽车。

此前,理想汽车创始人、董事长李想也证实了已有部分理想汽车旗下的车型,被以“平行出口”的方式卖到中东、俄罗斯、哈萨克斯坦等国家或地区。据悉,这些零公里二手理想汽车在海外市场发展火爆,部分国家要加价十几万元。

对于这种出口模式,李想特别强调,这是私人“平行出口”,是由非厂家授权经销商主导的行为,目前理想汽车对这种模式没有限制。

一位生活在俄罗斯圣彼得堡的汽车销售告诉记者,目前这种“零公里二手车”在俄罗斯市场比较受欢迎,当地的销售渠道很广,有个人在购买,也有经销商在采购,长安、奇瑞、理想、极氪等品牌的车型都比较紧俏。

## 如何加强监管?

虽然目前“零公里二手车”的总体规模并不

大,但市场担忧已经悄然泛起。业内人士认为,越来越多的车企把新车以“二手车”名义销售,它所完成的不只是一次简单的交易,而是一次对财务报表的修饰。

中国汽车流通协会专家委员会成员李颜伟认为,“零公里二手车”牵涉着车企的业务和财务问题。

“‘零公里二手车’,国内汽车公司做得比较多,月末或者季度末完成任务有问题的时候,批发给供应链金融公司或二手车商,然后再进入二手车市场,主要是涉及上市公司财务造假,在美股市场,这是很严重的财务造假行为,美国SEC对涉事公司会进行罚款,高管也会被处罚。”李颜伟表示,目前国内还缺乏这种管理措施。对此,建议商务部联合证监会一同治理,参考美国证券机构对上市公司的管理,来处理这种财务不端行为。

“这并不意味着监管部门要具体管到‘零公里二手车’这种产品本身,而是要限制车企有意做这种事情,从而达到治理‘零公里二手车’这种提前确认销售和业绩的不正当行为。”李颜伟进一步表示。

近期,一份红头文件在网络上盛传。文件显示,商务部召集比亚迪、东风集团、瓜子二手车等企业及行业组织,共同就“零公里二手车”相关问题进行专题研讨。其中参会机构包括中国汽车工业协会后市场分会、中国汽车流通协会、中国汽车技术研究中心。

尽管此次会议并未对外公开,但会议通知中明确指出,研讨内容包括“以‘零公里二手车’名义进入市场的车辆流通问题”,以及“进一步推动二手车流通消费、实现高质量发展”的相关路径与规范措施。

业内人士判断,可以预见未来围绕着“零公里二手车”的监管会越来越清晰,二手车的流通过程也会日趋规范。

据《证券时报》作者:韩忠楠

## 高新区火炬路施工通告

因青岛高新区火炬路(宝源路路口至华东路路口)公交港湾车站及新建出入口施工占路,自2025年6月9日至6月28日,该路段实施西向东方向最右侧车道部分区域及人行道封闭施工,过往车辆请减速慢行。

因青岛高新区火炬路(华贯路路口至路口以东135米之间路段)中央绿化带改造施工占路,自2025年6月17日至7月30日,该路段实施东向西方向最左侧车道封闭施工,过往车辆请减速慢行。

因青岛高新区火炬路(华贯路路口至路口以西132米之间路段)中央绿化带改造施工占路,自2025年6月17日至7月30日,该路段实施西向东方向最左侧车道封闭施工,过往车辆请减速慢行。

施工期间带来不便,敬请谅解。  
特此通告  
青岛市公安局交通警察支队高新区大队  
2025年6月4日

## 公告

青島亨利房屋修繕工程有限公司:  
因你單位涉嫌拖欠職工工資,未規定期限內到青島市黃島區人力資源和社會保障局接受調查詢問,我局依法作出青黃人社監字[2025]第21777-2號《勞動保障監察責令改正決定書》。因無法通過直接、郵寄等方式向你單位送達,現依法向你單位公告送達,自本公告發布之日起經過30日即視為送達。如不服本責令改正決定,可在收到本責令改正決定書之日起60日內申請行政復議或在六個月內提起行政訴訟,但不得停止履行本決定。特此公告。  
聯系地址:青島市黃島區水凈山路188號;聯系人:尹忠校、賀文偉;聯系電話:0532-85162195。  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日

## 公告

青島美誠置業有限公司、青島馬嘉電工貿易有限公司:  
本委已受理楊向軍與你公司勞動爭議一案(青黃勞人仲案字[2024]第24236號)。因向你公司直接、郵寄送達相關文書不成,故依法向你公司公告送達《應訴、開庭通知書》《申請書副本》等法律文書,自本公告發布之日起經過30日即視為送達。本委定於2025年7月31日9時30分開庭審理此案,地址為青島市黃島區雙珠路1688號隱珠街道便民中心南門306-1室青島市黃島區勞動人事爭議仲裁院。請准時到庭參加庭審,否則本委將依法缺席裁決。  
特此公告  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日

## 公告

尤松海:  
本委已受理你與青島海力浩建築工程有限公司、中鐵建工集團有限公司農工工資一案(青黃勞人仲案字[2025]第21484號)。因向你直接、郵寄送達相關文書不成,故依法向你公告送達《受理、開庭通知書》等法律文書,自本公告發布之日起經過30日即視為送達。本委定於2025年7月8日14時00分開庭審理此案,地址為青島市黃島區雙珠路1688號隱珠街道便民中心南門209-1室青島市黃島區勞動人事爭議仲裁院。請准時到庭參加庭審,否則本委將依法缺席裁決。  
特此公告  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日

## 公告

青島萬福久丰建築務有限公司:  
本委已受理段海軍與你公司勞動爭議一案(青黃勞人仲案字[2025]第21723號)。因向你公司直接、郵寄送達相關文書不成,故依法向你公司公告送達《應訴、開庭通知書》《申請書副本》等法律文書,自本公告發布之日起經過30日即視為送達。本委定於2025年7月23日9時30分開庭審理此案,地址為青島市黃島區長江中路359號202室。請准時到庭參加庭審,否則本委將依法缺席裁決。  
特此公告  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日

## 公告

黃文玉:  
本委受理的你與青島騰環網絡科技有限公司勞動爭議一案已審理終結。現依法向你公司公告送達青黃勞人仲案字[2025]77號仲裁決定書,請自本公告發布之日起30日內到本委(地址:青島市黃島區玉山路25號101室)領取仲裁決定書,逾期不領取,即視為送達。  
特此公告  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日

## 公告

青島山川新元工程有限公司:  
本委受理的秦春清、孫金生、李秉村與你公司勞動爭議一案已審理終結。現依法向你公司公告送達青黃勞人仲案字[2024]第23368號仲裁決定書,請自本公告發布之日起30日內到本委(地址:青島市黃島區雙珠路1688號306-2室)領取仲裁決定書,逾期不領取,即視為送達。  
特此公告  
青島市黃島區勞動人事爭議仲裁委員會  
2025年6月5日