

“童趣经济”俘获的不止是小朋友



长着9颗尖牙、一对尖耳朵，“诡异又可爱”，拉布布(LABUBU)突然爆火，“童趣经济”以旋风之姿引发关注。过去以儿童消费品为底色的“童趣经济”，在新IP、新概念、新技术赋能下，消费场域及市场外延持续拓展。除传统的儿童用品消费火爆外，越来越多成年人“闯入”童趣消费领域，为怀旧情怀买单，“玩”出消费新热力。

市场火，活力足

6月10日，全球唯一一只薄荷色拉布布在北京举行的永乐2025春季拍卖会上亮相，落槌价达108万元，吸引市场目光。拉布布是我国潮流文化娱乐公司泡泡玛特旗下的原创玩偶，由香港艺术家龙家升从北欧神话中汲取灵感设计而成。2019年，泡泡玛特与龙家升合作，开始销售拉布布玩偶。如今，“拉布布热”席卷全球。

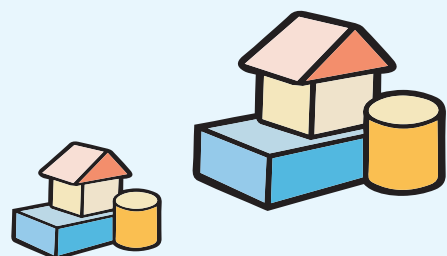
泡泡玛特提供的资料显示，截至去年底，其在全球30多个国家和地区共开设500多家门店，并通过跨境电商平台触达全球90余个国家和地区。今年第一季度财报显示，泡泡玛特海外业务收益同比增长475%至480%。

拉布布火爆出圈，折射出“童趣经济”潜力巨大。“六一”国际儿童节前夕，半月谈记者来到童韵游乐设备(苏州)有限公司，看到车间内一片繁忙景象。经激光切割、喷绘、组装、检测等工序后，一批室内游乐设施设备“走”下生产线。

“我们根据客户的不同需求，设计了非洲探险、星际探索、魔幻马戏秀等不同主题的大型游戏设施，不仅可以开拓儿童视野，还能锻炼孩子们的意志力，得到客户认可。”企业副总经理田野介绍，今年1至4月，企业出口产品货值约2900万元，同比增长43%。

同样火热的景象还出现在好孩子儿童用品有限公司。学步车、儿童推车、儿童自行车……在位于江苏昆山市的好孩子儿童用品有限公司展厅内，各式童车琳琅满目。“我们注重新品研发，每一款产品都有区别于市场同款的创新点。今年以来，完成童车产品出口值9.1亿元，同比增长12%。”企业供应链中心总经理王勇说。

下至小小孩童，上至青壮年甚至老者，“童趣经济”正在构建一个愈加立体的消费场域。中国玩具和婴童用品协会发布的《2025年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，近年来，我国玩具零售总额保持增长，去年国内市场玩具(不含潮玩)零售总额达978.5亿元，同比增长7.9%。



潮流玩偶拉布布(LABUBU)系列 孙玮彤 摄

拓外延，深赋能

新茶饮品牌“茶百道”近期推出与知名动画IP玩具总动员的限定产品，一经上线迅速走红。“茶百道”数据显示，限定饮品上线当天即售出超30万杯。同时，颜值高、可玩性强、有广泛IP影响力的玩具周边也让“成年宝宝”们“疯狂”。

“对小学生来说，也许有些隔阂，但对大学生来说刚刚好。”广州大学生姜晓菲入手“茶百道”与玩具总动员限定周边“三眼仔发声应援棒”，在社交媒体上“晒单”，引发网民围观。半月谈记者在多个社交媒体平台搜索发现，关于“茶百道玩具总动员”的讨论量达数千万。

“童趣经济”进化迭代，如何把握机遇、抢抓风口？要在深入洞察消费需求基础上，强化创新引领，营造健康消费环境，放大“童趣经济”促消费潜力。

孙瑾认为，企业可利用数字化营销和社群等分析家庭、儿童及“大朋友”们的多样化需求，开发更受欢迎的产品。同时，可推动业态融合与消费场景创新，打通“教育+文旅”“数字+阅读”“绿色+体育”“国潮+个性化”等多维应用场景，推动消费方式融合创新。

在“玩具之都”广东汕头澄

海，每年设计开发的玩具超30万款。澄海玩具协会常务副会长黄亮表示，当前玩具产业链呈现技术赋能、文化赋能、跨界合作等特点，未来要继续加强原创IP培育与保护、深化跨界合作与产业融合、提升产品质量与设计水平，为消费者提供更多好产品，推动产业高质量发展。

“童趣经济”中的成人力量不容忽视。营销极客商学院创始人李东阳认为，成年人为了满足自身的怀旧情感、减压需求和童年情结等，力捧潮流、怀旧玩具

将IP与玩具融合，不仅让产品更趋多元，更赋予其收藏、社交属性，不仅吸引小朋友，更让“大朋友”为情绪价值“上头”。中国玩具和婴童用品协会

数据显示，去年我国潮流和收藏玩具零售总额为465.7亿元，潮流和收藏玩具及周边产品零售总额为558.3亿元，这些产品的消费群体主要是成年人。

互动式、体验式“童趣经济”方兴未艾。在第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上，动画片主角猪猪侠走出屏幕，化身“猪猪侠AI毛绒伴侣”，不仅能说会唱，还可以根据用户情绪和性格提供个性化服务。对外经济贸易大学国际商学院教授孙瑾表示，随着未来更多玩具企业应用人工智能技术，玩具产品创新将进一步提速，市场增长潜力也将进一步显现。

抓风口，强创新

的行为已经演变成强劲的消费趋势。企业和商家可抓住这一新风口，在产品、营销推广中注入怀旧元素，重拾和强化共同的记忆符号，激发成年消费者的购买欲望。

眼下，AI技术在童趣消费品中的应用愈加广泛，完善相关标准与监管机制，保障消费安全势在必行。孙瑾认为，在儿童教育中，AI大模型如何在保证准确交互的同时提供高质量内容，需要业界深入探索，相关标准也要尽快完善。

(据《半月谈》)