

泡泡玛特正重塑泰国消费市场的版图

■ 本报记者 张莉 文/图



在泰国曼谷 Central World 商场的泡泡玛特门店前，每天都有年轻人排起长队。不少消费者举着手机直播拆盒的过程，兴奋地展示抽到的拉布布玩偶。这个来自中国的潮玩品牌，正以惊人的速度重塑泰国消费市场的版图。

泡泡玛特3月26日发布的2024年财报显示，其海外及港澳台业务营收50.7亿元，同比激增375.2%。其中，泰国所在的东南亚市场贡献了近半数收入，增速高达619.1%。这场始于中国的潮玩革命，正在用情绪价值重构全球消费逻辑。

创新与本土化双轮驱动

根据泡泡玛特2024年财报，其海外业务已形成东南亚、东亚及港澳台、北

美、欧洲、大洋洲等其他核心区域市场，其中，东南亚市场以24亿元营收成为增长引擎。泰国消费者对毛绒玩具的偏爱尤为突出，该品类在东南亚实现1289%的爆发式增长。

这种消费热情在社交媒体上持续发酵。TikTok平台数据显示，#LabubuThailand话题播放量突破8亿次，泰国网红发布的拆盒视频获赞超百万。许多消费者愿意花高价购买这些玩偶，甚至出现了“黄牛”加价倒卖的现象。国内售价99元的泡泡玛特盲盒，在泰国市场最高被炒到700元，价格翻倍却依然供不应求。

泰国博仁大学创意设计和娱乐技术学院教师威差·乍龙素指出：“Z世代消费者愿意为能引发情感共鸣的商品支付溢价，这

种趋势在社交媒体时代被指数级放大。”

业内人士分析，泡泡玛特的成功离不开其强大的IP运营体系。拉布布以其可爱的形象和丰满的情感设计，满足了消费者的精神消费和情绪消费需求。除了拉布布，泡泡玛特还打造了Molly、Crybaby等多个受欢迎的IP形象，每个形象背后都有独特的故事和主题，能够吸引消费者的兴趣并引发情感共鸣。

泰国清迈大学工商管理学院市场营销专业教师帕贡·加查利认为，近年来，中国潮玩走红，原因在于创新的设计和讲故事的能力。以泡泡玛特为例，旗下IP角色通常背后有故事或特定主题，能吸引消费者的兴趣。

泡泡玛特在泰国市场的拓展中，注重

本土化策略的实施。与泰国艺术家合作推出符合当地文化特色的Crybaby系列，不仅迎合了泰国消费者的审美和文化偏好，还增强了品牌的本土认同感。2024年，泡泡玛特与泰国外交部合作的中泰建交50周年限定款迪莫，将泰式建筑元素与潮玩设计结合，预售首日即售罄5000套。

专家认为，泡泡玛特的本土化运营策略为中国企业出海提供了宝贵的经验。在不同国家和地区，根据当地的文化特色和消费者需求，量身定制产品和营销策略，能够更好地融入当地市场，赢得消费者的认可。这种因地制宜的IP孵化方式，让泡泡玛特在泰国市场更具竞争力。

此外，泡泡玛特还通过举办创新活动和展览，加强在社交媒体上的营销，不断提升品牌的影响力和知名度。正如S2TOYS市场负责人所说：“潮玩作为文化创意产品中的一环，其流通带动了生活方式、流行审美、传统文化等内容的传播。”

“拿捏”情绪价值，解锁商业密码

数据显示，泡泡玛特通过盲盒机制创造的“惊喜经济”，使复购率提升至45%。限量款设计更催生出独特的社交货币属性，在泰国二手交易平台Carousell上，稀有款拉布布溢价高达700%。

在观察到这一现象后，帕贡·加查利表示：“当商品承载了情感叙事，消费者对于价格的敏感度就会有所下降。”

泡泡玛特的成功为中国品牌提供了可复制的模板。S2TOYS市场负责人指出：“泰国消费者不仅关注设计，更看重产品是否能够融入生活场景。”

在渠道创新方面，泡泡玛特通过Shopee和TikTok实现线上突破，而后的渠道增速更是高达5779.8%。线下则是通过快闪店营造稀缺感，如2024年在曼谷举办的拉布布设计师龙家升签售会吸引了2000名粉丝彻夜排队。这种全渠道融合策略，使得品牌在泰国市场的渗透率提升至18%。

“电商渠道的突破主要依靠产品驱动力，其次是泡泡玛特在零售管理层面做了大量精细化的工作。针对天猫、抖音、TikTok以及泡泡玛特官方网站，运营策略

各有不同。”泡泡玛特首席运营官司德称。

数字经济应用实践专家骆仁童总结道，泡泡玛特在数字化时代，通过数字化工具、社交媒体、小程序等多种渠道建立会员经营体系，并结合品牌资源禀赋、渠道经营能力、效率优势等具体情况，创造出让用户惊喜的关键MOT，实现高效的会员运营和用户留存。这一成功经验也可以为更多企业提供借鉴和参考。

“全球IP+本地表达”书写中国品牌出海新范式

在东南亚的年轻群体中，潮玩正在超越产品属性，成为社交和文化的纽带。随着东南亚30岁以下人口占比超过50%，潮玩市场在这片土地迎来黄金发展期。泡泡玛特在泰国的实践证明，当产品从功能载体升华为文化符号，商业价值将获得指数级增长。这种“全球IP+本地表达”的策略，让中国文化以更加柔性的方式“无缝”嵌入泰国社会。

泡泡玛特国际集团副总裁陈晓芸在2025中关村论坛上透露，为支撑全球化扩张，泡泡玛特在越南建立核心生产基地，利用成熟的产业链和劳动力优势，构建起弹性供应链体系，以此保障全球市场的产品供应。

在泰国市场，泡泡玛特深度结合当地文化的同时，利用社交媒体联动KOL预热市场，并针对泰国消费者对毛绒产品的偏好调整产品设计，使得“全球IP+本地表达”的模式效果显著。

泡泡玛特的成功经验带动了中国潮玩品牌集群出海。S2TOYS与泰国7-Eleven推出的联名款咖啡杯，上市首周销量突破10万套；1983在曼谷开设的概念店，将国潮元素与泰式美学结合，日均客流量超2000人次。中国玩具协会数据显示，2024年，中国潮玩品牌在东南亚市场占有率提升至18%，较2020年增长12个百分点。

泡泡玛特在泰国的火爆，不仅是商业上的成功，更是中国文化软实力提升的生动体现。正如其创始人王宁在公司业绩会上所说：“我们贩卖的不是玩具，而是让全球年轻人找到情感共鸣的钥匙。”这场潮玩风暴，正在为中国品牌出海书写新的范式。

试点10年，创新探索再次提速加力——

服务业开放，“解锁”哪些新机会？

■ 李婕

旅游、运输、医疗、金融、电信，这些与大众生活息息相关的领域正持续推进对外开放，为消费者、投资者带来更多选择。

近期，《加快推进服务业扩大开放综合试点工作方案》（以下简称《方案》）发布，明确提出进一步发挥试点地区先行先试作用，推动服务业开放提速加力。根据《方案》，155项试点任务将一次性向所有试点的11个省市全面铺开，同时大连、宁波、厦门等9个城市新纳入试点范围。

服务业扩大开放，将“解锁”哪些新机会？

历经一次升级、两次扩围，服务业开放更进一步

大型设备和运输工具融资租赁、知识产权质押融资、铁路提单信用证融资结算、共享医院、特医特药跨境医疗保险……近年来，许多新业态新模式在服务业扩大开放综合试点中培育而生。

自2015年以来，国务院分三批先后批准了北京等11个省市开展试点，目前形成“1+4+6”的格局：“1”是北京，服务业扩大开放示范区；“4”是天津、上海、海南、重庆，3个直辖市加海南省；“6”是沈阳、南京、杭州、武汉、广州、成都6个省会城市。2024年，11个省市的服务业吸收外资2932亿元，约占全国服务业吸收外资的一半。

“（试点）持续放宽市场准入门槛，扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放，营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，为在华的外资企业投资经营提供了丰富的应用场景和稳定、开放的政策环境。”商务部副部长兼国际贸易谈判副代表凌激说。

10年来，试点经历一次升级、两次扩围，本次《方案》将进一步推动试点提速加力。

“提速”——为加快形成更加丰富多样的制度创新成果，进一步提高试点的工作效率，这次试点任务不再区分地区和任务批次，而是一

次性向所有试点的11个省市全面铺开。

“加力”——除现有的11个试点省市外，还新增了大连、宁波、厦门、青岛、深圳、合肥、福州、西安、苏州9个试点城市。“这9个城市的服务业发展基础好，区域和产业代表性比较突出。”凌激介绍，这9个城市的试点任务将进一步研究提出，按程序报批后再实施。

提速加力，主要有哪些考虑？

一方面，应对当前复杂多变的国际形势。据介绍，为更好应对外部冲击和挑战，《方案》突出对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）和《数字经济伙伴关系协定》（DEPA）等高标准国际经贸规则的内容，显示中国在当前形势下坚定不移扩大对外开放的决心。

另一方面，以开放促改革发展。近年来，试点示范发挥探路先行的作用，推进了科技、金融、电信、文化等10多个服务领域的开放。“在准入准营、要素流动、促进先进制造业和现代服务业深度融合等领域，我们主动通过开放进行压力测试，为实现高水平对外开放提供必要的支撑。”凌激说。

“随着制造业领域外资准入限制措施全面清零，服务业成为我国高水平对外开放的重点领域和主要方向。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员聂平香说，在全球单边主义、保护主义加剧的背景下，加快推进服务业扩大开放综合试点，有序扩大自主开放和单边开放，是我们做好自己的事、为世界注入更多确定性和稳定性的实际行动。

155项试点任务，聚焦创新、因地制宜

综合试点“试”什么？

据了解，《方案》从重点服务领域开放、产业创新发展等多个维度，明确了一共155项试点任务。同时提出加快试点实施节奏、加大压力测试和复制推广力度。

商务部外国投资管理司司长朱

冰介绍，此次《方案》还突出几方面特色。

——聚焦创新，加快发展新质生产力。《方案》围绕培育和发展新质生产力、扩大有效投资、扩大自主开放等重要部署，提出系列政策举措。比如，依托商业航天发射场，推动融合研发设计、装配测试、数据应用及服务贸易等为一体的火箭链、卫星链、数据链的发展，拓展“航天+”业态。开展智能网联汽车“车路云一体化”应用试点，推动网联云控基础设施规模化建设，加快智能网联汽车的技术突破和产业化发展。

——突出重点，提高制度型开放效能。在分类梳理了CPTPP、DEPA等国际高标准经贸规则条款的基础上，《方案》重点突出相关规则在具体产业领域的适用性转化、规则标准的主动建设等内容。比如，根据改革发展的实际需要，明确提出对接CPTPP的具体领域，包括产权保护、环境标准、劳动保护、政府采购、电子商务、金融等。

——问题导向，提升试点任务的针对性。《方案》提出的155项试点任务多数来源于经营主体日常经营、跨境投资等活动的实际需要。比如，允许外商投资企业再投资免于外汇登记；允许具有境外职业资格和金融、绿色低碳等领域符合条件的外籍专业人才在特定区域提供服务；持续推进外国人永久居留身份证社会应用便利化，拓展应用场景，扩大使用范围。

——因地制宜，分类推进试点任务。结合试点地区的发展定位和比较优势，实事求是分类推进试点任务，多角度多层次开展探索，促进创新成果的互补互鉴和系统集成。比如，在上海推动全域实施电子口岸签证，稳妥有序向全国推广；在海南加快博鳌乐成国际医疗旅游先行区“医、药、研、产、城”一体化建设，加大肿瘤、罕见病等学科中全球最新药品和医疗器械的引进力度，利用真实世界数据加快推进进特许药械

产品注册上市；在重庆，支持开展本外币一体化资金池业务试点，加大对跨国公司跨境投融资便利化的支持力度。

在聂平香看来，《方案》赋予新一轮服务业扩大开放综合试点新内容新任务，为我国进一步推动服务业扩大开放指明了方向。

医疗、电信、金融领域迎开放新举措

近年来，在医疗、电信等领域，扩大开放一直是高频词。

2024年，《关于开展增值电信业务扩大对外开放试点工作的通告》《关于在医疗领域开展扩大开放试点工作的通知》相继出台，为外资准入释放利好。截至今年3月底，已有13家外资企业获批准增值电信业务，40余家外资企业生物技术项目落地，3家新设外商独资医院获批。

根据《方案》，这些领域还将有哪些开放举措？

在电信领域，试点任务包括取消应用商店、互联网接入等服务业

务的外资股比限制等试点内容；鼓励发展数据标注产业，健全数据交易市场体系，支持发展“来数加工”等新业态和新模式；发展游戏出海业务，布局从IP打造到游戏制作、发行、海外运营的整个产业链布局。

工业和信息化部信息通信发展司司长谢存表示，电信业对外开放，对促进行业高质量发展，融入全球分工与合作、服务构建新发展格局等具有积极意义。

在医疗领域，试点任务包括支持外籍医生开设诊所；境外医疗专业技术人员短期执业；支持开办外资护理学院；支持建设基因与细胞治疗专利专题数据库；探索优化罕见病药品进口抽检模式等。

“在医疗领域扩大开放试点目的是要引进优质的医疗资源，一方面要丰富当地的医疗服务供给，满足国内居民以及在华外籍人士差异化、个性化的医疗服务需求，同时和国内的基本医疗服务供给形成互补格局。”国家卫生健康委医政司司长焦辉辉说。

在金融领域，试点任务包括支

持探索发展国际保理业务；支持跨国公司人民币开展跨境资金集中运营业务；深化合格境外有限合伙人（QFLP）试点；吸引境外保险公司、主权基金、养老基金和ESG基金、认证鉴证机构为绿色项目提供投融资和技术服务等。

“人民银行将会同有关部门持续推动《方案》各项举措落地落实，统筹金融开放和安全，认真做好跨境贸易和投融资便利化相关工作，促进金融服务业高质量发展。”中国人民银行研究局局长王信表示。

此外，在商贸文旅领域，允许外商投资旅行社经营出境旅游业务；在交通运输领域，支持开展集装箱下海、互换、共享等合作。此外，还在赋能服务业新业态发展、提升自由化便利化水平等方面提出了多项试点任务。

凌激表示，下一步将加快落实《方案》确定的各项内容，推动试点工作提速加力，更好地引领带动全国服务业开放，为建设更高水平的开放型经济新体制作出贡献。

（来源：人民日报海外版）



近日，第十一届中国国际养老服务业博览会吸引来自澳大利亚、加拿大等十多个国家和地区的社会组织、品牌机构参展。图为一款长者陪伴机器人亮相博览会。 中新社发 郭海鹏 摄