

掐点都难抢，“星星人”成潮玩爆火IP

泡泡玛特旗下新锐系列卖断货，二手平台溢价达3倍 情绪共鸣或成潮玩新风向



8月26日，在泡泡玛特国金街店，一名消费者正站在星星人系列盲盒展示品前“望娃兴叹”。



扫码看视频

Labubu余热未消，泡泡玛特旗下新锐IP“星星人”开始冲击潮玩新市场。长沙市民周女士没有想到，两个月前购入的星星人挂件，如今已摇身一变成为“社交硬通货”，身边朋友甚至需要“设闹钟抢购”。

8月26日，记者走访长沙多家泡泡玛特门店发现，星星人系列全线断货，二手平台溢价高达3倍，一场横跨线上线下的消费狂欢正在上演。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 龙思言 通讯员 李振

走访：全城门店无货线上难抢 到货时间不定

在长沙国金街泡泡玛特门店，星星人系列被摆放在展示C位，毛茸茸的挂件与搪胶摆件吸引着消费者驻足拍照。然而，门店工作人员无奈表示：“星星人系列目前门店只有展示品，该系列不管是盲盒摆件还是挂件，门店都没货了。”他告诉记者，星星人系列的购买方式区别于其他IP盲盒，仅支持线上小程序预定付款、线下门店取货的方式进行购买，“目前星星人IP在全国的泡泡玛特门店都是大范围缺货状态，一点都没了，您喜欢的话可以关注线上小程序的补货通知，但是能不能抢到全凭运气”。

这一情况在该品牌长沙悦方店同样上演——70%进店顾客直奔星星人展区，却只能对着展示品“望娃兴叹”。在泡泡玛特悦方店，星星人IP系列的摆件、挂件展示品同样放在门店进门处显眼位置。长沙市民李女士依依不舍地摸了摸星星人系列毛绒挂件，她告诉记者，星星人毛绒挂件真的太火了，像这个“好梦气象局系列”全网断货根本买不到，“前几天收到小程序的补货提醒，提前半个小时定闹钟，蹲点抢都买不到，一开售就秒没。只好特意来看看展示品，弥补我这次没抢到的遗憾，希望下次补货我能如愿买到”。

泡泡玛特悦方店工作人员告诉记者，“星星人系列最近火得超出预期，而且补货时间不确定。”她进一步说，当下整个泡泡玛特门店不管是冷门IP还是热门系列，其挂件盲盒普遍难抢，而且都是不定时补货。

盲盒溢价引爆二手市场 情绪共鸣或成潮玩新风向

记者在某二手平台上发现，星星人IP系列盲盒价格出现了“溢价”现象，如：官方价格89元/个

的“123!星星人毛绒挂件系列”，在二手平台上涨至149元/个，相关发帖引起1.1万人次浏览，其中有368人标记“想要”。“星星人好梦气象局毛绒挂件盲盒”官方价格为79元/个，在二手平台上，该系列的“大风中凌乱款”拆盒未拆袋状态价格飙升至250元/个。

星星人的爆发式走红，本质上是一场关于“不完美”的温柔胜利。星星人诞生于2020年，由插画师大欣和阿力共同创作，作为2024年泡泡玛特签约的新IP，其核心设计理念“Stars can't shine without darkness”直击当代人情感痛点，红脸蛋、兜帽造型的星星人，既是孤独情绪的载体，也是治愈陪伴的象征。这种“心碎萌”风格与Labubu的“缺陷美学”一脉相承，却以更细腻的情绪叙事突破同质化竞争。例如“好梦气象局系列”将天气元素与情绪隐喻结合，通过扎染工艺与可调节造型，让每个角色都成为“情绪搭子”。

目前，星星人产品涵盖盲盒、毛绒挂件、手办、抱枕、蜡烛、冰箱贴等多种品类。星星人IP创作者——插画师大欣，在接受媒体采访时曾分享自己的经历，曾看到一个女生评论称，情绪很低落时看到星星人，感觉心碎的状态与其很相似，突然就有了共鸣。“我感觉很多情绪是共通的，就好像星星人，乐观、勇敢，有点迷迷糊糊，大家在生活里都会有这样的时刻。”大欣如是说。

据泡泡玛特近期发布的财报显示，星星人系列上半年已实现营收3.9亿元，成为新的增长亮点。在Labubu热度逐渐回落之际，星星人的崛起不仅是一场潮玩市场的“接力赛”，更是当代年轻人情绪需求的集中投射。当79元的盲盒毛绒挂件承载着孤独、治愈与陪伴的多重隐喻，这场抢购狂潮本质上证明，当商业运营拥抱真实的人性温度，IP便能超越商品属性，成为治愈时代情绪的文化符号。而对于消费者而言，在追逐潮流的同时保持理性，或许才是这场“情绪经济”狂欢中最珍贵的清醒。

蓝思科技上半年净利润 同比增长超三成 AI硬件业务快速放量

三湘都市报8月26日讯

8月25日晚间，蓝思科技发布2025年上半年报。上半年，蓝思科技整体业绩呈现稳健增长态势，加速向全球AI硬件创新平台转型。报告期内，公司实现营业收入329.60亿元，同比增长14.18%；净利润11.94亿元，同比增长35.53%；基本每股收益0.23元，同比增长35.29%。

值得注意的是，蓝思科技拟向全体股东每10股派发现金红利1元(含税)，预计总派发金额为5.26亿元。

智能手机业务稳中有进

2025年上半年，蓝思科技在智能手机与电脑业务板块实现营业收入271.85亿元，同比增长13.19%。对AI技术普及加速与消费电子“以旧换新”政策的双重驱动，公司完成了多款旗舰智能手机的研发与量产准备，助力头部客户推出多款高端机型，市场份额与盈利能力显著提升。

折叠屏成为公司增长新动能。蓝思作为超薄柔性玻璃(UTG)全球核心供应商，依托UTG技术积累、专利布局及量产能力，创新推出折叠屏多层结构设计——自上而下叠加PET膜、UTG、柔性显示模组等多层部件，有效消除折痕、提升平整度。目前新品开发验证顺利且达设计性能与良率，正按客户需求规划产能、建设产线，为折叠屏新机大规模量产做准备。

智能汽车产业持续突破

在智能汽车领域，蓝思科技持续推动汽车多模态交互升级，加速布局车载显示、智能座舱与智能驾驶协同生态。2025年上半年，公司实现营业收入31.65亿元，同比增长16.45%，中控模组、智能B/C柱、充电桩、座舱装饰件及无线充电模组等核心产品协同放量，同时通讯模组与域控制器实现技术突破并进入批量交付阶段。

值得注意的是，公司在车载大尺寸夹胶玻璃领域的战略布局。公司经过多年研发的具备轻量化、隔音、隔热、隔紫外线、防水防污、HUD投射以及变色遮光等功能的超薄夹胶车窗玻璃，成为智能汽车座舱的重要创新支点。目前该产品已成功导入国内头部车企新车型量产体系，并同步深化与全球新能源品牌及欧美传统车企的合作，预计即将进入批量生产阶段。

新智能终端产业全面布局

随着AI端侧应用的深入，蓝思科技积极布局新智能终端赛道。在智能头显与穿戴领域，实现营业收入16.47亿元，同比增长14.74%。报告期内，公司在光波导镜片良率优化与高精度自动化组装工艺方面实现突破，并成功实现对国内头部客户AR眼镜的整机规模化量产交付。

在具身智能领域，蓝思科技积极布局人形机器人产业链，参与关节模组、灵巧手、外骨骼设备等核心部件的研发与量产。

2025年上半年，蓝思科技在完成港股上市的基础上，进一步加快全球化产能布局，推进智能制造系统升级，强化绿色制造能力，并在全彩光波导、轻量化新型金属材料、智能终端核心技术等前沿领域持续投入研发。 ■文/视频 全媒体记者 全若楠



扫码看视频