

赞萌露比 ZANMANG LOOPY 走红 中国首场快闪即将亮相 2024CLE中国授权展

产品名称	赞萌露比 ZANMANG LOOPY 走红 中国首场快闪即将亮相 2024CLE中国授权展
公司名称	上海新贸会展服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	玩具展:益智玩具 塑胶玩具:玩具枪 积木玩具:乐高
公司地址	上海市金山区兴塔镇兴塔四村330号（注册地址）
联系电话	13701911541

产品详情

展会名称：中国shouquan展览会

时间：2024年10月16-18日

地点：上海新国际博览中心

届数：第十七届

同期举办：CKE中国婴童用品展、CTE中国玩具展、CPE中国幼教展

面积：45000平米 | 展商：400+ | IP数：2500+ | 观众：85000+

观众类别：覆盖玩具、婴童用品、文具、家纺、服装、食品饮料、生活用品

礼赠品、美容日化、电子消费品及主题空间等全领域。

近期，粉红色小海狸ZANMANG LOOPY走红，成为当前年轻人爱用的表情包之一，并吸引名创优品、乐乐茶等品牌纷纷与之进行联名合作，12月8日首场快闪店落地上海。

赞萌露比的IP操盘手北京创丽文化传播有限公司总经理金沅贞接受CLE中国shouquan展采访，分享赞萌露比如何走红及打造成功联名产品的方法论。

善用社交媒体

推动赞萌露比走红

赞萌露比在国内走红的主要媒介是年轻人常用的社交媒体，如小红书、douyin、微信等，以梗图、表情包等形式流行起来。

2022年下半年起，赞萌露比的短视频、kakao表情包，以及粉丝自制的梗图在小红书平台上持续输出，粉丝们的自发宣传让赞萌露比的品牌形象逐渐深入人心。中国的MZ世代（千禧一代和Z世代的统称）能够快速掌握流行趋势，并自发地在SNS平台进行相关内容的分享，而这一特点与赞萌露比的话题相结合，就能实现IP本身的快速成长。

在IP打造方面，赞萌露比的概念核心是，以无表情的脸和简单的表情为基础，创造出多种风格的外形，通过丰富的表情变化来实现多种内在感情的表达。各国MZ世代对情感和流行所表现出的关注不尽相同，因此在风格各异、情感丰富的赞萌露比中，找出受中国MZ一代所喜爱的那一款，并将其与多种商品相适配，是赞萌露比这个IP的大优势。

金沅贞表示，通过分析长期以来的数据，公司可以掌握粉丝喜欢赞萌露比的原因，并对此制定相应的宣传策略、产品规划以及联名合作计划。而对于核心受众的数据分析，能让公司相对容易和快速地掌握联名项目的推进方向，获取合作品牌的相关资讯。

联名产品热销

IP商业价值凸显

今年赞萌露比的联名活动的发展呈现上升态势，并打造了多个成功的联名案例，引起了业内的高度关注。

首先是在今年5月，赞萌露比通过与“乐乐茶”的联名，次与广大中国消费者见面。联名饮品上市当天，门店订单暴增，短短几小时内备货便全部售罄，在整个合作期间，需求也远远超过了备货量。此外，在

联名饮品上市当天，“乐乐茶 loopy”的词条一举登上微博热搜第7位，联名的热度远超双方的预期。

之后创丽公司乘胜追击，接连在名创优品Miniso推出了10余种赞萌露比的代表性产品——毛绒公仔。首批订单的货量抵挡不住蜂拥而至的消费者们，全国门店供不应求，甚至出现了货品还未上架就被一扫而空的盛况，小红书上出现很多关于“哪里能mai到赞萌露比毛绒公仔”的提问。现在，多种多样的赞萌露比毛绒公仔在名创优品、九木杂物社和The Green Party等大型卖场陆续上市，销售持续火爆。

得益于乐乐茶和赞萌露比联名饮品的成功上市，以及赞萌露比毛绒公仔的renqi爆发，赞萌露比的其他品牌联名合作正在积极推进当中。从今年10月末开始，多种赞萌露比联名化妆品、潮流玩具、生活用品在各个平台陆续上市；12月8日，赞萌露比的中国首场快闪店也将在上海静安大悦城迎来开业，现场将推出100多种赞萌露比快闪限定商品。

重视中国市场

旗下韩国IP将推出多元化内容

金沅贞认为，中国市场的品牌、商品丰富度，以及消费者群体的庞大是任何一个市场都无法比拟的，因此中国市场非常有利于IP事业的开展。能够让新兴IP创造出成功案例的市场，是一个极具魅力的市场。

如以上赞萌露比的联名案例，仅仅是几个典型联名活动，便创造出了井喷式的协同效应，并在短时间内深入到广阔的中国市场、触及庞大的消费者群体。

此外，每一个品牌也都在寻找符合自己概念和风格的独特IP。巨大的市场空间也造就了多种IP竞争共存的良性局面。

北京创丽文化传播有限公司作为韩国ICONIX的子公司，也将旗下IP“小企鹅啾乐乐”、“小公交车太友”等带到中国。“小企鹅啾乐乐”今年迎来了诞生20周年，推出了新一季正片“小企鹅啾乐乐第八季”，同时推出多种主题的特辑和教育系列，持续给用户带来了优质内容。还有连续13年在少儿交通工具IP中具代表性的“小公交车太友”今年也推出了多部教育内容，2024年即将推出第七季正片，也都将在中国获得更多发展机遇。