

# 泡泡玛特参加2024CLE中国授权展2024年IP产品设计有什么诀窍

产品名称	泡泡玛特参加2024CLE中国授权展2024年IP产品设计有什么诀窍
公司名称	上海新贸会展服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
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

目前市场上关于潮流玩具的玩法，很大程度上是由一家公司定义的，那就是泡泡玛特。泡泡玛特实现了成功让潮玩出圈，并引发无数社交热点话题。对此，中国玩具和婴童用品协会全媒体中心特别专访POP MART泡泡玛特IP授权业务负责人孙婷婷，来讲述他们的成长史。

Q：泡泡玛特是家很年轻的潮玩娱乐公司，能否介绍公司的基本情况？主要业务包括哪些？IP授权业务状况如何？

A：POP MART泡泡玛特成立于2010年，旗下签约合作了Molly、PUCKY、The Monsters等众多国内外潮流品牌，是国内具规模性的潮流玩具公司。截止2019年11月，公司拥有直营门店130家，机器人商店近800台，深度覆盖全国一二线城市。公司主营业务包括潮流商品销售、艺术家经纪、衍生品开发与授权、互动娱乐和潮流展会主办等。

Q：初泡泡玛特进入潮玩领域的契机是什么？如何从渠道零售做到目前多种娱乐业态综合体的？下一步如何规划？

A：泡泡玛特在之前的零售业务中发现潮流玩具市场的巨大潜力，然后正式进入了潮玩领域。

刚开始泡泡玛特做渠道商的时候，发现很多消费者都是冲着代理品牌来的。这让泡泡玛特意识到需要去强化泡泡玛特的品牌价值。后来接触到潮流玩具，发现当下的消费者更喜欢收集成系列的艺术家玩具，因为艺术家玩具不止是简单的玩具，它把艺术和潮流融为一体，更具有收藏和社交价值

。因此，泡泡玛特开始从渠道商转型为IP运营方，并发掘更多的潮流玩具艺术家，推出自营的潮流玩具。

有了自己的IP后，泡泡玛特又提出了零售娱乐化。认为将来中国零售业会从销售商品转型为销售情感，实现从传递货物到传递娱乐的转变。泡泡玛特从当下年轻人热衷的互联网社交入手，推出了葩趣APP以满足核心用户的需求。围绕潮玩产品所展开的玩法还有很多，比如推出的小程序泡泡抽盒机等一系列玩法，独特的体验感和娱乐性必定是新零售的核心要素之一，零售业也可以好玩起来。

在拥有成熟的潮玩IP后，泡泡玛特又进行了跨界合作的探索。目前泡泡玛特已经和很多行业头部品牌进行了合作，包括伊利味可滋、美心月饼、IPSA等，这也进一步加快了泡泡玛特娱乐零售化的步伐。未来还会继续布局娱乐零售化，以更多更加有新意的方式为消费者创造惊喜，传递美好。

泡泡玛特认为潮玩运营的逻辑首先是将IP打造成潮玩，然后想方设法的保留IP的记忆点，再将IP进行潮流化的处理和设计。这不仅是潮玩运营的逻辑，也是潮玩和IP结合。

Q

Q：IP文创设计在我国授权行业中长期处于短板，您认为一个IP从形象到产品设计需要注意的是哪些地方？

A：一个IP从形象设计到出产品，首先在设计层面要抓住眼球，让人眼就喜欢；其次是形象的更新，这需要设计师有很丰富的灵感，保证IP相对高频次的更新新的系列，不断的给人眼前一亮的新鲜感。

再次是产品质量和工艺的严格把控。后是渠道，好的渠道保证消费者可以看到、接触到这些好的IP产品，目前泡泡玛特已经打造了线上、线下全覆盖的销售渠道，让更多的消费者能体验到潮玩的魅力。

Q：泡泡玛特今年已经第二次参加CLE中国授权展，是出于怎样的考虑？对展会有何建议和期望？

A：泡泡玛特从2018年开始做授权，次参展是尝试的阶段，第二次参展是有了积累和经验，内部和客户都已经比较完整，能够以更好的姿态向品牌方展示泡泡玛特的IP。CLE中国授权展是很好的平台，目前各行业的客户群都在洽谈中，通过展会中希望认识更多的品牌，把IP授权做得更好。

POP MART泡泡玛特@第13届CLE中国授权展