

近日，一则“90后炒熊，一只最多赚数万元”冲上了热搜，这只熊不是北极熊也不是棕熊，而是一只正在火速出圈的积木熊——一种潮玩。

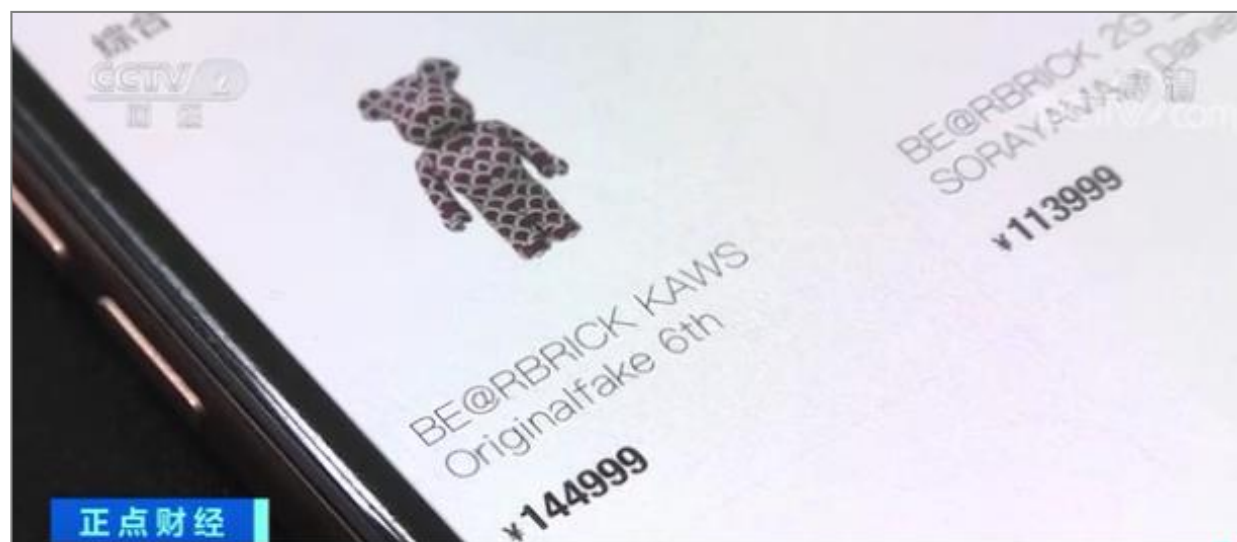
在浙江杭州的一家小众咖啡馆内，记者看到了一整面墙的“积木熊”。积木熊是一款来自日本的潮玩。共有三种尺寸：100%、400%以及1000%。



这家咖啡店的老板是一位资深积木熊爱好者。10年前的一趟日本游，他花了不到5000元买下一只与日本某潮牌联名的积木熊，从此一发不可收拾，他大概有七八十个。



随着积木熊的爆火，出现了“炒熊”的现象。比如积木熊联名不二家款，尺寸1000%，发售价37000日元，折合人民币2200元左右，但在国内某购物平台上挂价31009元，溢价超14倍。而在该平台上最贵的一只熊接近15万元。



正点财经



浙江：这阵“熊”风有点猛 2000元的玩具熊卖3万

潮玩积木熊溢价夸张，按照它的价格，定位早已不再是一款玩具那么简单。那这个熊的价格到底是怎么上去的？

记者随后在网络上搜索了一下，在社交平台、短视频平台上，发现不管是普通人、网红大V还是明星都有涉足积木熊。不少明星网红有意无意地秀出自己的积木熊，这些现象直接导致了网购平台上积木熊的售价暴涨。

同时，网上还出现了越来越多的博主分享积木熊的“套现秘籍”，引人蠢蠢欲动。



正点财经



浙江：这阵“熊”风有点猛 2000元的玩具熊卖3万

网络博主：三月份购入一只梵高积木熊，在网络平台上价格7000元，在家放了没几

天价格就10000元了，现在价格已经19000元了。

名人效应、逐利原则再加上积木熊母公司打出的所有产品“仅此一批，一旦错过，就永远不再”的标签，供远小于求，黄牛、二手商贩闻声而动，这也就加剧了“一熊难求”的状况。

浙江工业大学经济学院教授杜群阳：积木熊的价格会出现高于真实价值的情况，对于消费者来讲，要有理性消费，不盲目跟风的理念。