Labubu爆火後，泡泡瑪特設計師有多賺？

今年年初，泡泡瑪特潮流玩具Labubu和Molly的設計師，龍家升和王信明，分別以1852萬港元、3665.2萬港元，購入香港觀塘海傲大厦，作爲自己的工作室。

兩位設計師所購單位的海傲大厦，位于香港觀塘鴻圖道33號。前身是王氏大厦，化妝品零售巨頭莎莎集團太子郭浩泉等人，聯合組成了一個“麒豐資本”，斥資重建，打造成一棟30層高的工業大厦。龍家升買的是海傲27樓的01和02室，總面積約有340平方米；王信明買的是海傲18號01至04室整層，約有700平方米。

年初泡泡瑪特市值持續上升到3000億元，爲這兩位熱銷的單品設計師帶來巨量財富。現在，泡泡瑪特的市值一度超過4000億，十三年前還爲Labubu無人問津而沮喪、爲往返比利時和香港差旅而發愁，在泡面盒上畫衹Labubu寫：“第47次被拒稿，但我相信這個犄角能打動世界”的龍家升說：“我覺得好神奇，就像做夢一樣”。

同樣Molly的爸爸王信明也好不到哪兒去。没走紅前，他白天趕訂單、晚上趴在桌上給每衹Molly畫眼睛，周末推着小推車去會展擺攤。被王寧發掘前，Molly的銷量一年衹有幾千衹，收入衹够他維持工作室租金和個人生活。

01.

他們賺了多少錢？

因爲保密的分成協議和不透明的收入明細，無法核算出Labubu和Molly的設計師具體從泡泡瑪特賺走多少錢，以及因此名聲大躁帶來的其他聯動收入，但大概能看出他們的財富增值路徑的驚人。

Labubu是從去年開始火起來的。根據2024年的財報，Labubu推動THE MONSTERS系列收入突破30億元；今年上半年，泡泡瑪特半年報透露出的消息則更爲驚人：THE MONSTERS半年的營收已超去年全年，達到了48.1億元。

龍家升與泡泡瑪特没有公開披露雙方具體的分成比例。目前所有的第三方報道（包括脉脉、雪球等）均衹能按行業慣例進行估算，認爲其分成比例大致落在5%～10%之間。據雪球網用户@阿狸哥根據一名泡泡瑪特員工的消息，泡泡瑪特給Labubu設計師龍家升的分成是：利潤的8%。

如果按此比例來推算，泡泡瑪特2024年財報表明THE MONSTERS家族貢獻的净利潤有30.4億元人民幣。但泡泡瑪特未公開單IP利潤率，因此按66.8%的總毛利率粗略估算，THE MONSTERS系列利潤約有20.3億元，可推測出2024年龍家升從泡泡瑪特賺走了大約1.62億元；另據泡泡瑪特最新披露的2025年上半年財報顯示，THE MONSTERS系列在2025年上半年營收約48.1億元人民幣，以今上半年該集團的經調整净利潤率34.0%來倒推，估算出THE MONSTERS系列净利潤約16.4億元，那麽龍家升2025年上半年，就從泡泡瑪特賺走了大約1.31億元。一年半的時間，龍家升憑借獨家IP授權獲取的財富，可能達到約2.93億元。

除此外，泡泡瑪特還有一部分營收，來自跟其它品牌跨界聯名的IP授權。譬如Labubu和優衣庫、Vans等，這部分也有費用分給龍家升。

但是，龍家升賺到的分成和收入，有上限。泡泡瑪特招股書中表示，集團約定“與我們藝術家訂立的知識産權轉讓協議項下設計費的年度上限的平均值處于個位數水平。”也就是説，哪怕龍家升的系列玩具賣得再好，雙方合作分成的上限額度，一年也不會到10億元。

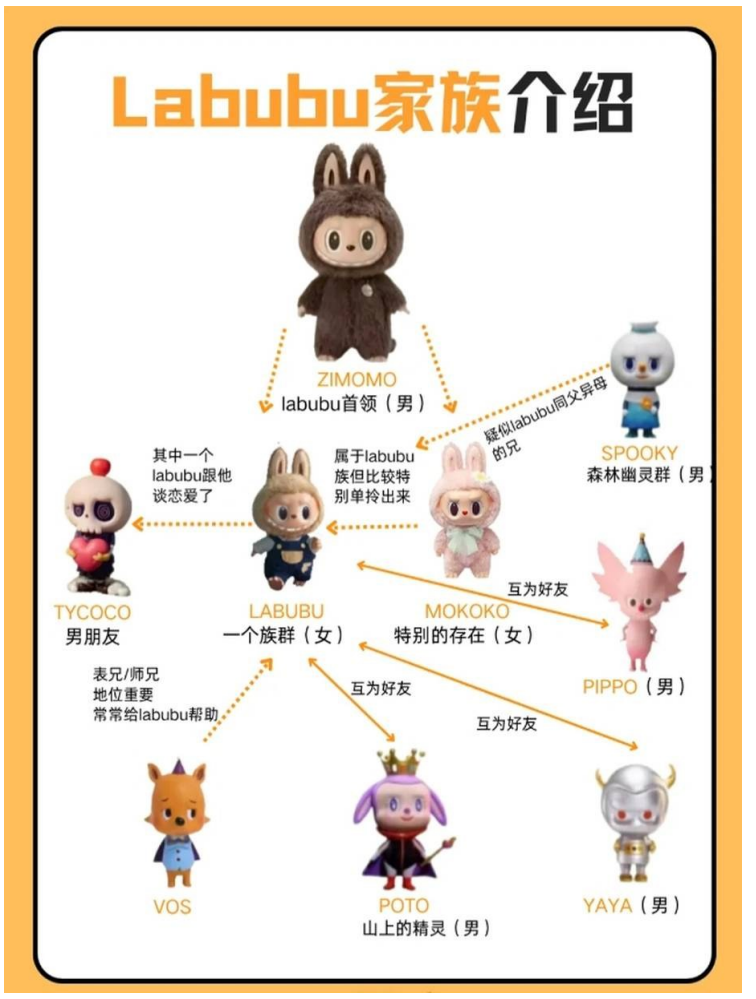
泡泡瑪特跟Molly的設計師王信明的利益分配相對簡單些。泡泡瑪特獨家買斷了Molly的版權，支付給王信明一筆轉讓費。同時，王寧給了王信明公司股份。

據招股書顯示，2016年4月，泡泡瑪特與王信明先生簽訂獨家授權協議，根據售賣的産品向王信明先生支付固定年費及設計費。到了2019年6月，雙方的分成協議可能發生了改變，王信明不再領取銷售額分成，泡泡瑪特授予王信明2%的股權（交易價格約爲345.32萬元人民幣），半年後泡泡瑪特開始Pre-IPO，估值顯著增長時，王信明出讓其持股中約10%套現了約500萬美元。也就是説，按2019年的平均匯率，王信明憑借賣Molly的版權就到手了3449萬人民幣。

而到了泡泡瑪特IPO時，王信明還保有約1.49%股份（約2000萬股），他通過直接獨立控制的兩家公司：Kenny Wong Holding Limited和Wong Shun Ming Holding Limited，持有這些泡泡瑪特的股權。

王信明是泡泡瑪特的股東、受益人。如果按9月17日最新股價算，王信明所持的泡泡瑪特股份市值約46億元人民幣。這些股份是可以在二級市場流通的，因爲已過了授權時雙方約定的禁售期。不過，王信明没有套現。從其購買不動産來看，其現金流應該是比較充裕的，屬于“紙上富豪”。

此外，王信明應當也還享有IP授權的分成。泡泡瑪特招股書表明，2019年集團將Molly授權給伊利，推廣其調味乳飲品，2023年，Molly還曾參與過優衣庫聯名的Molly的生活想想系列。“再授權我們的獨家IP時，我們將根據藝術家與我們訂立的相關獨家授權協議與我們的藝術家分享IP授權合作伙伴支付的授權費。”



據可查的數據，2017年至2020年6月30日，泡泡瑪特所産生支付予藝術家及IP提供商的設計及授權費用分別爲220萬元、1450萬元、4840萬元、1710萬元、2650萬元。這其中雖無列出單個IP的占比，但可想見作爲頭部IP的Molly，應當有不少授權費用。

02.

Labubu設計師龍家升還在增值

除了從泡泡瑪特直接拿到分成，龍家升的身價發生變化也體現在拍賣市場上。

龍家升拍賣的首秀是在2019年。據Artnet價格數據庫顯示，其作品《Ambiguity》在香港蘇富比以52.5萬港元（6.693萬美元）成交。這時他衹是初露鋒芒，無人能想到幾年後，一個工業化産品能拍到令人震驚的高價。

Labubu熱潮讓龍家升隨之騰飛。2025年永樂春拍，爲Labubu設主題專場。48件龍家升的labubu作品上拍，總成交額達372.54萬元人民幣，以100%成交率取得“白手套”佳績。

其中一尊131厘米高的薄荷绿色Labubu雕塑，拍到了124.2萬元的高價（含傭金），12天後，這項紀録在永樂直播拍賣中被打破——于2021年創作的大尺幅丙烯作品《Pure》經歷近30分鐘激烈綫上競價後，以161萬元人民幣（含傭金）成交。另一衹160cm高棕色Labubu，全球限量15版，以82萬元落槌，連傭金93.4萬元成交。

2025年3月，佳士得香港春拍季，龍家升的作品首登夜拍拍場。他2021年創作的亞克力畫布作品《激動塑料》連傭金以78.12萬港元成交；5月下旬，LABUBU“三博士：勿聽，勿視，勿言”，在蘇富比香港以20.32萬港元（約合18.6萬人民幣）成交；6月，該拍品又登上永樂北京拍場，以51萬元落槌，加傭金58.65萬元成交；6月22日晚永樂拍賣綫上專場，龍家升LABUBU×衡山宏機甲飛行員01號，75.9萬元成交，該藏品買家是泡泡瑪特的投資人之一，國岳集團董事長岳彬。

2025年6月永樂香港“潮流藝術晚拍”中，龍家升的三類作品全部溢價成交：Labubu限量手辦＋手繪木質陳列櫃，落槌價：17.64萬港元（含傭金）；版畫《喝下星星的男孩》落槌價：3.528萬港元；聯名玩具（與西班牙藝術家Okokume合作），落槌價：4.23萬港元。買家以亞洲私人藏家爲主，其中至少兩件被確認由泡泡瑪特早期投資人競得。

蘇富比香港的「Kawaii Pop」網上專場拍賣中，龍家升的作品中，一組八件的Labubu限量手辦模型以17.64萬港元的高價成交，兩幅畫作則分别以11.34萬港元和9.45萬港元成交。

這次拍賣中，龍家升的作品包括畫作、限量手辦、滑板和版畫，全部都高于估價成交。

藝術家通常有拍賣成交價10%-20%的版税（行業慣例）。龍家升分成估算：單件拍品分成：10.8萬-21.6萬（薄荷色）。2024-2025年此類拍賣約10場，總分成預估500萬-1000萬。

Molly設計師王信明相對没那麽高調，他的Molly衹有由泡泡瑪特官方授權、限量發行的MEGA SPACE MOLLY 1000%系列多次現身拍場，創過國内潮玩拍賣紀録。2022年北京保利藝術品秋拍上，他的MEGA SPACE MOLLY 1000%“爐火純青燃”親簽手稿樣品特别版以23萬元人民幣成交，爲當時國内潮玩單品的最高拍賣紀録。

03.

爆紅後，他們的生活

盡管泡泡瑪特在“Labubu樂園”等自營場景（門票、餐飲、衍生品）産生的收入，被公司歸類爲“綫下樂園及體驗收入”，不在與龍家升簽署的“獨家授權分成”範疇内。龍家升衹對Labubu IP商品銷售額（盲盒、手辦、毛絨等）按協議比例分成，樂園門票及園區消費所得全部歸泡泡瑪特，與龍家升無關。

但不可否認現有的IP收入，足以改變龍家升的人生。

除了經濟利益，他的聲名比此前更盛。龍家升説自從Labubu成功之後，“大家重購我以前的作品，而且還是很快賣完。”今年他在接受媒體采訪時，表達了正在準備全新的繪本作品的出版工作。這是距2015年出版“精靈三部曲”後，再次重拾繪本圖書創作工作。

人紅暴富的龍家升，長期住在比利時。他現在面臨衆多的行業活動，譬如玩具展不斷邀請，迫使他將更多精力投向玩具設計。此外還有“全球美術館接連邀約辦展”，他甚至受到了行業前輩村上隆的邀請，在東京Hidari Zingaro和Kaikai Kiki藝廊舉辦了首展，成爲了“在兩家藝廊連辦三次個展的海外藝術家”。2024年春天，香港置地廣場展出了他的25幅畫作，今年6月-7月，他在内地的首展也在上海張園開啓。

静心創作已經成爲難能可貴的奢侈品，圖書出版的日期外界無從知曉。

反觀王信明，則鬆弛得多，過着半退休半富豪的生活。

他把觀塘的整層單位，一半改成工作室，另一半給太太做瑜伽房。每個周末他自駕45分鐘，到深圳前海的新公寓，方便參加泡泡瑪特總部的IP評審會——他仍是“首席創意顧問”。

他選擇性出席部分公開活動，今年5月他現身深圳文博會香港館，爲新一代創作者站臺；8月去了趟曼谷，參加泰國首家泡泡瑪特、全球旗艦地標店，位于曼谷湄南河畔的ICONSIAM店的開幕，爲4米高的泰裝Molly揭幕。他的作品不再量産，一年衹做2到3款限定Molly，其餘時間把早期手稿做成NFT或版畫。今年8月，他剛完成與故宫聯名的“青花機甲Molly”手稿，預計2026年春節上市。他的副業是偶爾幫地産好友做商業美陳設計，一單收兩三百萬港元“友情價”。今年才45歲的王信明，不熬夜、不追量、衹追靈感，把Molly當成終身副業，把生活過成了自己所設計的潮玩場景。



04.

尾聲

衹要泡泡瑪特的泡沫還不會破滅，這些IP背後的設計師們，就會一直跟着水漲船高。現在時代的大手把龍家升和王信明推到了潮流的頂尖，也許兩三年之後，還有更多的默默無聞在書桌前給玩偶畫眼睛的藝術家出現在財富的聚光燈下。Labubu的未來，誰知道呢？