

“价格数百元，越贵越好卖”，黄牛800元出售“入场资格” 溢价数倍的毛绒玩具到底谁在买？

最近热度堪比股票的，还有英国高端毛绒玩具jELLYCAT。

jELLYCAT走红后，有人在线上“抢购”，有人在上海jELLYCAT快闪店门口排队，还有黄牛翻倍加价出售进店资格：“预约码”当天可进800元一个，第二天进场的300元。

记者发现，jELLYCAT店门口大批黄牛聚集，半小时内至少被超过十个“黄牛”询问“是否要货”。依据黄牛报价，一款原价359元“趣味玉兰妮娅拿铁”玩具，要价780元；原价459元的“玉兰纸杯蛋糕巴塞罗熊”玩具要价980元；现场已卖断货的“趣味缇蒂亚茶壶”要价更高，原价399元，黄牛号称可以1400元帮忙去“调货”。

原本数百元的毛绒玩具，溢价数倍仍有市场，这么贵的jELLYCAT到底谁在买？



店里售卖的生日蛋糕玩偶。



上海jELLYCAT快闪店现场排队的消费者。

“过家家”式消费场景吸睛

店员正在给一个玩具熊“拿铁”挤“奶油”，装上杯套精心地打包后递给顾客……

这正是记者在毛绒玩具品牌jELLYCAT在上海开设的一间“咖啡屋”现场所看到的店员“无实物”表演。

据了解，这个名为jELLYCAT CAFé的门店，它虽叫做“咖啡屋”，实则售卖的是该品牌咖啡主题毛绒产品，包括上海城市限定的玉兰纸杯蛋糕巴塞罗熊、茶壶、茶杯、拿铁、芋泥蛋糕等5款，及其他常规产品。这些限定品的售价在359—459元不等。

门店最大的亮点在于其“过家家”式的场景营造——从店员装扮、门店装潢到结账打包，都在模拟一个真实的咖啡屋。记者在现场看到，例如毛绒玩具是咖啡屋内常见的咖啡、烘焙品，消费者购买前，它们会被放置在“烤箱”内等待候选；打包时，店员会角色扮演一样与消费者互动：“请问您的

芋泥蛋糕想加几层奶油？”然后用蛋糕裱花器，为毛绒玩具添上里三层、外三层的“奶油”。

10月11日下午，记者在上海静安区嘉里中心快闪店现场观察到，在店员的无实物表演和一声声温柔的询问下，情绪价值拉满的互动体验让不少年轻人上了头，纷纷入手购买。

“可爱、有趣。”上头的消费者愿意配合演戏，为这几分钟的治愈买单。除了沉浸式打包体验，已经拥有jELLYCAT的一批人，开始给玩偶梳妆打扮，带着一起去旅游、见证人生重要时刻。一位来自浙江的网友，将jELLYCAT作为自己订婚的摆件，用来代替传统的食品。她在网上晒出的订婚宴摆件中，购买了jELLYCAT西瓜、哈密瓜、小白菜等蔬果玩偶，软萌可爱。就连蛋糕、甜品，她都换上了jELLYCAT玩偶款。网友在评论区回复购买原因说：“根据温州订婚习俗，男方要送女方猪肉、鸡、鱼、桂圆、红枣等六样物品，我觉得还是用能够长久保留的jELLYCAT比较可爱。”下面跟帖的网友，送祝福方式也

有点特别——买了茄子玩偶的网友说：“茄总背着小包想来吃席”；拥有一堆海鲜玩偶的网友送上“海鲜团”祝福……也有网友表示，现在年轻人的想法，真的让人看不懂。

新奇的玩法使得该玩具十分抢手，消费者需要在网上抢预约码才可以获得来现场排队的机会，目前所有的预约码已经抢购一空。

记者了解到，该家jELLYCAT快闪店所销售的商品为上海限定款，暂未在线上销售，所以消费者只能线下预约排队购买。

“预约码”800元一个 黄牛高价倒卖“入场资格”

11日，同在现场排队的王晨（化名）告诉记者，他的预约“入场券”是找黄牛购买的。“今天还算少，前几天我在社交平台上看到，国庆期间需要排队1—2个小时才能体验，而今天只需要排队十几分钟。”

jELLYCAT体验店门前每天排队的消费者络绎不绝，进店还需提前预约。这也让黄牛看到了商机，通过倒卖预约“入场资格”来赚钱。

在现场采访的短短半个小时内，记者至少被超过十个“黄牛”询问“是否要货”。“（玩具）价格可以商量。”对于“入场券”，黄牛告诉记者，“如果你要自己去店里买也行，我这里今天进场的‘预约码’800元一个，第二天进场的300元。”

黄牛还告诉记者，除了限定产品，一些爆款玩具比如花束、蛋糕等，线下门店跟线上店一样偶尔才会有货，店里最近一次是8月底才到货了花束，预约的人非常多，“只能提前抢购”。

这么贵的jELLYCAT什么 来头？

如此爆火的jELLYCAT是什么

来头？jELLYCAT是一家总部位于英国伦敦的高端玩具品牌，成立已经25年，2015年，品牌在中国开设天猫海外旗舰店；2019年，jELLYCAT中国公司成立，总部位于上海，近5年业绩更是年年飞涨。根据jELLYCAT的财报，2022年的营收达到了1.46亿英镑（约13.3亿元人民币），毛利润高达8870万英镑（约8亿元人民币）。

“其实jELLYCAT价格并不低，越贵却越好卖。特别是jELLYCAT上海快闪店因发售限定款并有‘打包’体验，其购物名额被早早抢光。”消费者张亮告诉记者，抢到预约码后专门请假前来购买。他的计划是买一整套，虽然要花费上千元，但他觉得“为自己的童心买单，值得”。

记者观察到，在现场前来购买的年轻人仍络绎不绝。周俊找了十几个朋友帮忙预约名额，拿到入场券后排了一个小时队才买到限定款，“这些玩偶在可爱之余，被赋予拟人化的治愈情绪”。

这种对儿童玩具有偏好的成年人被称为Kidult。NPD Group机构的数据显示，Kidult消费者（年龄18岁以上）在玩具销售中占比逐步上升，尤其是在收藏品、拼搭玩具、艺术品玩具领域。

专家提醒理性消费

“面对火爆的市场和黄牛的高价，消费者应保持理性，不要盲目跟风购买，可以根据自己的实际需求和预算来做出决定。”北京社会科学院副研究员王鹏提醒，大家在享受购物乐趣的同时，也应保持理性和警惕，确保权益不受损害。他认为，jELLYCAT的火爆现象是多方面因素共同作用的结果：“独特的品牌定位和产品设计、场景化营销、限量销售与预约机制、消费者心理需求等因素，都刺激了购买欲望，进一步推高产品热度。”

综合《新京报》《钱江晚报》报道



jELLYCAT工作人员为消费者进行无实物“表演”。