



圖 | 2025 限定版本 Zara x Labubu |  
<https://reurl.cc/R9qeEr>

## 從潮玩現象看見一位藝術家

香港藝術家—— 龍家昇



Labubu

LIKE IT

KASING  
LUNG



文 | 國際智家

若要說近年最炙手可熱的公仔角色，Labubu 絕對榜上有名！這隻長耳朵、呆萌卻帶著頑皮笑容的小精靈，自從中國知名玩具公司 Pop Mart 推出後，立刻在收藏界掀起狂熱。每當新款上市，往往瞬間秒殺，隱藏版更被炒至天價，成為潮流玩家與收藏迷必追的夢幻角色，更是在全球時尚圈瘋迷，成為明星的造型必備。

這股「一盒難求」的熱潮背後，其實是源自於一位藝術家的筆觸與童話想像。出生於香港、擁有比利時國籍的龍家昇，以插畫作品嶄露頭角，並因《The Monsters》系列廣受矚目，且開啟了他專屬的藝術旅程。

右圖 | 藝術家龍家昇於全新巡展《MONSTERS BY MONSTERS: NOW AND THEN 精靈天團：此刻與未來》 | <https://reurl.cc/k8OMXG>

## ◆ 畫筆裡的異鄉童話

龍家昇的創作之所以具有強烈的個人風格，或許與他的跨文化背景密不可分。出生於香港的他，七歲時隨家人移民至荷蘭。初到異地，語言不通的他在老師的引導下，透過大量歐洲繪本學習荷蘭文，也在這過程中培養出對圖像敘事的敏銳感受。那些充滿精靈、妖怪與民間傳說的故事，成為他日後創作的重要養分。例如，Tove Jansson 的《Moomin》便對他產生深遠影響，書中對精靈與未知的恐懼、好奇，潛移默化地啟發他創造出屬於自己的精靈世界。

讓龍家昇真正開始動筆創作的契機，則來自他對電影的熱愛。小時候第一次觀賞《Star Wars》，那份震撼感讓他久久難忘。回家後，他便拿起畫筆，畫出屬於自己的《Star Wars》分鏡稿。對他而言，畫畫其實是另一種「說故事」的方式，當有故事想說時，可以拍電影、做動畫，或是畫繪本，而繪本的表達相對自由，只需憑著構想與筆觸，便能實現一個完整的世界。



圖 | 藝術家龍家昇人物手稿 | <https://reurl.cc/k8OM33>



## ◆ 精靈的誕生

2010 年，龍家昇受玩具品牌 How2work 邀請回港合作，以《玩具森林》手指玩偶系列展開繪本與玩偶結合的創作嘗試。2014 年，他進一步延伸早期受北歐神話啟發的角色，如 Labubu 與 Zimomo，並於翌年推出《The Monsters》精靈系列正式建立屬於自己的幻想世界。這些角色被設定為生活在森林的神祕種族，其中包括擔任首領的 Zimomo，骷髏頭 Tycoco，擁有愛心鼻的 Mokoko、古靈精怪的 Labubu、在晚上出現的小鬼 Spooky、喜歡喝酒的 Pippo 等等。他們兼具神祕與幽默、善良與頑皮的多重面向，讓角色更貼近真實人性，也更能引發觀者的情感共鳴。

《The Monsters》的問世，不僅是龍家昇藝術生涯的重要里程碑，也為 Labubu 跨足玩具市場與潮流文化奠定了關鍵基礎。自《神秘的布卡》之後，他又陸續推出《柏度與少女》與《米羅安魂曲》，以一系列黑白繪本描繪精靈的世界觀。龍家昇透過這些作品，持續探索人性深處的情感，思考親情、愛情與友情的價值，讓奇幻故事不僅充滿想像，更帶有溫柔的人文反思。



圖 | 風靡全球的神秘精靈——Labubu | <https://reurl.cc/EbjQ8a>



圖 | 《A Perfect Day》2017 | <https://reurl.cc/DbjqeN>



圖 | 《Zimomo Titan (Brown, labubu)》  
2021 | <https://reurl.cc/NNQYVx>

## ◆ Labubu 的奇幻逆襲

在這個精靈世界中，Labubu 原本只是繪本《神秘的布卡》中的配角，它憑藉大眼、尖耳與標誌性的尖牙形象，很快成為粉絲心中最鮮明的存在。2019 年，龍家昇與潮玩品牌 Pop Mart 簽訂獨家授權協議，將《The Monsters》精靈角色實體化，正式讓 Labubu 跨足玩具市場，隨著盲盒文化風靡，Labubu 成為 Pop Mart 系列中最受矚目的明星角色。盲盒的隨機抽取機制，讓收藏更是一種帶有驚喜與期待的遊戲，強化了角色的神秘魅力與互動性。從幾百元到上千元的價差，激發更多人投入「抽誰靠運氣」的狂熱，形成一股獨特的社群文化現象。

Labubu 的知名度也隨著盲盒熱潮急速攀升，並受到名人效應推波助瀾。尤其是 BLACKPINK 成員 Lisa、Rosé 以及世界上其他明星在社群媒體上分享自己的收藏，讓這隻帶著尖牙微笑的小精靈瞬間走入全球大眾視野。如今，從 Instagram、TikTok 等社群媒體的開箱風潮到街頭的包包吊飾，都能看到它的身影。隨著熱度不斷攀升，限量版 Labubu 模型更在拍賣市場上以超過十萬港元成交。2024 年下半年，Labubu 更一舉成為 Pop Mart 的銷售冠軍，成為品牌最具代表性的王牌角色。「一盒難求」的現象，象徵的不僅是收藏狂潮的誕生，更見證了龍家昇成功地將藝術想像融入潮流文化的跨界成就。





圖 | 《The Wild Things Monster!!》2017 | <https://reurl.cc/laQY0l>

## ◆ 跨界的延伸

隨著 Labubu 的人氣持續攀升，龍家昇也不斷拓展角色與藝術、時尚、設計之間的更多可能。近年來，他陸續與不同品牌合作，從潮流服飾、家居設計到大型藝術展覽，讓這群精靈從繪本與玩具的世界，走進更廣闊的生活場域，成為當代文化中兼具童趣與藝術性的符號。

2017 年，龍家昇於香港舉辦著名展覽《The Color Kingdom of Sprites》，以童話般的色彩構築精靈王國，呈現許多全新畫作。這些作品不僅延續他筆下的童趣想像，也映照成人世界的觀察與反思，在童趣與競爭並存的氛圍中，描繪現實社會的生存法則。2020 年，他受村上隆邀請於東京 Kaikai

Kiki Gallery 舉辦個展，進一步確立了他在國際藝術舞台上的地位。2024 年，龍家昇於香港中環置地廣場舉辦大型個展《EVERYBODY KNOWS》，展出多件全新創作，並特別設計互動畫廊，讓觀者就像走入他的畫作之中，近距離感受那充滿奇想的內心世界。

從繪本裡的幻想，到潮玩與藝術展覽之間的跨界對話，以獨特的視覺語彙與溫柔的幽默，讓童話不再只是孩子的專屬語言，重新找回純真的途徑。Labubu 的成功，不僅象徵一個角色的誕生，更開啟藝術與流行文化間無邊界的可能，那個住在森林裡、帶著尖牙微笑的小精靈，正悄悄改寫著當代藝術的故事。

i.vie