

INTRO.....	3
Rozdział 1 – Plastikowe marzenia dorosłych.....	11
Rozdział 2 – FOMO w wersji kolekcjonerskiej.....	18
Rozdział 3 – Dziecięca twarz kapitalizmu	26
Rozdział 4 – Społeczność czy sekta.....	34
Rozdział 5 – Rynek wtórny i iluzja inwestycji.....	42
Rozdział 6 – Influencerzy i produkcja pragnienia	49
Rozdział 7 – Rodzice, którzy kupują „dla dziecka”	56
Rozdział 8 – Półka jako ołtarz	62
Rozdział 9 – Kiedy hype się kończy.....	68
Rozdział 10 – Plastikowa tożsamość.....	74
Rozdział 11 – Mechanizm niedoboru, który nigdy się nie kończy	80
Rozdział 12 – Cena emocji.....	86
Rozdział 13 – Nuda, która napędza zakupy	92
Rozdział 14 – Porównywanie się do półek innych ludzi	97
Rozdział 15 – Sprzedać czy trzymać.....	103
Rozdział 16 – Gdy przestaje cieszyć.....	109
Rozdział 17 – Algorytm wie, czego chcesz	115
Rozdział 18 – Estetyka jako usprawiedliwienie	121
Rozdział 19 – Mikronagrody i dopaminowy leasing	127
Rozdział 20 – Gdy plastik zastępuje sens.....	133
Rozdział 21 – Minimalizm, który nie działa	138
Rozdział 22 – Lęk przed byciem zwyczajnym	143
Rozdział 23 – Dorosłość w wersji kolekcjonerskiej	149

Rozdział 24 – Kiedy zaczynasz się tłumaczyć.....	154
Rozdział 25 – Kiedy przestajesz liczyć	158
Rozdział 26 – Poczucie kontroli, które jest iluzją	163
Rozdział 27 – Rywalizacja, której nikt nie ogłosił	168
Rozdział 28 – Iluzja wspólnego języka	173
Rozdział 29 – Gdy plastik staje się normą.....	177
Rozdział 30 – Punkt, w którym przestajesz wierzyć.....	182
Rozdział 31 – Co zostaje, gdy kurz opadnie.....	187
Rozdział 32 – Czy to naprawdę było o Labubu.....	192
Rozdział 33 – Co naprawdę kupujesz.....	197
Rozdział 34 – Cisza po hype.....	202
Rozdział 35 – Brutalna prawda.....	207

INTRO

Labubu nie przyszło po Twoje dziecko.

Przyszło po Ciebie.

Po Twoją kartę płatniczą.

Po Twoją uwagę.

Po Twoje „to tylko jedna figurka”.

Bo przecież to tylko zabawka.

Mała.

Słodka.

Kolekcjonerska.

Z oczami większymi niż Twoje ambicje.

Z uśmiechem bardziej wyrachowanym niż marketing banku.

I nagle okazuje się, że dorośli ludzie stoją w kolejkach.

Odświeżają strony.

Płacą jak za złoto.

Handlują plastikiem jakby to był surowiec przyszłości.

Labubu nie jest zabawką.

To test.

Na dojrzałość.

Na odporność.

Na świadomość.

I większość z nas go nie zdaje.

Bo to nie chodzi o figurkę.

Chodzi o to uczucie.

- Chcesz czegoś, czego nie możesz mieć od razu.
- Czujesz napięcie, kiedy widzisz „wyprzedane”.
- Wmawiasz sobie, że to inwestycja.
- Tłumaczysz, że to dla dziecka.
- A w środku wiesz, że to dla Ciebie.

Labubu nie sprzedaje plastiku.

Sprzedaje niedostępność.

Sprzedaje iluzję wyjątkowości.

Sprzedaje poczucie, że jesteś częścią czegoś większego niż
Twoja rutyna między Biedronką a Netflixem.

I to działa.

Bo jesteśmy zmęczeni zwyczajnością.

Chcemy czegoś małego, kolorowego, dziwnego, co powie
światu:

„Nie jestem jak wszyscy”.

A potem kupujemy dokładnie to samo co wszyscy.

Masowo.

Hurtowo.

Publicznie.

- Kupujesz unikalność w tysiącach egzemplarzy.
- Kolekcjonujesz coś, co kolekcjonują miliony.
- Czujesz się wyjątkowy w najbardziej przewidywalny sposób.
- I jeszcze publikujesz to w social mediach.

Labubu to współczesna religia bez boga.

Ma swoje dropy.

Ma swoje święta.

Ma swoje rytuały rozpakowywania.

Ma swoje herezje w postaci podróbek.

I ma wyznawców.

Wyznawców, którzy potrafią wydać więcej na figurkę niż na książkę.

Wyznawców, którzy potrafią obudzić się o 3 w nocy, żeby kliknąć „kup teraz”.

Wyznawców, którzy powiedzą: „Nie rozumiesz, to limitowana edycja”.

Oczywiście, że nie rozumiem.

Bo limitowana edycja to dziś podstawowy model biznesowy.

Ograniczona dostępność to najtańszy sposób na wywołanie paniki.

A panika sprzedaje lepiej niż jakość.

- Gdyby było dostępne zawsze, nie chciałbyś tego tak bardzo.

- Gdyby nie było drogie, nie czułbyś, że to coś znaczy.
- Gdyby nie było trudne do zdobycia, nie byłoby ekscytujące.
- Gdyby nie było viralowe, nie istniałoby.

Labubu jest idealnym produktem naszych czasów.

Dziwne.

Słodko-niepokojące.

Trochę creepy.

Trochę kawaii.

Trochę absurdałne.

Tak jak my.

Bo żyjemy w epoce, w której dorosłość została zawieszona.

Mamy kredyty.

Mamy obowiązki.

Mamy wypalenie.

Ale chcemy mieć też coś, co wygląda jak ucieczka do dzieciństwa.

Małą figurkę, która nie wymaga odpowiedzialności.

Nie pyta o PIT.

Nie ocenia Twojej kariery.

Nie przypomina, że masz 40 lat.

Po prostu stoi.

I patrzy.

A Ty czujesz, że to Twoje.

- W świecie, w którym wszystko jest tymczasowe, plastik wydaje się trwały.
- W świecie, w którym relacje się sypią, kolekcja rośnie.
- W świecie, w którym nie masz kontroli, możesz przynajmniej zdobyć kolejny model.
- W świecie chaosu porządek półki daje złudzenie stabilności.

Labubu nie jest problemem.

Jest objawem.

Objawem epoki niedoboru sensu i nadmiaru bodźców.

Objawem tego, że emocje kupuje się szybciej niż refleksję.

Objawem tego, że marketing rozumie nas lepiej niż my sami.

Bo marketing wie jedno.

Nie kupujesz rzeczy.

Kupujesz historię o sobie.

O tym, że jesteś kolekcjonerem.

O tym, że masz gust.

O tym, że jesteś „wtajemniczony”.

I ta historia jest ważniejsza niż plastik.

W tej książce nie będę Ci mówił, żebyś przestał kupować.

Nie będę Cię moralizował.

Nie będę udawał, że jestem ponad tym.

Bo nie jestem.

Ja też kliknąłem kiedyś „kup teraz”.

Ja też poczułem dreszcz, gdy coś było wyprzedane.

Ja też wmawiałem sobie, że to rozsądne.

Ta książka nie jest o Labubu.

Jest o Tobie.

O tym, jak łatwo sterować naszym pragnieniem.

O tym, jak bardzo potrzebujemy należeć.

O tym, jak bardzo boimy się być zwyczajni.

Labubu to tylko maskotka.

Ale maskotki mówią więcej o społeczeństwie niż manifesty.

- Bo pokazują, czego pragniemy, gdy nikt nie patrzy.
- Pokazują, ile jesteśmy gotowi zapłacić za chwilę emocji.
- Pokazują, jak łatwo tworzy się sztuczny niedobór.
- Pokazują, że dorosłość to często tylko dobrze opłacona iluzja.

Będziemy mówić o kolekcjonowaniu.

O hype.

O FOMO.

O rynku wtórnym.

O influencerach.

O rodzicach, którzy mówią „dla dziecka”, a trzymają figurkę w swoim gabinecie.

Będziemy mówić o tym, dlaczego plastik wygrywa z rozsądkiem.

I dlaczego to wcale nie jest przypadek.

Ta książka nie ma dać Ci rozwiązania.

Nie powie Ci, czy masz kupować czy nie.

Nie powie Ci, że jesteś głupi.

Nie powie Ci, że jesteś ofiarą.

Powie tylko jedno.

- System nie działa dlatego, że jest zły.
- System działa dlatego, że jest skuteczny.
- A Ty jesteś jego idealnym klientem.

Labubu to lustro.

Nie krzyczy.

Nie ocenia.

Stoi.

I odbija.

Pytanie brzmi:

Co w nim widzisz?

Bo jeśli widzisz tylko zabawkę, to ta książka będzie niewygodna.

A jeśli widzisz coś więcej, to znaczy, że już czujesz, że to nie jest tylko plastik.

To jest mechanizm.

I właśnie o nim będzie ta historia.