समाचार वाणी
ख़बर जो करें असर !

नाशिक | Saturday, 26 September 2026

# लबूबू डॉल ने धूम मचाई : एप्पल सीईओ टिम कुक का रूप धरकर पहुंची एक्सिबिशन मे, चेहरे पर शैतानी मुस्कान और हाथ मे मोबाइल देखकर लोग बोले—‘कॉपिकेट कुक !’

Publisher
Published on 16 Oct 2025

टेक्नोलॉजी और क्रिएटिविटी का संगम जब एक जगह होता है, तो कुछ अनोखा देखने को मिलता है। ऐसा ही नज़ारा हाल ही में शंघाई में आयोजित एक इंटरनेशनल एग्जिबिशन में देखने को मिला, जहां एप्पल के सीईओ **टिम कुक (Tim Cook)** खुद पहुंचे और उनके स्वागत में मौजूद थी एक बेहद खास गेस्ट—**लबूबू डॉल (Labubu Doll)**, जिसने सभी का ध्यान अपनी ओर खींच लिया।

दरअसल, यह कोई आम डॉल नहीं थी। यह लबूबू डॉल खासतौर पर **टिम कुक के लुक मे तैयार की गई थी।** उसके हाथ में मोबाइल फोन था, चेहरे पर वही शरारती मुस्कान और स्टाइल बिलकुल एप्पल के प्रमुख की तरह थी। जैसे ही टिम कुक ने इस डॉल को देखा, उनके चेहरे पर भी मुस्कान आ गई और उन्होंने बिना देर किए उसके साथ पोज़ देकर तस्वीर खिंचवाई।

तस्वीर में टिम कुक और लबूबू डॉल दोनों एक जैसे अंदाज़ में खड़े नजर आ रहे हैं—हाथ में फोन, चेहरा कैमरे की ओर और हल्की-सी शैतानी मुस्कान। जैसे ही यह फोटो सोशल मीडिया पर आई, देखते ही देखते वायरल हो गई। लोग इस क्रिएटिव आइडिया की तारीफ करने लगे, तो कुछ यूज़र्स ने इसे “**कॉपिकेट कुक**” का नाम दे डाला।

इस एक्सिबिशन का आयोजन चीन के शंघाई में हुआ था, जहां एप्पल ने अपने नए इनोवेशन और डिजाइन कॉन्सेप्ट्स को प्रदर्शित किया। लबूबू डॉल्स बनाने वाली कंपनी **Pop Mart** ने भी इस इवेंट में हिस्सा लिया था। इसी दौरान Pop Mart ने अपने सबसे लोकप्रिय कैरेक्टर लबूबू को एप्पल सीईओ के रूप में पेश कर एक मज़ेदार सरप्राइज दिया।

एप्पल के प्रशंसक और टेक लवर्स इस इवेंट में बड़ी संख्या में मौजूद थे। जैसे ही टिम कुक पहुंचे, चारों ओर फ्लैश लाइट्स चमक उठीं। लेकिन सबसे ज्यादा चर्चा उस वक्त हुई जब उन्होंने “**लबूबू टिम कुक एडिशन**” के साथ फोटो खिंचवाई। इस तस्वीर को खुद टिम कुक ने अपने सोशल मीडिया अकाउंट पर साझा करते हुए लिखा,

*“It’s always great to see creativity meet technology. Loved meeting my little Labubu twin in Shanghai!”*

इसके बाद इंटरनेट पर यह फोटो धमाल मचा गई। कुछ लोगों ने लिखा, *“[illegible]”* वहीं, एक यूजर ने मज़ाक में कहा, *“[illegible], [illegible]”*

लबूबू डॉल्स अपनी शरारती स्माइल और यूनिक डिजाइन के लिए जानी जाती हैं। यह कैरेक्टर खास तौर पर **Pop Mart के डिजाइनर Kasing Lung** ने बनाया था और यह एशिया में बेहद लोकप्रिय है। यह डॉल बच्चों से लेकर बड़ों तक, हर उम्र के लोगों को पसंद आती है। चीन, जापान और कोरिया में इसके कलेक्शन आइटम्स काफी ट्रेंड में हैं।

अब जब इस डॉल ने टिम कुक का अवतार धारण किया, तो फैंस के बीच इसका क्रेज और बढ़ गया। Pop Mart ने इस मौके पर एक लिमिटेड एडिशन “**Labubu x Apple Collaboration Doll**” जारी करने की भी घोषणा की। कंपनी के अनुसार, यह खास एडिशन जल्द ही सीमित मात्रा में चीन और अमेरिका के चुनिंदा Apple स्टोर्स में उपलब्ध कराया जाएगा।

एप्पल की ओर से भी यह कदम ब्रांड की “**Creative with Playful Touch**” रणनीति का हिस्सा बताया जा रहा है। टिम कुक हमेशा से डिज़ाइन, कला और तकनीक के मिश्रण के पक्षधर रहे हैं। शंघाई में यह इवेंट भी इसी विचार को बढ़ावा देने के उद्देश्य से आयोजित किया गया था।

फोटो वायरल होने के बाद ट्विटर (अब X) और इंस्टाग्राम पर #Labubu और #TimCook ट्रेंड करने लगे। हजारों यूज़र्स ने इस प्यारी सी तस्वीर पर मज़ेदार कमेंट्स किए। किसी ने लिखा, *“[illegible]”* तो किसी ने कहा, *“[illegible]”*

इंटरनेट पर कुछ लोगों ने इसे मार्केटिंग का शानदार उदाहरण बताया। एक मार्केटिंग एनालिस्ट ने लिखा, *“[illegible], [illegible]—[illegible], [illegible]”*

लबूबू डॉल का यह अवतार अब न केवल सोशल मीडिया पर बल्कि एप्पल और Pop Mart दोनों के लिए एक प्रमोशनल माइलस्टोन बन गया है। रिपोर्ट्स के मुताबिक, Pop Mart आने वाले महीनों में एप्पल से जुड़ी थीम पर और भी लिमिटेड एडिशन डॉल्स लॉन्च करने की योजना बना रहा है।

टिम कुक की शंघाई यात्रा वैसे भी चर्चा में थी, क्योंकि वे एप्पल की सप्लाई चेन और नए प्रोडक्शन यूनिट्स के निरीक्षण के लिए चीन पहुंचे थे। लेकिन इस लबूबू डॉल ने सारी लाइमलाइट अपनी ओर खींच ली।

इस मुलाकात ने यह साबित कर दिया कि **टेक्नोलॉजी के गंभीर चेहरे के पीछे भी एक हल्का, मज़ेदार और इंसानी पहलू छिपा होता है।** टिम कुक की यह तस्वीर आज लाखों फैंस के लिए न केवल मनोरंजन का जरिया बनी, बल्कि यह भी दिखाया कि कभी-कभी “ब्रांड को मानवीय बनाना” ही उसकी सबसे बड़ी ताकत होती है।

---

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Publisher, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsover.