

玩具市場冷熱不均 中國旺盛全球下滑



近年內地兒童玩具市場呈現出持續爆發態勢，數據顯示2018年內地玩具市場零售規模約為680億元（人民幣，下同），消費需求旺盛；但另一方面，全球玩具市場卻呈下滑趨勢。香港文匯報記者近日在素有「中國玩具市場風向標」之稱的廣州國際玩具及教育產品展覽會（下稱廣州玩具展）上看到，不少參展企業積極開拓內銷市場，其中不乏港商。同時，內地玩具廠商在內銷市場穩定增長的情況下，也在嘗試走向全球市場。

圖／文：香港文匯報記者 帥誠 廣東報道



▲廣州玩具展是行業市場的風向標。

▲香港館吸引二十多家港企參展。

▲香港嘩嘩星球設計的文創產品。

圖為宏翔在港註冊分公司銷售的運動產品。

內企拓海外 港企欲進來

在 第31屆廣州玩具展上，香港中小企業聯合會帶隊組織了二十餘家香港玩具廠商參展，並專門設立了香港館。在參展的港資企業中，不乏首次在內地參展的廠商。

作為一家融入了香港動漫設計元素的文創品牌，香港嘩嘩星球文化娛樂有限公司便是首次參加廣州玩具展。公司銷售經理江克強介紹，公司目前在香港有獨立的设计團隊，主要是根據客戶需求提供個性化的文創及玩具產品設計，同時也開發了自主研發设计的文創玩具。

港企：推廣香港文創設計

「公司2014年在香港成立，考慮到內地市場潛力巨大，2017年我們在東莞設立了推廣部門，希望能夠將香港本土文創設計元素在內地推廣。」對於參加廣州玩具展，江克強表示，除了希望找到合適的內地經銷商，也希望能夠與內地電商平台開展業務合作。

記者之後通過電話聯繫該公司東莞松山湖分部的市場總監謝偉忠了解到，嘩嘩星球選擇在東莞松山湖高新開發區設立推廣部，是考慮到東莞玩具生產廠商集中、產業鏈成熟，加上當地政府對文創產業扶持力度大，「在松山湖我們的辦公室租金都享受到減免優惠」。

謝偉忠說，目前公司的產品外銷仍佔八成，但隨着近年全球玩具市場銷量下滑，外銷優勢不再明顯。「這兩年公司產品的銷量基本持平，增長緩慢，所以我們也希望通過開拓內地市場帶來轉機。」

內企：主動對接國際市場

港企目光聚焦內地市場，無獨有偶，內地廠商也在嘗試走向國際。汕頭市作為廣東乃至全國玩具產業鏈的集約中心，在本屆玩具展上的參展商中佔了近三成。宏翔工藝玩具廠便是一家在當地扎根20年的老牌玩具廠商，公司內部經理陳偉文表示，廣州玩具展作為內地最大的玩具展，公司在成立之初便堅持每屆參

展。作為一家主營青少年運動類玩具產品的廠商，宏翔早年便在內地市場站穩了腳跟，「過去我們在內地專業展會主要是結識海外客戶，尤其是廣州玩具展因為時間緊挨着廣交會，每次都能有不少海外訂單。」但被動結識海外客戶已不能滿足公司的發展需要，2015年宏翔在香港註冊成立分公司並設立海外銷售部，主動對接國際市場讓宏翔近年的內外銷比例各佔一半。「去年我們的海外銷售額約3,000萬元。」他說。



謝偉忠

電商漸成主流銷售渠道

隨着電子信息產業的發展，玩具產業透明度越來越高，陳偉文表示，往年大型採購商大單長單一次性成交的盛況不再，中小型採購商小批量個性化訂單需求不斷增長，這也為公司的生產線多樣化提出了挑戰。此外，電商渠道正逐漸成為玩具產品的主流銷售方式，宏翔自2012年進入電商渠道至今，已有七成以上商品通過各大電商平台銷售，而大賣場、體育用品店的那個傳統線下渠道正不斷縮水。

為了解內地玩具產業的新動向，也有不少香港採購商來到廣州玩具展。在香港從事玩具設計工作的葉先生告訴記者，自己每年都會到香港玩具展和廣州玩具展了解最新玩具產品，「與過去相比，近幾年內地玩具廠商的發展明顯加快，玩具品類也呈現多元化趨勢，可以說內地和香港玩具產業的差距已經很小。」不過他也坦言，相比之下，內地玩具廠商在自主創新方面還不夠突出，大多以購買熱門動漫IP版權的方式提高產品附加值。

網上玩具相關資訊熱詞

排名	玩具	點擊次數
1	佩奇	5.46億
2	親子	2.27億
3	早教	1.75億
4	汽車	1.55億
5	趣味	1.55億
6	益智	1.3億
7	挖掘機	1.26億
8	顏色	1.15億
9	奇趣	1.03億
10	工程車	0.96億

全球熱門玩具種類



資料來源：中國玩具潮流趨勢報告

智能教育產品快速崛起

隨着廣州玩具展規模的擴大和面積的不斷增加，參展的品類也更加豐富，除了電子電動、塑膠、布毛絨、木製、益智智能等經典玩具外，在消費升級的大環境下，伴隨新興教育理念的崛起，近年還不斷湧現各式「玩教結合」的電子早教產品、玩具以及STEAM產品，兒童智能與教育產品已是大勢所趨。

作為智能兒童教育領域的人工智能應用領軍企業，雲知聲在本次展會上帶來了玖勝科技京東狗、康力優藍Hello Kitty、叮噠機器人等十餘款智能兒童生態產品，並首度曝光了自主研發打造兼集眾多黑科技於一身的多模態交互教育機器人。

雲端服務助增優勢

據公司銷售經理馮祥介紹，目前雲知聲面向智能陪讀機器人市場的主要產

品為標準化AI陪伴教育機器人方案，內容包括硬件模塊、雲端服務和手機App三大部分，「相比業內同類產品，我們的方案人機交互響應速度最快僅0.2秒，已實現接近真人自然對話的效果。」此外，雲端內容的快速更新也成為該產品的一大優勢，用戶僅需一次性購買裝載了方案的機器人，之後便可通過聯網免費更新雲端服務內容。馮祥還表示，為了保證雲端內容的更新頻率和質量，公司共設立了400人的研發團隊用於系統維護和內容開發。

據了解，這類AI陪伴教育機器人隨着信息化時代的發展和城鄉生活方式的改變，正越來越受到青睞。雲知聲的方案自2016年投入內地市場，銷量每年都倍增，去年總銷售額更是超過1億元人民幣，馮祥指，作為新興產業目前內地市場還未飽和，且機器人產品無論硬件或是軟件更新迭代速度都非常快，這決定了市場對新品的需求會不斷增長。

在展會現場也發現，在消費升級趨勢的帶動下，具有教育學習功能與動漫影視IP的玩具參展商明顯比往届增多。據介紹，2019年參會的幼教及遊樂設施的展商近30家，融合人工智能及AR技術的早教玩具展商有80多家，加上具有益智、教育功能的木製、塑膠、磁力拼插玩具展商，總共近300家。拼插積木、語音智能玩具等科教類產品將成為本屆展會最大亮點。

近年來教育產業特別是學前教育在內地發展迅速，教育產品未來的發展前景廣闊，市場需求大。據有關統計，動漫影視IP授權衍生玩具市場佔有率在逐年加大，目前的市場份額已經達到30%。因此，展會主辦方特意將展會名稱變更為「第31屆廣州國際玩具及教育產品展覽會」。

情懷產品復甦 老玩具合作新IP

玩具展上，一款主打四驅車情懷產品的玩具吸引了參觀者。上世紀90年代，由日本模型公司研發的四驅車風靡全球，更因此誕生了衍生動漫《四驅小子》等熱門IP，因為四驅車的可玩性、改裝性及競技性等特點，這玩具在香港和內地都曾很火熱。而隨着一代玩家的成長，這風潮如今的關注度遠不如前。

四驅車進軍校園搶客

「經過市場調研，我們發現內地仍有一批數量可觀的情懷玩家，但因為對市場前景的未知，目前內地還沒有專門設計生產四驅車的廠商。」深圳普贏創新科技股份有限公司產品經理王茹告訴記者，公司去年正式啟動了名為愛樂貓的國產四驅車研發項目。

王茹說，除了現有的玩家群體

作為潛在客戶之外，公司還通過與校園合作拼裝活動、舉辦全國性比賽等方式擴大市場。「四驅車需要自己動手拼裝，改裝配件，參加比賽時也需要與其他人當面交流互動，是一項很好的運動，對現在的青少年來說也有很多益處。」她透露，公司從去年正式量產一款四驅車後，已經與十餘家高校合作，零售渠道銷量也穩定增長，「到目前不足一年時間，我們的產品銷量已經接近千萬。」公司已經研發設計了多款四驅車，將逐步開始量產上市。

她指出，雖然目前產品海外銷售額仍佔八成，但去年開始內地市場需求不斷增加，從產品需求增量來看內外銷已基本持平。「我們去年也開始與京東商城、天貓等大型電商平台合作，希望進一步擴大內銷市場。」

有着46年歷史的木質玩具品牌參展商木玩世家則與愛樂貓的發展模式截然相反。該公司渠道經理王平武告訴記者，公司成立至今一直保持了純木質玩具的風格，但近年隨着全球市場環境和消費者興趣變化，公司也開始通過與熱門影視動漫IP合作進行轉型。

純木玩具結合漫威英雄

「2015年開始，我們購買了漫威人物形象版權，並將公司的經典系列活動人偶與漫威英雄人物結合。」新產品形象一經發佈即獲得良好反響，公司在海外市場銷量快速增長，「2017年巔峰期年銷量超過8,000萬元人民幣。」為了鞏固海外市場，木玩世家還將海外產品的包裝交給法國專業設計公司製作，以更符合歐美客戶審美的標準包裝產品。



愛樂貓自主研發的四驅車。



木玩世家與漫威合作的人偶產品。

粵玩具產業佔全國半壁江山

在展會期間，廣東省玩具協會會長李卓明透露，2018年，內地玩具出口增長率為4.5%，相比2017年的同比增長31%下降了近27個百分點。他認為，儘管去年全球玩具出口市場複雜嚴峻，但2018年廣東玩具產業發展仍然穩健，去年廣東省玩具出口149.56億美元，同比增長14.67%，佔全國比重59.62%。廣東仍是全國最大的玩具生產出口基地。

在內銷方面，2018年內地玩具市場零售約為680億元人民幣，與2017年大致持平。「在內地市場，一些玩具細分品類突起，比如具備教育學習功能的玩具市場就增長得很快。」李卓明表示。

記者在展會現場也發現，在消費升級趨勢的帶動下，具有教育學習功能與動漫影視IP的玩具參展商明顯比往届增多。據介紹，2019年參會的幼教及遊樂設施的展商近30家，融合人工智能及AR技術的早教玩具展商有80多家，加上具有益智、教育功能的木製、塑膠、磁力拼插玩具展商，總共近300家。拼插積木、語音智能玩具等科教類產品將成為本屆展會最大亮點。