

“潮玩”密码：文化解锁制造业新赛道

新华社广州电(记者肖思思、黄浩苑、邓瑞璇)近年来,潮流玩具市场兴起。潮流玩具被赋予艺术、社交、收藏等属性,不但广受年轻人喜爱,也使得玩具制造这一传统劳动密集型产业焕发新的商机。

潮玩品牌拼酷来自“中国潮玩之都”东莞,以中国传统文化为设计特色,推出了还原古代嫁娶习俗的十里红妆系列、展现盛唐风貌的大唐小街系列等中国风3D金属拼装系列产品。如今,拼酷产品被翻译成7个语言版本,在100多个国家和地区销售,仅“凤冠”一款产品就月销22万件,年销售额过亿元。

“推进潮玩产业高质量发展座谈会”19日在东莞召开,记者了解到,全球范围内潮玩市场正处于高速发展阶段,市场规模从2015年的87亿美元增长到2022年的340亿美元。目前,东莞拥有超过4000家玩具生产企业,近1500家上下游配套企业。全球动漫衍生品中,近四分之一由东莞制造;国内近85%的潮玩产自东莞。截至2022年,东莞涉及潮玩生产的规上企业共计87家,工业总产值达到166.57亿元,同比增长29.8%。东莞即将落成中国潮玩之都·潮玩中心,进一步推动行业聚集发展。

“早期,国内的潮玩生产企业主要做国外代工,市场上很多都是国外IP或者角色产品。现在,国产品牌在崛起,也在设计中加入了更多中国传统元素,目前市场偏好更多的是带有中国元素的潮玩。”专注潮玩交易的线上平台潮玩族副总经理吴逸夫说。

“中国传统文化给了我们创作的灵感和想象的来源。我们把《山海经》《三国演义》等中国传统故事中的形象,用潮玩的方式推向世界。”东莞东秀文化有限公司创始人王东东说。

据《2023中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》数据显示,2022年中国玩具(不含游戏)出口额为483.6亿美元,比上年增长5.6%。

深圳市文化广电旅游体育研究中心副研究员高小军认为,潮玩是对外文化贸易中非常好的品类,在中国文化出海过程中,有望成为一种广受欢迎的形象载体。

中国潮玩头部企业泡泡玛特日前发布2023半年报。数据显示,其今年上半年实现营收28.14亿元,同比增长19.3%;海外业务延续高速增长态势,上半年营收同比增长近140%。

今年上半年,泡泡玛特在法国、马来西亚开设了线下门店,并通过参加海外大型展会、艺术家签售会等方式,推动品牌的全球化,推广潮流玩具文化。

泡泡玛特国际集团副总裁陈晓芸介绍,目前,泡泡玛特已经在全球超过25个国家开设超过55家线下门店,有100多台机器人商店,建立了覆盖超过80多个国家的跨境电商网络。

“潮玩的发展为玩具行业注入了新的文化附加值,文化附加值给整个行业发展带来了更多可能性和想象空间。它已经超出了传统玩具的使用功能,带有更多情绪价值和艺术属性。”陈晓芸说。

“这是一种满足每个人都想得到内心期待的一种产品,基于一种未知的惊喜。”东莞永捷塑胶制品有限公司销售总监吕敏介绍,该公司一年生产包括奇趣蛋、扭蛋、惊喜蛋在内的1亿枚“蛋”,为消费者带来更多的情绪价值。

初创企业广州漫游舱网络科技有限公司总经理罗晓星对未来发展很有信心,他认为,文化赋能传统的玩具制造业,在潮玩这一新赛道,会有更多的机会和更大的全球市场。



▲东莞城仕玩具有限公司生产的潮玩形象劳拉。受访者供图



◀拼酷的香囊潮玩产品(9月19日摄)。新华社记者 潘禹杰 摄



▼东莞永捷塑胶制品有限公司设计的原创潮玩(9月19日摄)。新华社记者 邓瑞璇 摄



▼东莞市顺林模型礼品股份有限公司生产的潮玩(9月19日摄)。新华社记者 邓瑞璇 摄

踔厉奋发强国防 勇毅前行向复兴

2023年9月 全民国防教育月

茂名市全民国防教育办公室 宣