

梁振英考察江西中醫藥產業 倡培育創新品牌

【大公報訊】記者王道南昌報導：4月9日，助推湘贛粵港澳中醫藥產業鏈協同發展聯席會議暨聯盟會議在江西南昌召開。全國政协副主席梁振英出席會議並表示，二十大報告強調「促進中醫藥傳承創新發展」，我們要傳承老祖宗留下來的智慧，要做好創新和發展的工作。

梁振英強調，發展中醫藥產

業，要重視信息平台的重要性，以及充分發揮香港國際貿易中心、服務業優勢作用的必要性和可行性。要高度重視市場在資源配置中的決定性作用的發揮，更加注重堅持需求導向，更加注重提升產品質量，更加注重培育創新品牌。

推動區域企業併購重組

中國工程院院士、國家中醫藥

管理局副局長黃琦瑋建議，要發揮五地優勢，加強聯動協作，優化資源配置，增強穩定中醫藥發展協同性、聯動性、互補性，全面提升區域中醫藥行業發展水平。同時，深度推進國家中醫藥綜合改革示範區及粵港澳大灣區中醫藥高地建設，促進港澳融入祖國發展的大局。

湘贛粵港澳中醫藥全產業鏈協同發展聯盟於去年11月成立，下設

「中藥材合作中心」「中醫藥產業化合作中心」「中醫藥科技創新合作中心」「中醫藥商貿合作中心」，探索「研發在大灣區、產業化在湘贛粵、市場向海外」的湘贛粵港澳中醫藥產業合作創新模式，加速優質中醫藥資源在粵港澳大灣區流動。

華潤江中總經理，聯盟副主席、聯盟產業化合作中心主任劉為

權介紹，目前聯盟產業化合作中心各成員單位做了一些積極探索，取得了一定進展。其中，正積極推動與贛湘粵區域間的企業併購重組。

全國政協常委、香港特別行政區食物及衛生局前局長、中醫藥全產業鏈香港中心主席高永文表示，香港將進一步確定中醫藥貿易合作平台的運作模式和相關資源配套，爭取盡快推動工作。

組團設「香港館」 自主品牌拓內銷

深圳玩具展 港企航天新品突圍

港澳與內地恢復全面通關後首個國際玩具展，第35屆國際玩具及教育產品（深圳）展覽會（簡稱「深圳玩具展」）4月7-9日在深圳國際會展中心舉辦，吸引了海內外1400多家參展商展出最新設計與新款產品。其中，港企組團設「香港館」，以自主品牌加快拓展內地市場。有港企受訪表示，隨着內地經濟復甦發展，內銷市場增長動能強勁，針對青少年學生開發太空主題玩具、「長征火箭」系列，備受追捧。也有港企通過設計新型玩具、新潮禮品公仔，內銷業務份額逐年增加。

大公報記者 方俊明報導

玩具展期間，會後空翻的毛絨玩具狗、眨着大眼睛的長安公主人偶、逼真的做飯小家電……展會上不僅有適合孩童的益智啟迪玩具，還有各類潮流玩具，讓前來逛展的觀眾愛不釋手。

1400多展商攜招牌產品「秀肌肉」

「隨着今年春節特別是港澳與內地恢復全面通關後，玩具生產企業迅速復工復產，加快新品研發進度。」廣東省玩具協會會長李卓明表示，本屆國際玩具展參展種類涵蓋木製紙板、毛絨、塑料、電子電動、智能數碼、授權及衍生品等領域，1400多家展商悉數帶上自家的拳頭產品「大秀肌肉」。

參展港企海翔文教用品公司段經理表示，該企業生產玩具出口30多個國家，目前在惠州等地設有大型生產工廠。「隨着內地經濟加速復甦，看好內地市場，以自主品牌卡樂淘加大力度拓展內銷」。其中，設計「我的童話樂園」系列潮流玩具，涵蓋女孩日常的衣食住行領域，譬如裝扮、時尚首飾、創作童話故事等新款玩具及配套系列，受到內地女孩歡迎。

「在保持海外訂單的同時，目前加速拓展內銷市場。」港企恆邦企業公司市場部主管邵女士表示，目前正通過IP合作、品牌專賣店等方式進一步打開內地市場，包括設計新型玩具槍、各種新潮禮品公仔，還有坦克模型、縮比玩具、戶外戰術裝備等，暢銷全國近30個省市。

港企立信五金塑膠廠公司銷售經理張耀東告訴記者，目前公司的內銷市場份額仍相對較小，但趁着內地疫情防控措施「優化」放開的時機，加快擴展內銷業務，目前玩具產品主打太空、恐龍等主題，受到內地消費者歡迎。

港企緊貼「空天探索」熱潮

「今年公司主打內地市場，其中獲得正版授權開發「長征火箭」玩具系列，射程可分15米、45米兩種類，滿足不同年齡少年的需求。」港企華澳嘉盛科技公司工作人員表示，該企業還推出「長征戰鬥弓」系列，突出「空天探索」概念，射程可達到約60米。在瞄準青少年市場的同時，亦助力培養他們「中國人的航天夢」情懷與信心。

港企力嘉玩具公司有關負責人指出，目前國產玩具的先進製造技術「過硬」，國內外兩個市場同時深拓。現時該公司在東莞設4個廠房，配備最新技術和先進機器，實現全自動化生產。「為確保高精度產品的製造，公司不斷提高生產技術。對於客戶多樣化的需求，也採用較靈活的客制方案，公司產品廣泛應用在智能玩具、智能家居、機器人乃至5G設備等領域，滿足全球市場不斷增長的需求」。



▲港企開發的太空主題玩具，「長征火箭」系列。大公報記者方俊明攝



▲4月7-9日舉行的深圳玩具展吸引了海內外1400多家參展商展出最新設計與新款產品。圖為採購商在採購玩具。大公報記者方俊明攝

走專精特新路線 減少同質化競爭

專家解讀

廣東省玩具協會會長李卓明受訪時表示，中國企業擁有先進的生產技術、設備、人才和完善產業鏈，預計「中國玩具產業優勢地位未來十年不變」。而目前國產玩具「國潮風」熱銷，自主品牌出口迎來新機。

中國產業優勢未來十年不變

「國產玩具品牌力推「國潮」、軍事題材系列等產品，受到市場熱捧；也有國產品牌看好青年群體的玩具消費力，推出仿真貓狗等寵物陪伴型的毛絨玩具。」李卓明透露，不少國產玩具近年主動升級換代差異化發展，包括積極申報「專精特新中小企業」和「專精特新小巨人」等，目前有十餘家玩具企業已獲得政府認定。「玩具是創意產品，專精特新不僅可有效拓展市場，也能減少同質化競爭壓力」。

為搶抓海內外商貿交流活動在疫情後重啟時機，國產玩具自主品牌加快拓展海外市場。國產積木是其中最有代表性的品類，通過夯實產業鏈和供應鏈，如今國產積木不僅產品質量大幅提高，而且依仗「國潮風尚」「模塊化設計」「大膽買授權」等助力，走向跨越發展。據主流跨境電商平台的統計數據觀測顯示，國產積木品牌在海外市場的知名度和佔比均逐步上升。

對於近期業內「外需減弱」討論，李卓明表示，如今外國特別是東南亞玩具同行的生產成本相對雖低，但中國企業擁有更先進的生產技術、設備、人才和完善產業鏈，而且中國社會環境安全穩定，交貨有保障，所以很多品牌公司質量要求高的產品，仍都寧願交由中國企業生產。「中國這樣的產業優勢，未來十年不會改變」。

大公報記者方俊明

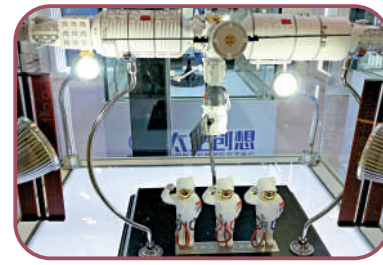
國產玩具引領潮流



▲港企生產的「戰三國」人物玩具。



▲國產玩具之手工醒獅系列。



▲中國航天系列之空間站模型。

緊扣時尚拉動消費

●冰墩墩、可達鴨以及各類潮流玩具在去年中國國內市場引發年輕人爭相搶購，拉動消費明顯。

袖珍模型手辦俏銷

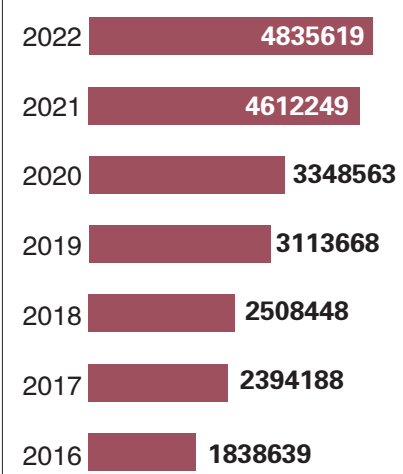
●今年積木、卡牌、魔方、盲盒等一系列品類預計仍會俏銷，毛絨玩具、有動漫IP授權的可收藏袖珍模型手辦等更易出「爆款」。

軍事太空主題受捧

●國產玩具力推「國潮」、軍事題材、太空主題等系列产品，並針對青年群體推出仿真貓狗等寵物陪伴型的毛絨玩具；至於近期引發社會熱議的聊天機器人(ChatGPT)，玩具也有雛形產品，「語音玩具」頻現。

大公報記者方俊明整理

近年中國玩具出口金額



單位：萬美元 數據來源：中國海關總署

迎中國經濟復甦 廠商創新掘金

國產玩具出口創新高！廣東省玩具協會會長李卓明受訪表示，儘管去年疫情多點頻發，但中國玩具出口金額仍創歷史新高，達3229.2億元人民幣；約佔世界市場70%份額，廣東依然是中國最大玩具生產和出口基地。

歐美庫存壓力巨大 競爭激烈

李卓明亦坦言，新冠肺炎疫情爆發後，防疫隔離措施一度激發全球玩具消費熱，拼圖積木等適宜居家親子娛樂的玩具市場大賣；但

到去年四季度，消費熱退潮明顯，在歐美兩大玩具消費市場，聖誕節過後商場貨架仍有不少賣剩的玩具，銷售比前年大為遜色。玩具跨國公司孩之寶、迪士尼、美泰等都面臨着巨大的庫存壓力，業績表現不佳，今年先後宣布裁員，市場前景不容樂觀。

「為應對全球玩具消費出現的重大變化，玩具企業積極創新產品。而隨着內地防疫措施優化，經濟快速復甦，內銷潛力正在釋放；特別是今年春節以來消費的各項指

標理想，內銷市場增長動能強勁，令玩具業界信心倍增。」李卓明表示，此次深圳玩具展吸引進場買家上升，而該國際玩具展素有「中國玩具市場風向標」之稱，從展會展況大致可預判市場消費和潮流趨向。「今年積木、卡牌、魔方、盲盒等品類預計仍會俏銷，但毛絨玩具、有動漫IP授權的可收藏袖珍模型手辦等更容易出爆款。也正是看到了巨大商機，以上幾類產品的創新尤為突出，搶佔市場的熱度持續高漲」。大公報記者方俊明