

製造全球1/4動漫產品 港設計師「國潮」覓商機



「世界工廠」東莞 變身潮玩之都

提起東莞，很多人想到的是響噹噹的「製造業之都」名號。但如今，「土別三日」恐怕要「刮目相看」了，東莞擁有了一張新名片——中國潮玩之都。今日之東莞潮玩產業配套完整，擁有超過4000家玩具生產企業，近1500家上下游配套企業，還是全國最大的玩具出口基地。全球動漫衍生品1/4在東莞生產，中國近85%的潮玩產自東莞，東莞也因此贏得了全國首個且唯一一個「潮玩之都」的美稱。值得關注的是，在東莞不少風靡海內外的「國潮」品牌設計中，都有香港玩具企業和香港設計師的身影，他們以自己的親身經歷，參與並見證了東莞從「世界工廠」向「潮玩之都」的華麗轉身。

大公報記者 盧靜怡東莞報道

在東莞繁華的市中心，一個高達12米、手抱籃球的潮玩雕塑IP「LAURA」格外引人注目。粵港澳大灣區文化創意產業總會執行會長、香港設計師黃競每次路過，都會由衷感受到這座城市的年輕和創新。

「技術創新拓寬設計空間」

「我之從前從香港帶IP來東莞落地生產，僅僅三個月就對接好生產商，完成了涉及10多種不同類別的商品生產。」他認為，潮流IP和品牌有相輔相成的部分，東莞勁吹「國潮風」離不開其工業底蘊。「我認為國潮不僅僅集中於玩具領域，潮玩本身應該是一種生活方式，涵蓋面可以更廣。剛好東莞的生產力量很強，香港設計配合東莞速度，相信大灣區潮玩發展前景會更好。」

對於東莞玩具產業來說，代工實現了在能力、技術、資源等方面的「原始積累」。如今的東莞，不只是玩具生產基地這麼簡單。數據顯示，目前，東莞全市共有57家規上潮玩企業。明顯的產業集群效應帶動了產業規模的迅速增長。目前，全球動漫衍生品有1/4在東莞生產，中國近85%的潮玩產自東莞。

身處其中的港企也在轉型升級。香港哈一代國際集團就是其一，他們從做代工到做潮玩，踩準了市場變化的機遇。公司營銷總監黃媚說，公司成立廿多年，而國潮品牌線「吾獨友偶」僅新開設了2年，已經在市場上得到認可。她說：「比如一款新品九尾狐，九條尾巴的毛絨玩偶如何立得起來，這很考驗技術創新。原本的加工技術給了更多設計空間，讓市場有耳目一新的產品。」黃媚說，通過原創設計的10款IP，通過社交媒體推廣，參加音樂會、潮玩快閃，與飲品店做聯名推廣，成功得到年輕群體的認可。

香港設計 內地實力出圈

港資企業東莞康達玩具禮品董事長溫國雄說，他在2019年特意成立了面向內銷市場的皓奇樂文化。他表示，內銷品牌兵分兩路，一方面爭取IP授權，另一方面是打造自己的IP。「我們也在往國潮方向研發新產品，我們的工藝優勢是做毛絨玩具，下一步計劃設計出毛絨和塑膠硬件結合的IP形象。」據透露，目前該品牌訂單能排滿半年產能。

不少東莞本地的玩具企業也與香港設計團隊合作，將潮玩推向市場。樂之寶文化創意有限公司業務部負責人何嘉豪說，該公司的潮玩設計團隊來自粵港澳及海外，既有國際視野又有潮流觸覺。「一直做貼牌加工是不長久的。所以開始轉型，組織了四五十人的設計團隊，自己做設計和品牌，這才是未來玩具產業發展的方向。」「我們公司合作的香港設計師所設計的一款搵膠公仔，在內地市場反響非常好。香港設計師完全可以透過作品說話，和大灣區玩具企業合作，其獨特設計風格可在內地實力「出圈」。」



▲第十三屆中國國際影視動漫版權保護和貿易博覽會現場。

東莞「國潮」設計 風靡海內外



▲位於東莞鴻福商園的潮玩店X11。

潮玩品牌拼酷還原古代嫁娶習俗的十里紅妝系列。

醒獅潮玩手辦「五虎將」。



「吾獨友偶」系列產品「赤眉九尾狐」。



▲摩動核潮玩品牌推出的「呂布·赤兔馬」機甲。

IP孵化能力提升 產業進入2.0時代

潮流元素

「額高而窄，眼大而能轉動，口闊帶笑，背寬鼻塌、面頰飽滿牙齒能隱能露……」這栩栩如生的描述，形容的就是醒獅。醒獅早在2006年就入選了國家級首批非物質文化遺產名錄，也是年輕人認受程度比較高的傳統活動。在東莞萬江聯聖堂醒獅團團長李偉傑把潮流元素大膽地融入傳統醒獅文化，利用音樂、舞美、燈光，將醒獅與電音、街舞相結合，做出有精氣神的醒獅手辦，打造專屬於年輕人的醒獅潮玩。

不僅僅是醒獅，融合中國傳統文化的「國潮」潮玩，越來越出圈。東莞不僅製造、設計潮玩水平高，孵化國潮IP的能力也在不斷上升。東莞市玩樂童話

嬰兒用品有限公司，是一家從事中國傳統文化系列和國潮系列IP品牌授權、動漫製作、動畫發行的全產業鏈綜合型企業。其公司以古籍《山海經》為藍本，打造了國潮山海經IP。該公司IP負責人石慧介紹，國潮IP讓一脈相傳的中華傳統文化多層次、多維度煥發光彩。她認為，東莞的潮玩產業已整體進入發展2.0階段。

廣東狼博旺實業有限公司董事長畢錦銘說，該公司開發了眾多經典IP衍生品，線上線下合作終端渠道數量超過2萬家。畢錦銘認為香港設計師可積極到大灣區找有規模的玩具企業合作，打出名堂。「我們有代理香港的Qee公仔，香港的設計很時髦，內地市場很認可。」

東莞潮玩產業介紹

- 玩具企業數量 超過4000家
- 上下游配套企業 近1500家
- 動漫衍生品生產量 佔全球1/4
- 國產潮玩生產量 佔中國85%
- 涉及潮玩生產的規上企業 共計87家
- 潮玩產值 166.57億元人民幣
- 地位 全國首個「中國潮玩之都」；是全國最大的玩具出口基地

大公報記者盧靜怡整理

產品翻譯成七版本 年銷售額過億元

走向世界

「產品被翻譯成7個版本」「全球網友在催更」……這些甜蜜的煩惱，來自東莞潮玩企業。他們設計的產品面向全球客戶群體，尤其是歐美、日韓等中高端市場。

來自「中國潮玩之都」東莞潮玩品牌拼酷，以中國傳統文化為設計特色，推出了還原古代嫁娶習俗的十里紅妝系列、展現盛唐風貌的大唐小街系列等中國風3D金屬拼裝系列產品。如今，拼酷產品被翻譯成7個語言版本，在100多個國家和地區銷售，僅「鳳冠」一款產品就月銷22萬件，年銷售額過億元。

創立了自主品牌「拼酷」的，是東莞市微石文化科技有限公司。總經理熊毛說，不少潮玩企業看重IP，產品迭代很快，但製造工藝傳統，做工也不夠精美細膩，產品生命周期也很難拉長。反過來，要讓潮玩有生命力，以製造為核心的產品力才是關鍵。而這恰是東莞製造的優勢。

摩動核也是東莞潮玩出海企業的代表之一。摩動核開闢了獨一無二的國風機甲賽道，目前公司擁有超過150人的研發團隊，組建了拼裝線、成品線和潮玩線三大產品研發生產線。其在日本Yahoo拍賣發布了摩動核系列機甲拍品，其中在國內售價2499元的合金成品呂布豪華版在日本賣至破萬元，官方原價僅199元的新品曹仁拼裝版拍賣出了近千元的高價。今年元旦期間發售的曹仁體驗版，在日本市場測試期間反饋熱烈，一度獲得5倍溢價。摩動核副總經理任綠柳感言：「東莞上下游產業豐富，只有在東莞，才能承接住這樣難度的生產製造。」

潮玩主題酒店 從大堂玩到房間



▲東莞首家潮玩主題酒店，客房布置不同潮玩主題。

有趣體驗

「北上消費」是港人的新潮流，港人還可以到東莞「潮玩小鎮」打卡體驗潮玩之旅。東莞「潮玩小鎮」石排，擁有規上潮玩製造企業28家，從潮玩的設計、生產，到IP的孵化、運營都一應俱全，佔據了全市「半壁江山」。來到「潮玩小鎮」，首先可以打卡東莞首家潮玩主題酒店。從酒店大門到大堂，都可以看到潮玩在cos不同電影、動漫的經典角色形象。酒店負責人介紹，房間內設置「找盲盒」活動，若住客在房間內找到盲盒，可免費獲得。

「潮玩小鎮」擁有「最潮」的鄉村——塘尾古村。塘尾村古建築群是全國重點文物保護單

位、國家AAAA級旅遊景區，至今已有800多年的歷史。塘尾古村內擁有一個塘尾藝術家聯盟，已入駐16位藝術家並開設不同類目工作室。

「潮玩小鎮」擁有全球最大鋼結構帽形建築「大帽子文創園」。在這個巨型帽子之下，園區內還隱藏着一個大型的燈光夜市，以獨特的帽形設計建築披上了絢麗的藝術燈光秀+大型美食遊戲攤位為大賣點，是石排名氣最旺夜間打卡地。夜市包括美食飲品、文創市集、藝術手作等，不定時還有幕布電影、舞台表演、煙花等。集市匯集了當年輕人喜歡、追求的元素，如網紅咖啡車、街頭音樂會等，平日吸引人流上千人。