

## 品味生活

正在舉行的第52屆香港玩具展首次設立「潮玩館」，於會展中心會議廳呈現來自海內外參展商帶來的熱門IP潮玩產品。場館內亦有多個香港本地設計師攤位，以最新潮玩人偶、盲盒、卡牌等凸顯香港創意。亮相的香港IP潮玩不僅展現本地風物、文旅景點、影視動漫等文化特色；亦有設計師根據當前潮玩市場的需求推出多樣化的產品適應顧客取向，以香港元素打動來自世界各地的買家與遊客。

大公報記者 李兆桐（文、圖）

本屆潮玩館雲集海內外約150個IP。除了潮玩擺件外，現場亦有參展商帶來搭載語音功能的AI毛絨玩具、帶有香港文化元素的聯乘IP產品等，為公眾首度集中展現熱門IP潮玩的魅力。

## 香港IP逐漸獲青睞

走進潮玩館，鋼鐵俠、變形金剛、蜘蛛俠等讓動漫迷耳熟能詳的海外IP潮玩首先映入眼簾。在threezero攤位擺出的國際知名IP可動模型吸引不少遊客駐足。threezero營運總監梁嘉明介紹稱：「我們很早就已經在洽談海外知名IP的授權，並且主打可動模型的設計，相信在同行中是起步比較早的。」

除了海外知名IP，threezero亦攜香港動畫電影《世外》中小鬼這一角色的景品手辦參展。梁嘉明指出：「以往我們做的香港IP其實較少，本次也很榮幸得到《世外》的主動聯絡（合作）。」他透露，threezero計劃製作小鬼的可動模型版本，亦可能推出黑天這一角色的手辦，「我們很希望未來能夠得到港漫IP的授權，（在銷售的過程中）發現這些本地的文化元素相當受歡迎。」隨着如《九龍城寨》等漫改作品的走紅，香港IP逐漸在潮玩市場得到青睞。

## 對授權元素再創作

與大多數參展商帶來的模型、公仔不同，同樣擁有多個知名IP授權的Room One Cards則帶來設計精緻的卡牌系列，內容囊括《刺客教條》、《福爾摩斯》等國際IP。「我認為得到IP授權後的創作不應該是『直接把原IP的圖片拿來印刷在卡牌上』，這樣是沒有誠意的，也是一種偷懶。」銷售和市場主管Ocean指出，Room One Cards製作的授權IP卡牌系列是基於原著特色進行的再創作，不僅在牌面上重新設計授權IP的角色形象，亦將IP特色如探案、兵器、機械質感等融入牌盒設計，讓包含可互動機關的牌盒也成為整個潮玩的一部分。

現場一套《聊齋志異》的主題系列卡牌別具特色，不僅將傳統摺扇融入牌盒設計，假如將牌面上的聊齋角色橫向拼在一起，就成為了一幅「畫軸」。Ocean表示雖然品牌主要的銷售地區是歐洲，但設計師亦從中國傳統文化中汲取營養：「像三國、《西遊記》等蘊含的文化元素較為常見，我們特別選擇《聊齋志異》來進行創作，更有收藏價值。儘管是海外的顧客，也對這些帶有中國傳統文化的卡牌特別感興趣。」

## 融合本地文化特色

作為香港本地的知名潮玩IP，B.Duck小黃鴨的攤位屢屢有買家造訪並問價。攤位負責人Billy透露，「招財好運」系列盲盒是產品中最暢銷的小黃鴨。「我們發現不僅內地、香港的顧客很喜歡，許多來到潮玩館的東南亞買家

也很感興趣。也許是因為大家都喜歡產品背後的好寓意。」Billy續稱，加入埃及文化設計元素的小黃鴨系列也相當受到歡迎：「其實在香港故宮館舉行『埃及文明大展』前我們已經推出埃及小黃鴨，展覽的舉行也讓這個系列更加受到顧客喜愛。」

攤位亦擺出數個特別的小黃鴨，Billy稱這些小黃鴨其實融合了香港本地元素：「你可以看到霓虹燈鴨、的士鴨，還有藍色的啟德體育園鴨。」這些小黃鴨並沒有直接把香港的地標或風物加入到設計中，而是把香港人耳熟能詳的元素添加到用色上。Billy表示，作為香港品牌，「我們亦積極與文旅機構合作，在香港的旅遊景點推出小黃鴨紀念品。」

## 可以「挖」出來的潮玩

另一家香港元素滿滿的攤位不僅設有一輛經典香港「的士」，還在展板上加入各種粵語搞怪「梗」。在「的士」上擺放着大大小小的「薯仔」，或「栽種」在盆裏，或頭戴農夫帽，頗具趣味。攤位現場提供的「盲盒」，則需要顧客「挖出來」。裝有「薯仔」的袋子被埋在土裏，顧客假如希望購買盲盒，則需要用鏟子挖出自己想要的那一袋「薯仔」。攤位負責人唐小姐介紹稱，「Potatoz」以薯仔為靈感，雖然還是比較年輕的IP，但未來希望以Potatoz串聯起豐富的IP產品：「我們已經推出了動畫作品，亦與海洋公園合作推出產品。」在去年12月，「Potatoz」推出了玩偶給予海洋公園的大熊貓玩耍，亦設計了加入薯仔形象的「Panda friends」聯乘紀念品。

## 設計圍繞細分市場

潮玩館內設有多個香港設計師攤位，「這段時間不時有潮玩設計師同行來到這裏與我們交流。」香港本地潮玩設計師Leo Pak曾經攜他的原創IP「黑白熊伊卡」參與去年舉行的「泰國玩具展」之「香港館」，他指出：「與以往到海外參展不同，那時候更多是業內買家來到攤位，本次參與潮玩館其實提供了更多我們接觸顧客的機會。」

Leo此次帶來參展的產品除了潮玩公仔，亦有小型盲盒、面向女性顧客的擺件等。「去年Labubu的爆火其實給我一個新的靈感，我們以往認為設計出一個IP產品，就可以把所有的顧客群體『通吃』，其實並不現實。在面向業內的潮玩買家外，我認為可以面向公眾顧客，特別是女性顧客設計一些她們感興趣的潮玩產品。」憑藉對市場需求的調查，Leo特別在「潮酷」的「黑白熊伊卡」之外，設計了「可愛」的烘焙主題「Creamy Creamy」，希望吸引女性顧客。此外，Leo亦設計了迷你的「黑白熊伊卡」，是面對小朋友的系列產品。「總是要有一樣東西是屬於用戶（感興趣）的。」

# 潮玩館

## 凸顯香港創意魅力

雲集約150海內外人氣IP涵蓋手辦盲盒卡牌

**▲ Potatoz的潮玩盲盒需要顧客親手「挖」出。**

**▲ threezero的小鬼氣品手辦。**

**▲ Leo Pak面對女性顧客推出的烘焙系列「Creamy Creamy」。**

**▲ B.Duck根據香港文化元素推出的小黃鴨系列。**

**▼ Room One Cards的《刺客教條》卡盒能夠把「袖劍」推出。**

**▶ Potatoz推出的海洋公園大熊貓聯乘紀念品。**

**▶ 搭載AI語音功能的毛絨玩具。**

## 「繁花舞蝶利是封」聯乘非遺花鉗工藝

丙午馬年將至，為弘揚本地工藝文化美學，將軍澳MCP新都城中心聯乘非物質文化遺產花鉗工藝傳承人麥琬思（Mercy Mak），以花鉗工藝獨家設計「繁花舞蝶利是封」「花飛蝶舞」花鉗工藝胸針及利是封套裝。

「花飛蝶舞」花鉗工藝胸針套裝包含兩款設計——「水仙舞蝶」及「桃花吐蕊」，以彩蝶、水仙及桃花作主題，每款設計皆精緻典雅。



雅。「繁花舞蝶利是封」以花鉗工藝設計作靈感，巧妙地融入兩款花鉗的圖案元素，再結合燙金與浮雕工藝，營造立體層次與華麗質感。

利是封分為「錦簇滿載」與「喜綻芳華」兩大主題，以柔和水彩暈染作背景，並綴以金線與啞光燙金壓凸工藝，細緻勾勒出花瓣與蝶影。更融入兩款花鉗工藝圖案，將傳統盤扣與中國結的古典結構。

►「繁花舞蝶利是封」「花飛蝶舞」花鉗工藝胸針及利是封套裝。

## 「薯」來運到」1·30亮相

今個新春，東薈城名店倉與日本零食品牌Calbee首度攜手，於1月30日至3月8日期間打造東薈城名店倉x Calbee「「薯」來運到」新春主題活動。多個具代表性的產品包裝將化身成巨型打卡位，換上賀年服飾的四大Calbee成員包括Jagabee Potta、薯片Pete Kun、蝦條河童蝦家族和Jagarico長頸鹿更會與你暢遊



各個「薯」不簡單的新春裝置。甫踏進東薈城名店倉地下，即見源源不絕的金黃色薯片從3.8米高的巨型Calbee全新新年包裝袋傾瀉而下。走進二樓中庭廣場，映入眼簾是以巨型棋盤為靈感及以四大巨型Calbee零食裝置為主題的「奇『脆』樂園」。由身穿賀年唐裝、2.5米高的巨型Jagabee Potta於樂園入口「吉『薯』高

照」，引領大家展開最有「脆」的「棋」幻之旅。

## 「渣打藝趣嘉年華」2·7登場

第25屆「渣打藝趣嘉年華」將於2月7日晚上在銅鑼灣利園區以意大利經典童話《木偶奇遇記》為主題呈獻「夜光巡遊」。

- 「渣打藝趣嘉年華」展示的所有巡遊木偶及嘉年華服飾均由香港本地藝術家手製而成，包括21件藝術作品，其中5座精緻奪目的巨型燈籠偶、16件發光華麗嘉年華服飾。
- 當日下午，特別設置免費互動藝術活動，包括面部彩繪、提線木偶創作、與巡遊表演人員合照。

## 渣打藝趣嘉年華——夜光巡遊

日期：2月7日

時間：晚上8時至9時30分

地點：由利園一期正門出發，途經恩平道、白沙道、利園山道及啟超道，至希慎廣場折返

## 渣打藝趣嘉年華——巨型燈籠偶展覽

日期：2月12日至3月15日

地點：利園一期地下寫字樓大堂

