編輯：孫君犖 設計：崔竣明
文：廖嫣然 圖：網上圖片

美玩具大亨建迷你王國 萬物可微縮



「超級世界」系列全球熱賣並實現銷量領先，正式躋身全球DIY潮玩頭部品牌。



多夫曼製作了數千種微縮版產品，打造出一個迷你玩具王國。

在美國，66歲的多夫曼靠着把經典產品縮小，打造出一個迷你玩具王國。他過去30多年來製作了數千種微縮版產品，從3.5英寸的超級水槍到手掌大小的神奇畫板，每件都強調真的能玩。他近期在賓夕法尼亞州巴克斯縣的家中受訪時說，任何東西只要脫離了常規比例，看起來都會更有趣。

多夫曼與眾不同，他總是四處搜尋可以縮小的物品。當年他在費城長大，曾嘗試設計和營銷工作，後來讀法學院又覺得太枯燥。直到有一天，他的老闆走進來，把一隻橡膠八爪魚玩具扔到牆上。看着八爪魚順着牆壁滑落，多夫曼着了迷。他回憶說，它剛好觸動了他內心深處的某個地方，他瞬間興奮起來。不久後，他加入費城一家名為Larami的公司，負責派對小禮品部門，這家公司正是後來風靡一時的超級水槍製造商。

迷你水槍可噴水即大賣



多夫曼製作的3.5英寸長水槍。

1989年，多夫曼離開Larami，創辦自己的公司，專注於製作衝動消費型玩具。那段時間，人們流行把動物造型的噴水玩具當成胸針或匙扣戴在身上。多夫曼找到老東家，提出授權製作迷你版超級水槍匙扣的點子，但被Larami拒絕。在他軟磨硬泡之下，Larami的老闆們終於同意考慮，條件是他先做一個原型。當他展示出那把3.5英寸長的水槍時，所有人都抱怨「這東西根本不可能噴出水來」。然而多夫曼扣下迷你扳機，水一下子噴中某人的領帶。那一刻，合作就此敲定。第一年，他賣出了500萬把這種小水槍，由此開啟全新的職業生涯。如今他生產的每一件產品上，都印着一句特別聲明：沒錯，真的能玩。

每一款產品都伴隨着各自的難題。做神奇八號球時，難點在於如何讓答案方塊在液體中浮起來且不產生氣泡，畢竟他的版本直徑只有約1英寸。做疊疊樂時，問題在於如何給那些小木塊配重，以確保它們能穩穩疊起。時至今日，玩家在玩的時候，還得用牙把木塊咬出來。棋盤問答則配了放大鏡卡，因上面的字體實在太小。

只要認定某款產品適合做成迷你版，他就會先做一個模型，然後再向原版製造商尋求授權。但並非總能成功。他至今還在等卡駱馳給他回電話。

多夫曼的妻子米歇爾說，每當多夫曼盤算着下一個要縮小的目標時，眼神裏就會浮現出一種游離的光芒，他根本停不下來。當年多夫曼丟掉工作、追逐這些微型夢想時，米歇爾正懷着兩人的第一個孩子。米歇爾說，多夫曼覺得萬物皆可微縮，且總能想方設法讓小物件像大件一樣正常運轉，這是他的挑戰，也是他每天的動力。哪怕丈夫嘴上說自己總有一天想退休，米歇爾完全想像不出那一天到來的樣子。今年較早時，當米歇爾告訴丈夫自己想學打麻將時，多夫曼對她說，他已在構思全世界最小的一副麻將了。

「生活樂趣就在小東西」

多夫曼的產品在卡車停靠站和高速休息區的便利店裏特別暢銷，這些小物件能讓孩子們在漫長的旅途中打發時間，保持安靜，他認為自己非常懂得這種需求。多夫曼的辦公桌上擺滿各種解壓小玩具，彈簧圈、小號捏捏樂、橡皮泥，他說它們有觸感，不用動腦，又能讓人弄兩下，也許不用動腦正是關鍵所在。他一邊從口袋裏掏出一台迷你街機遊戲機，一邊說他喜歡這些小東西，它隨時隨地都能玩，可以揣進口袋，觸手可及，「生活的樂趣不就在這些小東西裏，對吧？」

滿足大人解壓治癒 中國品牌成DIY潮玩龍頭

全球Kidult經濟持續升溫，據Researchandmarkets報告，2026年全球Kidulting玩具市場規模將達434億美元（約3,406億港元），預計以11.8%的年複合增長率，增長至2030年的678.6億美元（約5,326億港元）。中國潮玩品牌Rolife在這股潮流中成功突圍，自2017年成立以來，精準捕捉成年人解壓與手工DIY需求，將微縮童真世界帶到全球消費者桌上。

Rolife母公司若態集團於2007年在蘇州成立，早年已研發世界首款木質DIY電動霸王龍。2017年，若態正式構建由Rolife領銜的品牌矩陣，從產品出海走向品牌出海。2019年，Rolife推出標誌性IP「Nanci囡茜」，以國風少女形象迅速成為爆款。2022年發布「超級世界」系列，全球熱賣並實現銷量領先，正式躋身全球DIY潮玩頭部品牌。

Rolife錨定Kidult市場，主打解壓治癒、審美價值及社交情感3大需求，產品涵蓋IP潮玩、DIY藝術屋、八音盒及書立等。其核心產品線DIY迷你屋主打沉浸式拼裝體驗，成品兼具家居裝飾功能。母公司若態擁有逾20萬平方米自建工廠及上千家高質量供應商，產品採用激光切割優質木材及節能LED照明模塊，確保安全耐用。

營銷方面，品牌將產品轉化為社交內容，利用ASMR及沉浸式視頻風潮，把組裝過程包裝成解壓娛樂體驗，並建立分層紅人營銷矩陣，實現從種草到購買的高效轉化。Rolife販賣的不僅是玩具，更是一種精緻悅己的生活方式，為每個不想長大的人提供充滿幻想的世界。



Rolife標誌性IP「Nanci囡茜」，以國風少女形象迅速成爲爆款。

德漢堡微縮世界 巨人視角暢遊列國

被譽為全球最大鐵道與城市微縮模型展覽空間的德國漢堡微縮景觀世界，自2001年開放以來一直吸引大量遊客專程前往。展館位於漢堡港區的倉庫城，由布努恩兄弟發起，最初只是一個近乎異想天開的構想，如今已發展成擁有12個主題展區的龐大世界。

展區對應不同國家與城市，老派博粉特別推薦第一站前往克努芬根機場。這裏正是微縮景觀世界最經典、最令人驚呼的名場面之一，真的可以看到飛機起降。迷你的航班資訊看板會隨着每一架飛機的起降即時更新。

機場正對面是瑞士展區，這片灰白色高山特別架高樓層，方便俯瞰整座山區。山間穿梭的鐵道不再只是交通工具，而像是一條引導視線的線索。列車緩緩行駛在高山、隧道與橋樑之間，周圍是層層堆疊的岩壁、覆着白雪的山坡及深不見底的山谷。仔細一看，這片山區不是整片同一種灰色，透過岩石紋理、植被密度與坡度變化，整座地形看起來有重量、有時間。

館內有經典畫面彩蛋

展區內還藏着許多細節，例如威尼斯河岸有人穿着泳衣游泳，聖誕老公公悄悄混進市井之中。館內設有常設型彩蛋任務，設計了類似大家來找碴的遊戲，像是電影《E.T.外星人》中小孩騎着單車飛上天空的經典畫面，都被悄悄編進模型世界裏。

此外，千萬別錯過微縮景觀世界的Walking in Wonderland VR體驗。戴上VR眼鏡的那一刻，視角再次翻轉，我們不再是巨人俯瞰微縮世界，而是自己也變成小小人，真正走進模型之中，化身成一位迷你遊客，穿梭在熟悉又陌生的場景裏四處探險。

德國漢堡微縮景觀世界展區對應不同國家與城市，圖為威尼斯河岸。



德國漢堡微縮景觀世界自2001年開放以來一直吸引大量遊客專程前往觀看展覽。

日藝術家重現現代生活

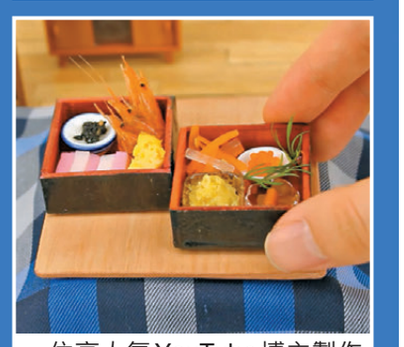
日本微縮模型熱潮席捲全球，從傳統工藝到現代藝術，這股迷你風潮正透過社交媒體吸引世界目光。早於十七世紀初，江戶政府提倡節儉，禁止大型玩偶，民眾於是巧製「豆子手辦」和「江戶趣味小玩具」，尺寸雖小卻樂趣無窮，微縮文化自此誕生。這些由工匠精雕細琢的小玩意，重現四季、大事與日常，東京淺草專賣店至今仍擠滿各地遊客。

時至今日，藝術家將精準度推向新高，有人用真實食材烹調超迷你餐食，有人複製整間公寓。創作者花大量時間精雕細琢，認為微小尺寸正是趣味所在，直言「大號的東西人人都會做」。這份趣味驅使他們不斷創作，作品往往真實再現日本現代生活。正如從前的人們，當代人同樣着迷於重現身邊世界的微縮版。

這份「與真實事物同樣有趣」的執着流傳至今，視頻流媒體與社媒興起，讓迷你小世界憑自身魅力，吸引海內外新擁躉。一位高人氣YouTube博主製作的迷你新年料理「御節料理」，正是最佳例證。



日本藝術家着迷於重現身邊世界的微縮版，作品往往真實再現日本現代生活。



一位高人氣YouTube博主製作的迷你新年料理「御節料理」。