广货行天下

澄海玩博会获UFI认证后首秀 数十国客商赴“玩具之都”扫货

10月29日,第25届汕头·澄海国际玩具礼品博览会(以下简称“澄海玩博会”)启幕,来自55个国家和地区的客商齐聚位于汕头市澄海区的汕头国际会展中心。这是澄海玩博会正式通过UFI(全球展览业协会)国际认证、成为中国内地唯一获此认证的玩具专业展会以来首次亮相。

本届玩博会立足“广货行天下”,串联产业历史、外贸增效、AI创新、文化出海、侨胞视角五大维度,呈现澄海一步一步发展为“中国玩具礼品之都”的50年跨越。

■新快报记者 程羽 文/图(署名者除外)

▲奥飞娱乐经典IP《超级飞侠》《巴啦啦小魔仙》。

◀跨国采购对接会现场,供应商为外国客商介绍产品。

送机票、包接送 澄海以十足诚意“接”客商

澄海玩博会展览面积达10万平方米,规划11个展馆,展品覆盖AI玩具、潮玩、无人机、积木、童车等全品类及产业链上下游配套,同期举办玩配展、机械展和IP授权展。

澄海玩博会举办之际正值上海玩博会落幕,以及广交会二、三期开展的轮换期。组委会为从广交会至汕头、义乌至汕头的客商,提供机票,并提供接送和3晚免费住宿的服务,将全球客商“接”到澄海。

在10月29日下午的跨国采购对接会现场,近10张长桌一字排开。外商的桌前立牌标注着国籍与采购需求,参展商带着产品“按牌索骥”,精准找到对口客户进行洽谈。

澄海薇多莉亚玩具厂负责人王先生推着一车产品,直奔需要购买芭比娃娃、木质玩具、水枪、盲盒等物品的俄罗斯采购商。“2000个起订,造型、服装、俄语歌曲都能定制。”不懂外语的王先生在翻译志愿者协助下,顺利谈妥产品的性能、价格、起订量与定制条款。当俄罗斯采购商问王先生是否只有眼前的两款芭比娃娃时,王先生立即掏出手机、打开相册视频里整屏娃娃款式给对方看。整场洽谈用时不到10分钟,双方不仅沟通顺畅,还当场交换了联系方式。

王先生告诉新快报记者,1个小时内,他共对接了6位外商,这位俄罗斯客户是第六位。

来自墨西哥的采购商Ale当天加了15位供应商的联系方式,他告诉新快报记者,自己很认可这种“面对面展示、当场答疑”的洽谈方式。

当天下午,“名厂优品订货会”也同步举办。现场邀约超千名全球客户,进行部分最新玩具产品的全球首发,并提供现场看样、议价、签单一站式服务,以及远优于常规渠道的订货政策。澄海诚意与澄海效率,在这场玩博会上体现得淋漓尽致。

▶“80后”“90后”的童年伙伴——芭比娃娃。

■墨西哥采购商Ale正在与供应商洽谈。 主办方供图

从一只陀螺到整套IP出海:广货出海不止货品

澄海玩具创意产业通过一般贸易、跨境电商、市场采购等多种贸易方式,将玩具产品销往全球170多个国家和地区。2025年澄海玩具产业(含新业态)出口额达97.72亿元,占全区出口额的70.35%。澄海出口的远不止货品。从澄海一家塑料玩具厂起步的奥飞娱乐,凭借《火力少年王》《巴啦啦小魔仙》《铠甲勇士》等现象级IP,走出了一条“IP+产业+产品+推广”全链路出海之路。

以经典产品陀螺为例,奥飞娱乐企划部相关负责人张焕伦告诉新快报记者,陀螺业务主要依靠赛事推广持续运营——每月在不同城市举办赛事,单场多的时候吸引两三千人参与,配套陀螺盘、保护罩降低受伤风险,维持市场热度。“目前还没有职业选手,但已有大量深度钻研玩法的资深玩家。”他说,影视剧内容叠加线下赛事,构成了完整的玩家培育闭环。

“IP、产业、产品、推广链路全部打通,这是奥飞的核心优势。”张焕伦表示,奥飞坚持深耕全年龄段儿童IP及玩具,全国配备100多名线下推广人员。文化出海的逻辑与国内一脉相承——先在海外电视台投放动画片积累受众,同时将产品交由海外经销商上架终端。“消费者看完动画,线下就能买到对应玩具”。目前,《超级飞侠》长期在海外播映,《量子战队》在法国等欧洲国家甚至比国内更早播出;《飓风战魂》陀螺IP面向全球发行,重点市场以法国为主,美国、俄罗斯、印尼、荷兰均有动画落地。“我们不仅把货物卖出去,还要把国内整套推广模式复制出海。”张焕伦说。

玩具搭配AI 澄海冲刺“全球玩具创新策源地”

近年来,汕头加快推动玩具创意产业向精密制造、品牌运营跃升,全面实施“人工智能+”行动,布局智能玩具赛道,澄海正加快打造“全球玩具创新策源地”。开幕式上,澄海玩具产业大脑(澄澄AI)正式发布,采购商可以利用澄澄AI查展商、看新品、找资料、聊合作,展会现场设置“AI玩具生态展区”,集中展示前沿产品。

在实丰文化的展位上,几款无屏幕AI儿童玩具吸引了众多采购商围观。该公司营销总监谢亚男介绍,产品“AI守护星”于今年8月上市,获得意大利A'Design Award 国际设计大奖。“市面上儿童屏幕设备繁多,长期消耗远视储备、损害视力。针对这一痛点,品牌旗下所有儿童AI玩具均采用无屏幕方案,转而调动听、拍照等感官,鼓励孩子走向户外。”谢亚男说,“我们拥有自研团队和自有产线,海外配网、资质证书都能配套完成,支撑产品出海落地。”

《澄海玩具五十年》发布,揭秘行业威水史

不到400平方公里的澄海区 造出全球约1/3塑料玩具

此届玩博会开幕式上,《澄海玩具五十年》正式发布。“编撰过程中,我最大的感受是澄海玩具的‘韧性’。”该书编辑之一杨万洲告诉新快报记者,他们从1992年版《澄海县志》中查到,早在20世纪70年代初期,澄海玩具的出口贸易已达一定规模。走过半个多世纪,经历多轮冲击依然持续迭代升级、形成庞大产业化集群,“韧性”二字贯穿始终。

值得一提的是,澄海塑料玩具能占据全球三分之一产能,根源在于早期本地注塑加工的工业基础,叠加华侨带来的海外订单,更离不开女性从业者的贡献。杨万洲在“玩具之师”章节中撰写了“玩具母亲”一文。他和团队实地走访发现,女性撑起了这个产业的半壁江山。“不仅有陈乔芝这样的女企业家,还有大量基层女性参与。在澄海许多乡村,中年妇女、留守老人在家承接玩具配件装配,是非常普遍的景象。”杨万洲说。

“小伙子像青蛙一样跳起来,抓住机器一端斜向屋顶的一根长铁杆,将铁杆坠拉下来,然后弯腰用力下压——‘笃、笃’,模具就脱出一个小塑料玩意儿。”杨万洲这样描述澄海人对玩具生产场景的最初记忆:在家庭小作坊里,用手动注塑机生产玩具。如今,这些小作坊已蝶变为一座座“黑灯工厂”,智能化设备日夜不停地运转,实现全流程自动化生产。

新快报记者在现场展柜前看到一系列怀旧玩具——芭比娃娃、塑料小兵人、水中套圈手机、伸缩拳头枪、铁皮发条小青蛙、发光悠悠球、俄罗斯方块掌上游戏机、塑料皮筋枪、竹蜻蜓、四驱车……“70后”至“90后”的童年快乐,都能在澄海玩具中找到。

如今,陆地面积不足400平方公里的澄海区产出了全国超50%、全球约三分之一的塑料玩具产品。2025年全区拥有玩具生产经营单位约6.81万个,培育出奥飞娱乐、星辉娱乐、实丰文化等多家上市企业,玩具创意产业规上工业企业204家,2025年规上产值达127.67亿元,占全区规模以上工业产值的37.61%。