



玩 具 天 堂 夢 不 落

為期三個月的「玩具天堂——香港玩具文化與創意」玩具博物館展覽已經開幕。本期《香港工業家》介紹展覽內容，並討論香港玩具業的優勢及未來發展。

過去60年，本地玩具製造商經過不懈努力，成功地將香港打造為世界第二大玩具出口地，在國際上建立了「玩具港」的地位。

由香港工業總會主辦、創意香港資助，並與香港知專設計學院合作，香港玩具協會及香港玩具廠商會支持，名為「玩具天堂——香港玩具文化與創意」的玩具博物館展覽，於2011年12月16日至2012年3月19日期間對公眾免費開放，它亦是2012香港設計年的重點項目之一。

從早期簡單的手工製作的玩具，到今日的潮流電子、科技類玩具，玩具見證並反映了社會的發展和變遷。是次展覽通過四個展區，讓參觀者透過玩具的變化瞭解玩具的發展歷史。步入展館，參觀者進入第一個展區「翡翠城」，展出清朝至1960年代約100件玩具，可以看到玩具種類和材料的演變，從陶土、竹、布料到紙張的不斷演進，如雙頭泥人、雙頭馬布偶和竹節蛇等。

緊接其後的「玩具港」展區，展示約800件香港玩具業騰飛年代的玩具，包括分別以男孩與女孩為對象和中性的遊戲型玩具，如蝙蝠俠、死光槍、「辦家家酒/煮飯仔」傢具擺設和各種洋娃娃等，反映了塑膠用料的普及、電子的運用、技術的提升以及社會變遷對玩具工業的推動。

之後的「玩具傳奇」展區展出了數十件極具代表性的本地玩具廠商曾經大量生產並行銷全球的玩具及得獎作品，如忍者龜、迷你名車等。而最後的「夢不落帝國」展區則彙集了300件玩具展品，包括12名本地及海外藝術家的作品，以及200多名本地學生經過一連串工作坊的啟發與指導後自創的玩具。

玩具博物館項目總監、香港玩具協會執行委員會委員楊子江表示，一直以來，香港的玩具業都希望有一個固定的展覽場地，展示本地玩具業的歷史和成績，但受資源所限，這想法一直未能實現，而這次為期三個月的展覽能夠一圓工業界多年的心願。

他說：「是次展覽有七成以上展品由本土設計師鍾燕齊提供。他自上世紀80年代以來收藏了大量玩具，藏品豐富，於是我們便決定與他合作舉辦是次展覽。香港廠家製造的玩具大多出口至歐美，很少在香港出現，所以市民沒機會認識這些產品。透過是次展覽，我們希望讓公眾在回顧香港玩具發展的珍貴歷史的同時，瞭解我們玩具業多年來的努力和成績。」

他補充：「是次活動的另一主要目的是讓年輕一輩對行業有深層次的瞭解，激發年輕人對設計和玩具的興趣，從而吸引他們入行。」



展覽設有一系列的學生工作坊和研討會。學生工作坊有來自20多所中學的200多名學生參與其中，從無到有地自行設計、製造了各款新奇玩具。展覽策劃人鍾燕齊介紹，學生在工作坊中表現熱情，將個人的興趣和關注的議題融合於玩具設計和製作中。他說：「透過是次工作坊，我們看到香港的年輕人對玩具製造很有興趣和潛質。如果有一定的資源配置，香港將可成為玩具的創意和設計基地——這亦是整個活動要帶出的信息。」

「通過這次展覽，我們希望能令政府瞭解玩具業的優勢，並在今後推出政策鞏固我們的優勢，從而促進行業的發展。」



香港玩具業的優勢

據楊子江介紹，香港的玩具業在世界上首屈一指，具備不少優勢。首先，香港的玩具製造商生產經驗豐富，深諳行業知識（如歐美的玩具要求和條例）。楊子江說：「現時，美國消費品安全委員會和歐盟在頒布新條例和要求時，會來港徵詢意見，並會接受我們的合理要求。可見，香港玩具製造商在國際上已處於領導地位。」

香港的玩具製造業還享有完善的供應鏈和便捷的物流配套。一件玩具通常由不同的物料組成，如布、塑膠、電子元件和機械元件等，所以供應鏈的配合對玩具製造至關重要。楊子江



Mr Yeung said this showcase fulfilled the wish of industries. 楊子江表示，是次展覽一圓工業界多年的心願。

介紹，上世紀80年代以前，玩具製造基地仍在香港，其原料和配件供應商都在工廠附近，只需一個電話，所需原料便能在一小時內送到工廠。改革開放後，香港的玩具製造商將生產基地北移至珠三角，相關的供應商亦隨之搬遷，並分布在製造商附近，繼續高效率地為玩具製造商提供支援。此外，香港本地和深圳高效運作的港口，從物流方面為玩具業的發展提供了強大後盾。「這兩點是香港無與倫比的優勢。業界近年曾考察過亞洲其他國家和地區，儘管許多地方的勞工成本低於珠三角，但缺乏供應鏈和物流配套，完全無法與香港媲美。」

然而，特區政府對玩具業的優勢認識並不足夠。楊子江坦言：「過去業界一直埋頭苦幹，很少將這些優勢宣傳，政府也未有留意到。我們應該多做宣傳，並與學界及設計界更緊密合作，繼續保持我們在國際玩具業的領導地位。通過這次展覽，我們希望能令政府瞭解玩具業的優勢，並在今後推出政策鞏固我們的優勢，從而促進行業的發展。」

結合創意 發展內銷

儘管在過去60年締造了一個輝煌的玩具帝國，世易時移，香港的玩具業今日正面臨着巨大挑戰。香港玩具協會主席丁煒章說：「現時，玩具廠商最大的挑戰是原材料價格上升、內地工資上漲以及出口市場疲弱，此外還要應對日益嚴苛的國際



Joel Chung (middle) introduced the exhibits to FHKI Chairman Roy Chung (first right). 鍾燕齊（中）向工總主席鍾志平（右一）介紹展品。

條例。香港廠家要繼續嚴格監控生產、達到國際要求之外，還應保持並發揮自身優勢。最重要的是，廠家必須積極投入創新和設計，早日將香港這個玩具製造基地發展為創意基地，這樣才能在激烈的國際競爭中繼續保持領先地位。」

廠商亦意識到創意與設計的重要性。據香港工業總會、香港玩具協會及香港玩具廠商會於2011年11月中至12月中進行的《香港玩具業的機遇與挑戰問卷調查(2011)》顯示，逾半受訪企業認為業界必須由原設備生產(OEM)轉型為原設計生產(ODM)，並有逾兩成打算在港增聘設計人手。

然而，香港玩具業在創意方面尚有欠缺。楊子江認為，玩具業現時創意不足、缺乏人才，其中一個原因是很多工業家雖然對設計有興趣，但並沒有深入研究兒童的興趣和思維；同時由於從業太久，他們已習慣根據自己既有的想法去選擇設計。

此外，行外人對行業缺乏瞭解或有誤解，也是業界難以羅致人才的原因。「很多行外的年輕人不知道玩具業究竟是甚麼、涵蓋哪些方面」，鐘燕齊解釋：「他們將玩具設計等同於機械工程設計，或者一提起玩具便覺得是大規模的工業製造，完全不在自己能力範圍之內。其實，玩具業所涉及的範圍非常廣闊，與印刷、平面設計、包裝設計、攝影、動漫、市場行銷等行業都有關，年輕人完全可以從不同層面投身玩具業。是次玩具工作坊是一個良好契機，讓尚未選擇職業的學生對玩具的設計和製

造有感性認識，也讓他們探索將自己愛好變為終身職業的可能性。」

鍾燕齊續說：「這次學生工作坊的作品呈現出全新的風格，對業界來說是一種刺激；同時我們看到許多年輕人對玩具設計有很大興趣，並具新思維。業界應該與學校和設計界緊密聯繫，發掘更多人才入行。」創意香港資助本次活動，激發了年青人在這方面的興趣，令業界得以發掘及吸引更多人才入行。

港企比外國企業更熟識中國文化，在拓展內地市場方面自然更具優勢。

面對龐大的內地市場，玩具商們無不磨拳擦掌。根據香港貿易發展局的資料顯示，香港玩具業於2011年1月至9月佔內地玩具市場份額25%，銷售額比2010年上升2%。面對歐美經濟疲弱，上述調查的逾六成受訪者認為轉攻內地市場是香港玩具業的新出路之一，近半受訪企業計劃增加內銷佔整體營業額的比例。

丁焯章認為：「目前內地玩具的總銷量遠不及美國，但預計未來將以雙位數增長，極具潛力。但要成功打進內地市場並非易事，因為玩具是一種文化產業，與社會經濟環境和大眾的意識形態息息相關。」

楊子江補充：「內地文化與歐美文化完全不同。若要打入內地市場，廠商一定要留意內地特有的文化，找到切入點，才能抓住商機。以近年來大熱的卡通片《喜羊羊與灰太狼》為例，其成功之處便是將中國人特有的文化融入故事線之中，並針對小朋友的喜好加以改良。卡通片大受歡迎，帶動了周邊產業包括玩具在內的熱銷。此外，相關的市場策劃也很重要。」

港企比外國企業更熟識中國文化，在拓展內地市場方面自然更具優勢。丁焯章說，儘管有這方面的優勢，業界還應不斷注入新血，配合政府的創意產業文化政策，將創意設計與內地文化相結合，才能成功開闢內銷之路，從而推動「玩具港」蛻變為具有創意和品牌的綜合性玩具帝國。



Works from local artists are also exhibited in the showcase.
本地藝術家的作品也在展覽上展出。