

玩具暨孕嬰童用品

TOY & CHILDREN'S ARTICLE NEWS

通訊月刊

最專業的玩具、孕嬰童用品報導雜誌

● 台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會發行 ●



台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會官方網站
www.TCMA.com.tw

6月號

2019 年 1 月 7-10 日
香港玩具展、香港嬰兒用品展 即日起開放報名！！
報名請洽本會 呂小姐！

收件人 / 無法投遞請退回

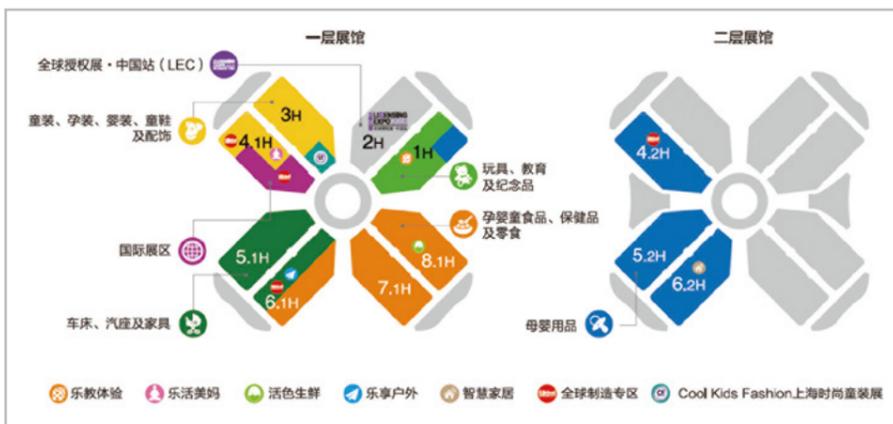
中華民國 81 年 5 月創刊 · 每月 15 日出刊
理事長：陳國棟 · 發行人：簡淑超
出版者：台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會
地址：台北市 10446 民生東路一段 42 號 6 樓
美術編輯：呂宛真 · 編輯：李怡璇
郵撥帳號：01110902
服務電話：02-2571-1264 轉 35
E-mail：tcma@tcma.org.tw
【經濟部國際貿易局廣告】
中華郵政台北雜字第 1956 號執照登記為雜誌交寄



國內
郵資已付

台北郵局許可證
台北字第 6089 號

2018 CBME 中國孕嬰童展 開展在即，新生活方式驅動孕嬰童產業新增長



中國最具規模的孕嬰童用品展——第 18 屆 CBME 中國孕嬰童展、童裝展（以下簡稱 2018 CBME 中國）將於 2018 年 7 月 25 日至 27 日在國家會展中心（上海）盛大開展，主辦單位秉持“帶進來，走出去”的宗旨，此次 CBME 展會將展示來自全球的 4,300 個全品類孕嬰童品牌，並通過一系列的亮點專區和推廣活動，推動產業創新，滿足寶寶家庭生活方式新需求，並為產業帶來新的增長點。

聚焦寶寶家庭的消費新需求

中國市場在消費水準提升的助力下，寶寶家庭的生活方式已發生改變，85 後，90 後寶寶家庭成為消費主力，孕產婦美容美體、寶寶早教、親子戶外、智慧家居等非傳統母嬰場景帶來消費新需求。

2018 CBME 中國的展區規畫

全球製造專區：協助您輕鬆找到極具優勢的中國及全球 OEM / ODM 製造商，輕鬆有效率的對接各國優質 OEM / ODM 供應商。

國際展區：來自北美、英國、法國、澳大利亞、日本、韓國、新加坡、臺灣、香港等國際展團將組團亮相 2018 CBME 中國。

同期舉辦全球授權展

中國站：將攜手超過 400 個多元 IP，小豬佩奇、超級飛俠、哆啦 A 夢、熊出沒、大英博物館、蘭博基尼、愛奇藝、騰訊遊戲等悉數亮相，並設立影視娛樂與文化藝術兩大亮點展區，助力中國授權市場的快速發展。

高效商務資源媒合

近百家專業採購，包括大型經銷商 / 代理商、嬰童連鎖、大型電商、大賣場、百貨等，來自中國與全球各地大型採購商與優質供應商將到訪 2018 CBME 中國，其中包括京東母嬰、蘇甯紅孩子、亞馬遜全球開店、國美線上、當當網、拼多多、唯品會、貝貝、蜜芽、網易考拉海購、京東全球購、大潤發、物美、歐尚、寶大祥、天虹等，將與各展商面對面開展“商貿洽談會”，高效媒合優秀商務資源。

2018 CBME 中國將持續聚焦市場熱點，引領孕嬰童產業未來，與此同時，主辦單位也將繼續聯合權威部門保護智慧財產權，推動產業健康發展。

預約登記參觀 CBME 展，有機會獲取免費酒店，請登陸 <http://intlbuyer.cbmexpo.com/cn/>。

為何參觀

展品類別齊全，一站式採購全品類孕嬰童產品。

- ▶ 十大亮點展區（國際展區、全球製造專區等）滿足您的各類採購需求。
- ▶ 商貿配對會議——與展商的專場對接會，幫助您高效參展。
- ▶ 與來自全球 4,300 多個優質孕嬰童品牌拓展新的業務關係。
- ▶ 瞭解市場最新熱點資訊和採購趨勢。

▶ 2017 年展覽現場 - 台灣團區攤位，本會帶領會員廠商以整體形象裝潢吸引買主前來參觀洽談。



Taiwan Pavilion 第三度參展 2018 CBME 中國

【Hall 4.1- 台灣團區】多元優質的產品 歡迎蒞臨採購！！

騎乘玩具 / 大型遊具 / 孕嬰童用品 / 嬰幼兒保健品 / 童鞋 / 兒童家具 / 嬰幼兒爬行墊 / 口腔護理產品 /

台灣區玩具暨孕嬰童用品公會第三度籌組台灣團區，帶領玩具及孕嬰童用品廠商參加 2018 CBME 中國，於 4.1 國家館展館設置台灣團區展出，呈現台灣廠商研發製造的創新、高品質產品。

Taiwan pavilion 台灣團區匯集了 8 家優質廠商，為中國內地代理商、經銷商、網路電商等買家展現多元優秀產品。

2018 年參加 CBME 中國 - 台灣團區的廠商及展出產品包括：

- 安恆美有限公司（平衡車、兒童自行車）
- 鉅騰企業股份有限公司（EVA FOAM PUZZLE MAT 嬰幼兒爬行墊）
- 億昕國際有限公司（童鞋）
- 龍辰洲際貿易有限公司（嬰幼兒保健保養品）
- 親親貿易有限公司（兒童中空玩具，如滑梯、鞦韆、遊戲屋、兒童桌椅、兒童床、組合櫃、球屋、小球）
- 小事國際有限公司（歐美及日本進口品牌的兒童用品、母嬰用品）
- 鑫滿實業有限公司（奶瓶（塑膠、玻璃）、水杯、奶嘴）
- 普生股份有限公司（oh care 歐克威爾 兒童口腔護理產品）



▲ 2017 年 CBME 中國展覽會場，左圖為英國團區

會務最新消息

- ▶ 展覽訊息：【2019 香港玩具展】、【2019 香港嬰兒用品展】，即日起徵展報名中。有意報名或瞭解更多參展資訊、國貿局參展補助辦法等，可洽詢本會 呂小姐。
- ▶ 論壇活動：為協助會員廠商提升貿易人才素質、促進產業研發創新、分享最新市場趨勢，本會擬於 8 月 9 日（星期四）舉辦【2018 創新玩具暨孕嬰童用品論壇】，詳細的時間、地點、議程，將於近日內以官網最新消息、通訊月刊及 Email 公告，歡迎會員多加運用。
- ▶ 本會預計在今年度 7 月出版【2018 玩具暨孕嬰童用品採購指南】，協助會員推廣幼教用品、玩具、孕嬰童用品等三大類別產品，發行後將贈送給實體與網購通路商、貿易商、幼兒園、幼教社、外貿協會資料館等。2017 年台灣各類別玩具與兒童用品之進出口值統計、越南嬰幼兒與玩具產品通路剖析之專文等重要市場資訊也收錄在本書中，此書出版後也會寄送給會員廠商做參考。

生育率低 嬰幼產品商憂 衝擊尿布 玩具汽車座椅銷售

美國生育率連續第二年創下歷史新低，延續自 2008 年開始的出生人數下降趨勢。根據疾病控制和預防中心 (CDC) 的全國衛生統計中心的數據，2017 年每千名育齡婦女的生育率降至 60.2，比 2016 年下降 3%。

由於育齡的準父母延後育兒年紀，提供嬰兒產品的企業正在感受到這個衝擊。

好奇 (Huggies) 尿布製造商金佰利 (Kimberly-Clark) 一直對出生率下降帶來的衝擊示警。今年 1 月，該公司宣布將全球裁員 13% 或至少 5000 人，以因應銷售降低而削減成本。

幫寶適 (Pampers) 製造商寶潔公司 (Procter & Gamble) 和 Playtex 嬰兒奶瓶製造商 Edgewell 個人護理公司，今年的嬰兒產品銷售額也下滑。

Generational Kinetics 中心主席多西 (Jason Dorsey) 表示：「全美出生率下降將對許多企業產生深遠的影響：一些可能在短期內，另一些則在 5 到 10 年之後。」原因在於出生率下降首先衝擊了一大群明顯的企業：尿布製造商、玩具製造商、餐館兒童餐、汽車座椅製造商等等。」

隨著市場萎縮，受眾精準化變得更加重要。嬰兒護理重量級強生公司 (Johnson & Johnsons) 自 2011 年以來嬰兒護理部門的銷售額下降了 20%，該公司計畫重新設計嬰兒產品以吸引更多追求流行的媽媽。新產品系列強調更多天然成分。

強生全球消費者部門全球主席兼執行副總裁梅斯奇達 (Jorge Mesquita) 表示，「坦白說，我們沒有注意到千禧世代消費者、千禧世代媽媽們不斷變化的需求，我們未能升級我們的訴求。」

【資料來源：2018.05.18 世界日報 / 記者 張大仁】

被玩具反斗城拖欠 洛城玩具城之父看淡行業前景

美國最大的玩具零售商玩具反斗城 (Toys "R" Us) 破產清盤，不少人童年回憶成為歷史，亦反映了實體零售經營模式已不合時宜。被喻為洛杉磯玩具城 (Toy District) 之父、玩具公司 Megatoys 創辦人胡澤群 (Charlie Woo) 接受《蘋果》專訪透露，「反斗城」倒閉令他損失慘重，看淡行業前景。

「Toys "R" Us 雖然大，但生意模式已經落後。」胡澤群批評，玩具反斗城停留在八十年代成功做法，包羅所有玩具，但冷門玩具去貨慢，造成存貨多、種類多、交租多，轉型相當困難」。

美國各大零售商如沃爾瑪、Target 皆設玩具部門，主要銷售熱門、利潤高的玩具，可隨著季節性調整貨量，非常具競爭力。另一方面，雖然「反斗城」嘗試分散投資，開設 Baby "R" Us 售賣嬰兒用品，但仍抵受不住大型零售商及網購衝擊，最後清盤收場。

胡澤群指，目前玩具反斗城仍拖欠他 100 萬美元，需視乎清算進度及法庭判決，才知道能否取回欠款，「在整個玩具批發行業中，我損失算少了。」

經歷半輩子玩具業起落，胡澤群看淡行業前景，目前，他經營的 Megatoys 每年銷售額，仍可達 7,000 萬至 8,000 萬美元，但他坦言生意已較早年下跌一成至兩成，「傳統零售及銷售渠道已經落後，種類多、地方大成為負擔」。胡澤群說，大型零售商同一種類產品入貨量年年下跌，反映行業萎縮，唯有創造更多新玩具吸引訂單。

隨著時代改變，不只大人、連小孩都「機不離手」，玩具已經變成 iPad、機器人等。胡澤群認為，這些「貴價玩具」主要由父母買給子女，普通親戚朋友送禮，偏好「量多又便宜」，所以，公司主打季節性玩具，例如復活節禮品包及萬聖節服飾等送禮包，仍有一定市場。

【資料來源：2018.06.10 蘋果新聞網 / 記者 張紫茵】

標示不明玩具、食品 流竄校園

朱立倫：校內與周邊商店列為稽查對象

校外的不明食品，透過玩具包裝後夾帶進入校園，造成學童的食安問題，校園周邊店家是糖果、玩具的大本營，不少食品未依法標示，卻都包裝精美，在兒童眼中成了趨之若鶩的明星商品，許多家長雖然看過，但也不清楚商品來源，包括學生之間流行的水晶黏土、水晶泥 (史萊姆)、恐怖鼻涕膠及指尖陀螺等，都沒有完整的標示說明，而完全沒有標示的水晶黏土，家長能安心嗎？

市長朱立倫表示，校內與周邊商店都列為稽查對象，會加強保障學童的安全。

如玩具重金屬超標 長期接觸恐引發過敏

新北市議員林秀惠指出，中國進口的水晶黏土曾傳出含有可致命的有毒硼砂，萬一學童不慎誤食，可能造成嘔吐等不適，還有一些含有重金屬超標風險的色彩鮮豔玩具等，長期接觸皮膚也可能引發學童過敏、心血管疾病等，標示不明的玩具、食品充斥校園，市府應該介入並強力把關。

市府衛生局長林奇宏表示，最近查獲許多散裝零食，依食安法規定不能在貨架販售，有些食品雖有標示，但不宜攝取過量，會持續查察違規食品並加強食安教育的宣導。

至於學校周邊的食品安全，林奇宏說，食安法目前並無禁止，將研擬訂定自治條例規範。

【資料來源：2018.06.01 自由時報 (節錄) / 記者 何玉華】

玩具就像活起來了！ 程式語言打造智慧玩具

玩具就像活起來！去年全球智慧玩具產值已經高達 49.7 億美元，但是台灣目前智慧玩具還在起步階段，資策會召集 49 個學校與廠商，今天成立台灣智慧玩具聯盟，以北部物聯網製造基地出發，希望推動台灣智慧玩具發展。

資策會表示，根據英國研究機構 Juniper Research 報告，不僅去年全球玩具產值相當可觀，2020 年更可達 155 億美元的產值，今年 10 大科技趨勢之一，就是以程式語言為主的智慧玩具，將成為玩具市場的主流。

台灣智慧玩具聯盟今天成立，秘書長李立國說，智慧玩具至少要具備基本的資料收集能力，可以互動，並回饋給使用者訊息的能力，但是目前台灣智慧玩具發展尚未成熟，因此聯盟希望整合玩具、IC 廠商，將小朋友的玩具再升級，例如讓小朋友可以用簡單的程式編碼改造玩具，並回收當下使用經驗，打造更具有教育意義的玩具。

李立國說，聯盟主要目的就是希望配合經濟部工業局，結合物聯網、大數據分析與人工智慧，把台灣玩具相關的產業拉進平台，推動智慧玩具誕生，小組分為智慧財產權、創意發想、服務系統整合與市場觀測，希望智慧玩具可以符合 STEAM 科學、科技、工程、藝術與數學的教育意義。

松翰科技率先加入聯盟，松翰科技表示，公司協助開發的「albert」阿波學習機器人，便已經結合機器人科技、行動裝置和數位內容學習；另外還有利用光學辨識系統製作邏輯機器人，讓小朋友可以自己排列路徑讓機器人行走，加入聯盟後，未來也希望協助國內玩具廠商再升級。

聯盟表示，廠商經過聯盟核准加入後，即可免費成為會員，享有參加會員大會和工作小組的權利，參加聯盟舉辦的各項研討會、座談會和其他行銷推廣活動，透過聯盟平台，也能享有各項跨域產業資源和媒合。

【資料來源：2018.05.10 自由時報 / 記者 簡惠茹】

桌遊界最大震動！ 歐洲最大桌遊企業 Asmodee 傳有意賣出？

擁有大量知名桌遊版權的法國桌遊公司阿斯莫迪公司 (Asmodee)，傳有意賣出，給歐美桌遊界投下一顆震撼彈！

有關人士評估阿斯莫迪至少擁有 15 億歐元 (約新台幣 532 億元) 的價值，另外這間公司在去年的總營收也高達 1 億歐元 (約新台幣 35.3 億元)。

桌遊相關人士猜測，或許只有孩之寶公司有力量整併這家歐洲桌遊大廠，若是如此的話，孩之寶將成為桌遊界最大的版權擁有者以及出版者，幾乎所有的桌遊都會納入孩之寶的企業體系之內。

阿斯莫迪公司旗下有許多知名桌遊，諸如卡坦島、卡卡頌、情書、五大部落、鐵道任務系列、璀璨寶石以及星戰 IA 帝國突襲等。

【資料來源：2018.05.14 鏡報 (節錄) / 作者 黃申】

平鎮親子館啟用 全館木質玩具滑梯令人印象深刻

以木質玩具為特色的桃園市平鎮親子館，在平鎮婦幼中心 4 樓正式啟用，館內有一座大型木造溜滑梯，以及孩子喜愛的木球池及質樸溫暖的木質玩具，讓孩子把玩時培養美感，聞到木頭芳香的味道與溫潤觸感。開館時間周二到周日（周一休館），每場次開放 20 組親子使用，採線上預約。

平鎮親子館設有孩子休息空間的轉換區，學習語言的多功能教室，激發腦力益智區，發揮想像力積木區，孩童學習抓、握力的木球池。親子遊戲區、學步區、感官區、扮演區等空間，並設置大型木造溜滑梯及木育玩具，用木材教育孩童，啟發孩子思考、學習及運動能力。

市長鄭文燦表示，木頭是非常重要的童玩，像陀螺、積木等玩具，運用天然材質製成，市府規劃在八德設置玩具圖書館，未來兩館也可以互相連線、更換玩具。

桃園市社會局委託台灣玩具圖書館協會辦理平鎮親子館，為了給幼兒美好的感觀經驗和創意啟發，以天然木材玩具為館舍特色，玩具圖書館協會在回收二手玩具多年過程中發現，大量的塑膠玩具，不只無法開發兒童的智能和想像力，也造成對環境的傷害。



平鎮親子館牆面有許多的可愛動物貼圖，像一座充滿歡樂、神奇的樹洞樂園，並從日本引進一萬多顆松木圓球，放置在大球池中供孩童把玩，也設置木質玩具打造的小型菜市場及洗手台，木質玩具溫潤觸感，也有助於孩童情緒穩定與學習。

親子館不只提供免費的遊戲空間，也提供親職講座、育兒指導、家長支持團體、教玩具外借等服務，提供親職教養專業的協助與關懷示範，引導家長學習正向的教養方式，紓解照顧孩子的壓力和解決疑難雜症。

【資料來源：2018.06.05 聯合報 / 記者 張弘昌】

◀ 桃園市平鎮區平鎮親子館，以天然木材材質及木作玩具為館區特色，扮演區的菜市場，都以木頭材質設計打造。記者張弘昌 / 攝影

智慧玩具洩童隱私 三大零售商急下架

智慧玩具熊洩漏孩童隱私，美三大零售商急下架！一款由 Spiral Toys 公司研發的智慧玩具熊「CloudPets」近日被資訊安全研究所 Mozilla 揭露有資安漏洞，駭客可以利用漏洞輕易地竊取個資，甚至植入間諜軟件來監控消費者。Mozilla 和美國三大零售商接觸後，玩具熊已在一周內全部下架，Mozilla 副總裁博伊德表示，市面上還有許多像 CloudPets 的產品，他非常擔心孩子的安全和隱私。

CloudPets 是一種內建錄音機和藍芽的智慧玩具，孩童可以利用玩具熊錄製訊息，父母則能使用 APP 遠端接收並和子女相互溝通。專家發現，駭客能輕易利用藍芽竊取訊息，另外，智慧熊的資訊全部都會上傳到玩具公司的線上資料庫，增加大量個資洩漏的風險，玩具公司的教學網站上登入的消費者資料也曝露在危險中。專家還指出，只要駭客植入間諜軟體，玩具熊就能監控孩童的舉動。

據估計，CloudPets 洩漏了 2 百萬對父母和子女的語音資料，和 80 萬筆 email 和密碼等資訊。事實上，根據《BBC》報導，CloudPets 早在 2017 年就發生 4 起個資洩漏事件，當時駭客利用竊取的個資來和玩具公司勒索贖金。

博伊德向《每日郵報》表示，CloudPets 凸顯即使一個只能簡易傳輸的玩具都能引發安全和隱私的危險。他說，「在資料洩漏日益頻繁的當今社會，還有很多像 CloudPets 的產品仍然在商店貨架上販售。」美三大零售商亞馬遜、沃爾瑪和目標百貨收到 Mozilla 報告後都已宣佈下架所有「CloudPets」產品。

【資料來源：2018.06.07 台灣醒報（節錄） / 記者 蔡岳宏】

玩具反斗城要還債 長頸鹿傑佛瑞保不住

宣告破產的美國玩具零售業龍頭玩具反斗城 (Toys "R" Us)，為了清償債務，正在出售其智慧財產，預計在下個月將著名的招牌吉祥物商標「長頸鹿傑佛瑞」(Geoffrey the giraffe) 進行拍賣，品牌專家說，這可能是有史以來，由一家即將關門的公司所出售的最有價值品牌之一。

【資料來源：2018.05.15 中央廣播電台（節錄） / 記者 吳寧康】

創意新勢力：玩具廠轉型搞 AR 年收入過億元

香港製造業萎縮，90 後「財俊」施俊匡 (Johnny) 看準創新科技的熱潮，決定將家族的玩具生意轉型，設計 AR(擴增實境) 智能玩具，大做小朋友生意，此舉令公司生意逆市增長逾 20%，年收入過億元。為迎合市場需要，Johnny 近日更籌備網購平台，勢要成為科教玩具龍頭。

現年 27 歲的 EASTCOLIGHT 董事副總經理施俊匡為公司接班人，大學畢業後便開始打理爸爸於 1991 年創立的玩具王國。

Johnny 爸爸年輕時在內地任職老師，在機緣巧合下於 80 年代移居香港，並尋找商機。Johnny 稱，爸爸冀將教育與玩具結合，生產富教學元素的玩具，於是以 20 萬元創業。公司一開始主要生產望遠鏡及顯微鏡，隨著業務漸擴大，產品系列變得多元化，現時主要生產系列多達 15 個，包括兒童的科學 (STEM)、Galaxy Tracker 及偵探系列等，生產的玩具款式超過 500 種，銷往百多個國家，每年產量逾 300 萬件。

他表示，現時的客源仍然以歐洲為主，佔約四成，美國佔約三成，其餘則為澳洲、俄羅斯及中港，主要分銷到書店、學校、博物館及百貨公司。他亦留意到新興市場如印度及中國的消費者對高端玩具的需求增加，雖然現時中國市場佔比僅約半成，但 Johnny 認為內地人均收入增加，家長願意為子女教育而花費，故看好中國增長潛力。

香港製造業式微，科技行業卻迅速發展，雖然對主要生產高端教學玩具的 EASTCOLIGHT 影響不大，但 Johnny 認為公司應與時並進，眼見 5、6 歲的小孩已經開始手機不離手，不如將玩具與手機概念結合，令小孩在玩樂的同時亦能學習知識。

雖大學時雖然主修經濟學，但他對天文學感興趣，更額外報讀天文學課程，因此在產品構思上，決定從觀星鏡着手，為原有的觀星鏡加添 AR 元素。

一件普通玩具要變成智能玩具，少不免要配合手機應用程式 (App) 的運用，一般玩具廠可能要與 App 開發商合作研發相關應用程式。Johnny 心知製作 AR 及 VR(虛擬實境) 玩具的門檻較高，一般資金預算最少約 40 萬元，於是他與香港及內地開發商接洽，心想價錢可能較划算，惟對方開價及拆帳比例過高，加上製作 AR 程式的經驗未夠豐富，故最後 Johnny 與一家知名俄羅斯開發商合作。他指，俄羅斯開發商的開價較預期低，全因雙方理念一致，認為「二次銷售」的潛力才是最重要。

何謂「二次銷售」呢？Johnny 表示，傳統行業必須與科技共同發展，「二次銷售」如玩家會「課金」添購其他配件或升級（附註：「課金」為日語，原意為遊戲公司向玩家「收費」，但此句應解釋為「付費」），相對淨賣實體產品，收入得以擴大，所以他們便把「課金」概念應用在玩具上。他指，將新構思放到觀星望遠鏡及恐龍玩具，推出「Star Walk」及「Dino Walk: Continental Drift」，將重點放在軟件上，以玩具作為學習配件。

應用程式不時會更新，他將部分教育資訊設定為收費教學，以恐龍玩具為例，他們會加入不同世紀的資料，每個收費約 8 元，這個方法成功帶動銷售額增長 20%，其中觀星望遠鏡「Galaxy Tracker」更贏得國際大獎。

Johnny 花了數年將年輕人的前衛思維注入傳統玩具行業，其產品甚至出現於蘋果公司的 iPhone X 廣告片，家族生意得以提升至另一層次，未來公司會繼續推創新玩具。Johnny 希望自己在 30 歲前能夠入選《福布斯》「30 歲以下青年才俊榜」，並正為這個目標而努力。

【資料來源：2018.06.04 ON.cc 東網】

上海口岸今年進口兒童用品安全不合格率超 10%

中新網上海 5 月 31 日電，隨著中國消費者對境外商品的消費需求日益增長，兒童消費品的進口量也節節攀升。但光鮮亮麗的「洋品牌」里卻隱藏著種種安全隱患，貼上「進口」標籤的兒童用品，並非是高檔次、高品質的代名詞。

記者 31 日獲悉，今年 1-5 月，上海口岸共檢出不合格進口兒童用品 890 批，安全不合格率達 11.13%。不合格產品包括兒童服裝、嬰幼兒紙尿褲、玩具、兒童用食品接觸產品等；不合格項目主要為甲醛、pH 值、色牢度、繩帶、小部件、纖維成分含量和包裝標識等，會引起致病性化學危害或窒息等物理危害。

上海海關方面表示，從今年前五月進口兒童用品檢驗監管情況統計來看，安全狀況不容樂觀。

上海海關通過「差異化管理+精準化服務」等創新監管模式，對不合格檢出率較高的產品，以及安全管理水平不足的品牌商和進口企業，口岸監管部門不斷提高抽檢比例；對符合條件的質優誠信企業，在信息可溯、風險可控的前提下，通過引入合格保證、採信、驗證等方式，給與更多精準化服務舉措，持續提高貿易便利化水平。

【資料來源：2018.05.31 北京新浪網（節錄） / 記者 陳靜】

庫存積壓價格跳海《任天堂 LABO》的紙箱夢碎了

《任天堂 LABO》已經成為任天堂第一方 NS 遊戲中最差的一作，這不是危言聳聽。

可能還有人能夠清晰回想起，《任天堂 LABO》剛剛發售的一個月內，互聯網上到處都能找到《LABO》用戶的奇思妙想，人們對這款紙箱遊戲的讚美溢於言表，發自內心折服於任天堂的劃時代設計。但殘酷的事實卻是，發售一個多月之後，《任天堂 LABO》兩款遊戲嚴重積壓，未開封二手遊戲回收價跌至發售價的七分之一，中古遊戲市場直接半價促銷。

這意味著，任天堂過度預估了《任天堂 LABO》的市場潛力，兩款遊戲的銷售速度和數量與精算師的預測完全相反。《任天堂 LABO》甚至還沒能成為爆款，就在實體店鋪和互聯網輿論中淪為過氣產品。

我們都知道，《任天堂 LABO》與以往任何一款遊戲都完全不同，與其說是在享受遊戲，不如說要去享受拼裝紙盒、與遊戲機組合和實際遊戲這三個過程。但是在這一整個流程中，玩家本身的愉悅感並非來自於「遊戲好玩」。

實際入手《LABO》的玩家都必然承認：除了編程和高端鋼琴，其他的遊戲項目基本不存在遊戲深度和耐玩性。那兩項也對玩家的能力有著不少要求：懂編程語言邏輯，和樂理。《LABO》的遊戲缺乏玩家引導和激勵措施，關卡提升沒有足夠的變化，完全不具備任天堂第一方遊戲的一致特性：耐玩、有趣，易於上手、難於精通。從這種角度來看，《LABO》更像是玩具，而非遊戲。

同樣，《LABO》作為玩具也完全不合格。紙箱作為消耗品，無法給玩家帶來重複性的遊戲體驗；已經寫死在流程化設計當中的摺疊，只是在不斷重複說明書的一個個步驟而已。真正讓它脫穎而出的原因，是巧妙運用了 Switch 的手柄振動、紅外功能。樂高積木可以拆了重建，循環利用，高達模型不斷引領者多色成型技術和射出板件的技術發展，但紙板本身既不能重複安裝，又沒有高技術含量，失去了 Switch 和手柄，拼裝完成的《LABO》只是一堆可燃垃圾，毫無用處。

消費升級後，就是有些人喜歡「手動打造」這一過程，《LABO》便看上了這一群體。但是《LABO》偏偏要用不穩妥的材料、落後的手工技巧，費力不討好地同樣完成一件其他材料和配件能夠輕鬆、精準完成的事情。更何況《LABO》做的還不夠好。

【2018.05.27 北京新浪網（節錄）】

玩具槍「太逼真」險遭訴 MIT 世界龍頭年收逾 20 億

生存遊戲在全世界越來越夯，但其實台灣就是世界玩具槍的生產大國，世界上 98% 都產自亞洲地區，台灣製造更佔了 50%，穩坐龍頭，其中怪怪貿易公司董事長廖英熙，更曾在 2016 年因為玩具槍太真被起訴，但後來二審判無罪，現在成為他的驕傲。

怪怪貿易公司董事長廖英熙：「這是我們最新的 G2H，它是打到沒有子彈的時候，它一定會斷電，這個是很新的設計，這個是我們的專利。」

親自示範自家生產的玩具槍，他是怪怪貿易公司董事長廖英熙，2016 年 8 月因為生產玩具槍被依違反《槍砲彈藥刀械管制條例》起訴，一審判 2 年 8 個月，上訴後二審改判無罪。當年因為玩具槍太真被起訴，現在成為他的驕傲。

事實上，台灣是世界玩具槍生產龍頭，擠下日本和大陸，玩具槍大約 98% 生產自亞洲地區，其中的 50% 更是台灣製造，每年為台灣賺進超過 20 億台幣，生存遊戲越來越夯，仿真玩具槍成了另類的台灣之光。

【資料來源：2018.06.08 SETN 三立新聞網（節錄）/ 記者 許信欽、曾建勳】

2 個月募資破千萬 完美媽媽包剩 13 小時下訂

女孩的包包就是神祕地帶，裡面什麼都有、卻又什麼都撈不到。更別提媽媽的包包了！一手帶小孩、一手還要精準拿出所需物品根本是神人等級才辦得到。

曾經擔任時尚編輯的 Shelly Kuo，自從當了媽媽，才發現私物再加上多元的嬰兒物品，每回出門都像大海撈針，永遠無法精準拿出所需物。她毅然決然辭去 10 年的時尚編輯工作，回收一千多份父母對育兒包的許願問卷後，設計出最完美的媽媽包。可伸縮擴充空間，並且附有快拆式皮革硬殼包設計，以 Y3 也使用的磁釦連結，硬殼包還可選擇保溫小包或萬用口袋小包，機能性超強大。外型上就是時尚黑色，運動族群或是爸爸揹起來都毫無違和。

Shelly Kuo 籌備一年半，今年 3/14 在募資平台上架後，短短 5 分鐘就已經超越募資目標的 30 萬元，距離募資期限僅剩 13 小時，募資金額更已經來到 1368 萬元。

【資料來源：2018.05.31 蘋果即時新聞（節錄）/ 記者 解光芸】

企業探訪及經驗分享 華航玩具股份有限公司 / 謝東海

絨毛玩具的領頭羊—華航玩具公司仍不斷地破浪前行

走進華航玩具公司的樣品室，讓人忍不住嘴角上揚，四面依牆並高達天花板的展示櫃擺滿各色各樣的絨毛玩具。仔細端詳這些娃娃，做工精細、觸感柔軟，更令人讚歎的是每個娃娃的表情都非常的生動自然，可知華航製作絨毛玩具的實力非同小可。

民國七〇年代可謂台灣玩具業的黃金年代，許多玩具業創辦人都是從代工起家，華航玩具公司董事長謝東海也是其中的佼佼者之一，帶領公司業務不斷蒸蒸日上。到了八〇年代，勞力密集的玩具業為降低成本而紛紛轉向大陸製造與出口，大陸廠商的低價競爭使不少業者都陷入了經營危機，但華航卻直至今日都在持續蓬勃發展。問及謝董事長的經營心法，他笑吟吟地說：「我做到現在，哪有多厲害，不過是順勢而為。」

玩具業想要留在台灣深耕發展，對抗低價競爭，就必須把產業升級，才能提升產品的附加價值。華航要擁有目前的成果實屬不易，謝董事長分享了他的心得：「我抓了二個方向，就是通路和品牌」。

華航玩具因品質精良而得以進駐百貨公司，但銷售量卻不甚理想。時值台灣颳起一陣夾娃娃的旋風，謝董事長發現娃娃機是一條值得開發的特殊通路，便把娃娃批發給娃娃機業者。奇怪的是，娃娃機的生意火熱，但娃娃的銷量卻紋風不動。一問之下，才發現業者的程式門檻偏高，他們希望消費者夾不到娃娃而繼續投幣，所以娃娃銷量才會不見起色。謝董事長下定決心，自己購入娃娃機，並聘僱業務推廣機台，沒想到自己掌握通路後，僅一個月就開出非常亮眼的紅盤，讓謝董事長也驚喜不已。

「能走到現在，說賺到多少錢，都是騙人的，為什麼？因為



玩具業有一個 cycle（循環），我個人體會到要維持開銷很難……比較穩的只有品牌授權。」謝董事長似乎回想起當初的決心，表情轉而堅毅。為了開拓與品牌結合的道路，他瞄準各種品牌的授權，即使初期投資大多付諸流水也在所不惜。「我也曾虧了一、二千萬，但是咬緊牙根，繼續調整產銷一體、平價通路市場渠道。」

謝董事長表示，談授權沒有捷徑，除了資金投入以外，更需要的是專業的開發設計團隊和品質。因為談下授權後，從產品的概念設計圖、打樣、試產等層層關卡都必須通過審核，產品才得以上市，這就是專業的高門檻，也是其他同業不易跨越的一道坎。「我們的 know how 不只有生產和市場，而是設計……品牌商有品牌和通路，我們只能自強，練得更強！」

笑容重新回到謝董事長的臉上，獲得 ISO 9001 品質認證的華航玩具公司，多年來已取得美、日原廠的 OEM 與 ODM。華航玩具公司已經隨時準備好，迎接玩具業的下一個大浪潮。



▲ 迪士尼米奇七十五週年紀念玩偶：2003 年由迪士尼授權、華航玩具股份有限公司設計製作的「米奇七十五週年紀念玩偶」，其臉模和身體都是依最早期的米老鼠造形製作，全身上下都是小羊皮縫製而成，全球限量七十五隻。