



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

10月號

2019年3月27-29日  
CBME 印尼國際孕嬰童展  
熱烈徵展中！！  
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 日出版  
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



## 2018 德國科隆國際嬰幼兒用品家具展參展報告

報告人：簡淑超秘書長

展覽時間：2018 年 9 月 20-23 日

展覽地點：Cologne Exhibition Center 科隆展覽中心

### 目的

德國科隆國際嬰幼兒用品家具展是全球第一大且最專業的嬰幼兒用品展，公會秉持著持續組團參展以協助會員做長期業務拓展，並增加市場拓展成效，公會藉由組團參加此重要嬰幼兒用品展與廠商建立良好關係。

除了協助會員業務拓展外，更可藉由觀展了解市場趨勢，例如產品的安全性和數位化以及哪些產品有持續性都是可以從今年的展覽中看出端倪的。

今年也像往年一樣藉由此次展吸收到嬰幼兒用品的新會員，組團參展對於鞏固嬰幼兒用品既有會員及吸收新會員有很大的幫助。

雖然，近幾年以來此展也像全球各展一樣，參觀人數都往下修，但科隆展保有它的專業度，只要參展商的产品具有吸引力還是可遇到專業買家來洽談，因此台灣參展廠商的持續參展率可達九成，參展總家數也很穩定。

### 過程

從 2017 年開始展館增加 4.1 館，其使用面積共達 11,000 平方公尺（2017 年使用 11,000 平方公尺，2016 年使用 10,000 平方公尺），產品類別包括兒童家具、兒童衣物、兒童居家用品、嬰幼兒手推車、汽車座椅、保健食品、各類床具、幼兒玩具及各類紡織品等產品，分別於 4.1、10.1、10.2、11.1、11.2、11.3 共六個館中展出，其中 4.1、10.1、11.1、11.2、11.3 都有國家館，4.1、11.3 館是品牌館，其他是專業館，主辦單位除了發布展覽規模外，另提供了下列幾個展覽特色，分別如下：

#### Kind + Jugend 傑出的國際採購平台

- ◆ 來自 123 國大約 24,700 位參觀買家（2017 年 113 國約 22,500 位參觀買家）
- ◆ 來自德國及海外買家都增加
- ◆ 頂尖的買家來自各通路
- ◆ 安全性、數位化及產品可持續性仍然是趨勢
- ◆ 製造商透過創新來提升自家產品

參展廠商：總共 1,217 家分別來自 49 個國家（2017 年 1,232 家來自 50 個國家，2016 年 1,174 家）

買家：24,700 位買家，來自 123 國（2017 年 22,500 位買家，來自 113 國）

#### 展覽特色

- ◆ 來自各通路的採購決策者都運用此展進行採購，包括：批發商、零售商、專賣店、百貨公司、藥妝店、網路商城
- ◆ 從此展可獲得 2018 年產品趨勢、新產品及創新產品之資訊
- ◆ 此展的國際化程度高：86% 的參展商及 75% 的買家來自國外，充分表現國際商業的中心樞紐地位及潮流走向
- ◆ 買家：德國占多數；東歐些許成長；歐洲的英國、法國、義大利、西班牙成長；中南美的玻利維亞、拉脫維亞、捷克、秘魯成長；中南美的阿根廷衰退；亞洲成長，尤其是中國；80% 的買家 2019 年會再來參觀此展；90% 的買家會推薦其他買家來參觀此展。

除了傳統的展示區域外，也透過兒童設計獎 Kids Design Award，創新產品獎 Innovation Awards，消費者獎 Consumers Award 呈現產業目前趨勢、產品設計與市場發展走向，還有趨勢論壇也幫助參展廠商及買家了解嬰幼兒市場之未來趨勢，透過講座、小組會議及研討會為企業提供寶貴的專業建議及最佳實踐方向。例如，經過 2013 年的首度展出後，今年再次呈現由國際設計師設計的一系列兒童家具、玩具及家居用品，吸引許多人潮參觀，



▲ 2018 KIDS 設計獎產品 Upe



Design Park 透過兒童設計獎 Kids Design Award 之活動來顯現，兒童設計獎是今年科隆展最受關注的獎項之一，要求功能和設計都能尋求創新，讓新創公司、設計師及剛建立品牌的製造商可以獲得適合的資訊及支援。

#### Kind + Jugend 2018 for Kids Design Award

年輕設計師傑出設計對於兒童產品尤為重要，因為它可以得到各界的鼓勵和挑戰，發展創造力和能力，與環境建立聯繫，尤其是有趣。在世界上最大的嬰幼兒用品家具展會 Kind + Jugend 的背景下，設計主題因此有著重要作用。為了讓年輕設計師有機會向貿易界展示自己並以這種方式建立聯繫，此展每年都會頒發 KIDS 設計獎。它促進了尚未商業化的產品概念和研究。提名十位設計師及其設計。Kind + Jugend 使所有十位被提名者都有機會獲得產品贊助，因為他們的設計會在一個有吸引力的特別活動中，向展會的製造商和買家展示。贊助的目標應該是共同開發原型到市場成熟度。獲勝者將在 Kind + Jugend 展之第一天的趨勢論壇中宣布。KIDS 設計獎特別活動在 11.1 號展廳 E 50 F 59 展位展示。

來自工業設計和科學的 140 份提交作品給專家評審團進行評估。經過深入討論，獲勝者獲得了傑出的榮譽獎。然而，陪審員明確讚揚整個競賽和所提交的設計，給予高設計質量的讚許。Gintare Cerniauskaite 是 2018 年 KIDS 設計獎的獲獎者

今年，在維爾紐斯藝術學院完成培訓的立陶宛設計師 Gintare Cerniauskaite 憑藉其“Upe”產品贏得 KIDS 設計獎。

Upe 是一款教育性的木製建築遊戲，藉由組合及事先已切出形狀的字母和數字，幫助孩子學習閱讀，書寫和計數。由於字母和數字的主要形狀被識

別並且可以獨立構造，因此鼓勵兒童嘗試各種可能的寫作形式。這些形式也可用於創建道路，橋樑，城堡，卡通人物或任何人們可以想像的東西。

#### Lisanne Koning 榮譽獎

陪審團認為 Lisanne Koning 的“Inside the box”產品也值得一提。對於那些沒有玩具的地方，食物，藥物和衣物當然很重要，但玩具對災區兒童也很重要。

“盒子內部”這產品的紙板盒是一個標準盒子，盒子上印有模板，用於從盒子本身可創建出玩具。玩具可以通過這種方式被送到災區，而且這個盒子可重複被使用。



▲ 2018 榮譽獎產品 Inside the box

#### Kind+Jugend 「創新產品獎」

另一個展覽焦點是 Kind+Jugend 「創新產品獎」，其為鼓勵嬰幼兒用品業界對產品創新的持續耕耘而設立。從創新思維、優秀技術、高功能性或傑出設計等面向，分別於 8 個產品類別中進行評選，並於 11.1 館展出，今年總計 27 國、200 件產品參選（2017 年 30 國、170 件參選，2016 年 27 國、166 件參選，2015 年 25 國、130 家廠商、184 件參選，2014 年 28 國、135 家廠商、184 件參選）。

2018 年 Kind + Jugend 創新獎：來自  
（本文接續刊登於第 2 版）

(接續第 1 版內容)

六個國家的八位獲獎者獲獎。

創新獎的獲獎者一直都是在 Kind + Jugend 展的第一天宣布的。來自六個國家的八家公司能夠在八個類別中獲得夢寐以求的獎杯。評審團由國際媒體或貿易界記者，安全和行業專家組成，致力於創新，技術，功能和設計。今年提交了來自 27 個國家的近 200 種產品用於創新獎，比 2017 年增加了約 18%。提名了 33 種產品。所有獲獎者和提名將在展會期間的一個有吸引力的特別活動專區中展出。

◆ 嬰幼兒居家安全獎 (圖 1)：德國公司 Felibaby GmbH 的產品。樓梯防護門 BUZZER® 的設計非常簡單。兒童無法接觸到這簡單的蜂鳴器，即使手中忙碌著其他事，也很容易為成人操作。全自動門在兩個點是安全關閉著。

◆ 嬰幼兒移動 & 旅行用品獎 (圖 2)：獲獎者透過此產品證明了簡單的操作。荷蘭製造商 Minimonkey 生產出此嬰兒專用的小巧輕便的迷你吊帶系統產品，適合 2 歲或體重不超過 15 公斤的兒童，並可隨兒童的生長而調整。它由透氣和防水材料組成，適用於所有天氣條件。

◆ 嬰幼兒紡織品獎 (圖 3)：具有專利的防風防水兒童夾克 Kids Jacket 軟殼夾克由波蘭公司 Miapka Design 所開發。夾克可扣在褲襠裡，因此在玩耍，跑步和攀爬時不能滑動，後背仍然被遮住。長度可以很容易地調整。夾克內襯是棉質的且防水的。這些要件讓它獲得了此類別的創新獎。

◆ 嬰幼兒移動獎 (圖 4)：瑞典公司 Bumprider AB 的 Bumprider Connect 的嬰兒車。一個嬰兒車可以藉助磁鐵快速輕鬆地與另一個嬰兒車連接，從而成為一體。非常適合運送幾個孩子。

◆ 嬰幼兒家具獎 (圖 5)：義大利公司 Artsana S.p.A 憑著四合一 Baby Hug 在此類別中獲勝。這款小嬰兒床適合用作搖籃、蹺蹺板、高腳椅和桌椅。它可以很容易轉換移動。

◆ 嬰幼兒旅行獎 (圖 6)：Dorel Juvenile (Maxi Miliaan B.V., 荷蘭) 嬰兒背帶 Maxi-Cosi Jade。此嬰兒背帶具有最高的安全標準 (R129)，為孩子提供了極大的舒適感，讓父母輕鬆操作。無論是在車內還是在嬰兒車中運送，孩子都是平坦而安全的。

◆ 嬰幼兒照護獎 (圖 7)：來自荷蘭 Miyali BV 公司的 CanDoCup 練習杯，從父母幫嬰兒餵食到兒童使用杯的過渡期，它都很穩定，有三個手柄，符合人體工程學設計，可以幫助孩子學會喝水和吞嚥。

◆ 嬰幼兒玩具獎 (圖 8)：BERGOR² 推車以獨特的踏板系統和符合人體工程學的耐用設計而著稱。兒童的車輛由 BERG Toys B.V. (荷蘭) 提出。

Consumers Award 消費者獎

由德國、荷蘭、奧地利、波蘭、俄

2018 創新產品獎 得獎產品



羅斯、土耳其、法國等七個國家的消費者雜誌票選出 10 種不同類別產品，反應消費者的接受度。

- 選出的產品於 10.1 館中展出。
- 該獎項不僅反映市場消費者接受度，提供企業參考。
- 也可讓國際買主藉此了解哪些產品在歐盟較受歡迎。

來自台灣的參展廠商共有 42 家 (2017 年 39 家，2016 年 36 家) 廠商有：10.1 館：元亨、怡合、麥華、佳和、登鉅、得禎、汎憶、鉅騰、禾紡、弘裕、鉅田、麗群、太吉、瀧甲、新世紀、穩盈、世堡、益利興、耀翔，10.2 館：艾比、翔贊、統資、百澧、擘進、震耀、南霖、明興紡織、潘朵拉、友良、源展，11.1 館：可買、川立、自在、金上吉、耀億，11.2 館：塑舜、大鐘、吉尼寶貝、什錦販、新浦樂，11.3 館：喜福，4.1 館：萬家康，42 家廠商當中有 17 家是公會會員，佔總數的 40.48% (2017 年 39 家台商，22 家公會會員，佔總數的 56.41%。2016 年 36 家台商，23 家公會會員，佔總數的 63.89%。2015 年 36 家台商，21 家公會會員，佔總數的 58.33%)。

參加本會團區的廠商以“Taiwan Pavilion”的整體形象展出，參加台灣館之廠商共有 8 家 (元亨、怡合、得禎、鉅騰、麗群、太吉、瀧甲、自在)，8 家總共租用 85 平方公尺 (2017 年 12 家 189 平方公尺、2016 年 12 家 194 平方公尺、2015 年 12 家 210 平方公尺、2014 年 10 家 188 平方公尺、2013 年 9 家 175 平方公尺、2012 年 7 家 112 平方公尺)，本會為了服務廠商特別設立一個服務攤位，準備了咖啡、茶水、糖果、泡麵及 Wi-fi 無線上網服務。我國駐德國台北代表處法蘭克福辦事處經濟組黃青雲組長代表經濟部前來展場關心台灣參展廠商。

心得

網路行銷在全球興起之後，透過參

觀展覽作採購計畫的買家逐年遞減，但是目前展覽還是有一定的存在必要性，所以如何藉由參展拓展市場行銷還是一個重要的課題，參展之重要教戰守則如下：應持續參展而不可中斷，持續研發創新設計，讓產品更有創意及特色，方能得到買主的青睞，需符合目標市場的需求，具有價格優勢，穩定的優良品質，符合安全規範，運用網路行銷來搭配參展，展前要多做功課，擁有製造服務化的觀念。

2018 年全球經濟景氣仍處於低迷狀態，加上網路採購的方便性，因此來觀展的買家 (包括舊客戶) 的人數顯少，但是觀展的有效買家依然存在，主因為專業的嬰幼兒用品展還是首選，台灣的參展廠商感受到此展有效買家還算多，今年以德國、中南美和東歐市場之買家最有購買力，台灣參展商亦表示，今年的有效買主以舊客戶續下單較多，台灣團區的廠商只有少數產品具特色而且價格深具競爭力的廠商能接獲新客戶的新訂單，另外，來自各國的強烈競爭，仍是台商需要面對的重要難題，韓國和中國是台灣的主要競爭對手，他們的產品也在不斷進步中，我們的廠商需不斷地求進步且找尋差異化才能獲得因應之道。

0 至 3 歲嬰幼兒玩具為此展的參展產品已有約 9 年的時間，科隆展的玩具買家與紐倫堡展不同，部分的台灣玩具廠商已參展超過 6 年，今年的台灣玩具參展商比去年多，主要以 EVA 地墊、兒童車、遊戲產品及球池...為多，雖然今年買家人數顯少，此展對我台

商的全球市場佈局依然是非常的重要。

建議

為了能達到本會組團參展的最大成效，除了團區以 Taiwan Image 的整體良好形象方式呈現外，還要講究整體形象的設計感，以襯托台灣嬰幼兒產品的優質。

今年參展之後，公會已向主辦單位科隆台灣辦事處反應兩件事，分別為：

(1) 今年台灣團區以 Taiwan Image 目前的整體形象之設計已有些突破，但因為自從大會增加 4.1 館之後，台灣館的位置還是不盡理想，將向主辦單位提出建議：除了加強具有嬰幼兒溫馨的形象設計外，希能將團區座落的館別予以調整，找到適合位置才能幫會員提升展出效果，因此向大會提出，希望 2019 年幫台灣團區安排在兩個團區，一個在 10.1 館適合幼兒玩具、紡織品及嬰幼兒床等產品，另一個團區則以 11.2 館為優先，4.1 館為其次的選擇，適合其他嬰幼兒綜合性產品展出。

(2) 整體而言，今年買家人數顯少，本會已向大會反應希能於明年增加邀請買家之廣宣預算及計畫。

截至 2018 年為止，公會組團參展此展已有相當經驗了，仍本著虛心求進步的工作態度，除了對會員當面關心及送糖果祝賀展出成功外，更將帶去展場的廠商問卷調查表全數請會員廠商填回，針對非會員的部分也親自拜訪及關心，並向他們說明公會的服務項目以吸收新會員，期能了解需求以增加公會對廠商的服務效果。



▲ 2018 台灣館整體裝潢，形象標誌以醒目“TAIWAN”標示裝潢

## 中美貿易戰對玩具與兒童用品產業的影響

根據美國玩具協會對美中貿易戰的報導指出，川普總宣布於 9 月 24 日起，對價值 2000 億美元的「中國進口商品」徵收 10% 的關稅。雖然「玩具成品 finished toys」不在徵收 10% 關稅的名單上，但名單中包括兒童家具（如椅子）、工藝品、少年產品、兒童帽等。且預計在 2019 年 1 月 1 日起，這些名單上商品類別的關稅，將增加到 25%。

綜合國外媒體報導，美國總統川普於 9 月 24 日啟動的新關稅清單中，雖未對玩具成品課徵關稅，但卻對部分玩具採用的原物料及化學成份，如鋰電池和製造 Silly Putty 的化學品課徵關稅。美國玩具協會（Toy Association）聯邦政府事務副主席蒙德（Rebecca Mond）表示，美國關稅措施，將導致美國玩具商製造成本的增加，恐迫使玩具商將成本轉嫁至消費者身上。

**美中貿易新關稅政策對營運的影響，可能會在明年第二季開始。由於美中雙方的對談仍持續進行中，因此，關稅名單上的項目類別、以及實施日期等，預期仍有變數，本會將密切追蹤後續，並轉知會員相關訊息，也請廠商多加留心。**

## 美中貿易戰日趨升級 我政府呼籲業者切勿涉入違規轉運貿易

美中貿易戰日趨升級，短期難解，為全球經濟及貿易發展帶來巨大的不確定性。美國及中國大陸陸續採行加徵關稅等貿易措施，讓業者不得不重新思考調整產業布局，以減輕關稅負擔，產業鏈錯綜複雜，唯有掌握市場國的原產地認定規定，才能做合理規劃。另一方面，某些貿易方式的改變可能涉及違規轉運，業者有必要掌握市場國對於違規轉運的調查與認定，以免觸法。

**美中貿易衝突之際，貿易轉單對我國廠商是個機會，在把握機會的同時，政府呼籲業者應注意產品須符合美國原產地規定，切勿轉運中國大陸製產品到美國，且偽報產地是臺灣，迴避美國額外關稅，這不但觸法，更可能引起美國對我國產品展開調查，並課徵額外關稅。**

## 美國 SEARS & KMART 傳財務危機 交易應提防倒帳風險

不敵電商浪潮，擁有百年歷史的美國老字號百貨公司 Sears 於 10 月 15 日申請破產保護。包括 Sears 百貨公司以及副品牌 Kmart 在內，預計全美將會有近 200 家以上的門市關閉。

根據美國玩具協會的調查，玩具製造商向 Sears / Kmart 出售的風險仍然存在，大多數會員公司傾向不對 Sears / Kmart 出售太多的產品，或者是已經停止向他們出售產品。

**提醒業者和 Sears / Kmart 交易要多加注意，交付時要求現金支付，勿做放帳以免倒帳風險。**

## 兒童科技研討 再造新玩具王國

台灣曾是玩具王國，未來仍可憑藉 ICT 新技術如物聯網、AI，結合創新設計能量，重新以智能玩具之姿打進國際；因此經濟部技術處委託資策會執行「服務系統體系驅動新興事業研發計畫」，因應國高中 108 新課綱推動機器人、程式設計等課程，結合 IC 晶片、科技、軟體及教育內容，協助傳統玩具加值，未來希望能擴大智能玩具應用領域，除了教育、學習、娛樂之外，未來也可延伸到銀髮族，朝照護陪伴等方面邁進。

為加速智能玩具創新產品的研發，特於日前舉辦「兒童科技創新應用案例研討會」，針對科技導入兒童 STEAM 教育（Science, Technology, Engineering, Arts, Maths）的應用與案例，邀請幼獅文化總編輯劉淑華、智高實業大中華區業務副總經理林玟芸分享 STEAM 教育理念實踐在教育與玩具的案例，資策會副主任蔡明宏談物聯網技術 Task Composer 如何應用在兒童科技上，還有松翰科技業務總監潘銘錕暢談 IC 產業如何導向玩具的設計研發。

此外，另探討兒童科技產品服務新視野，從 Social Bot 應用及兒童服務產品創新的經驗切入，邀請麗翔教育圖文事業部經理蔡宗翰分析兒童科技市場趨勢，深活設計執行長林貫文、女媧創造科技專案經理李佳宇談 Social Bot 的互動設計 Know-hows；資策會 IDEAS LAB 副主任徐毓良、安譜國際袁健馨合作拓展顧問、Werold Games 營運總監林峰輝分享如何成功打造一款兒童產品服務的秘訣。

現場還有 6 家廠商展出最新智能玩具應用，包括酷比客國際推出的 CUBEXUS 電子積木，女媧創造科技帶來的凱比同學機器人、Werold Games 創作的 AR 桌遊、體感遊戲、安譜國際的編程益智機器人，還有幼獅文化、麗翔教育圖文事業部在教育場域的應用。透過整合國內的 ICT 技術以及創意文創能量，以智能玩具再造新玩具王國。

【資料來源：2018.11.18 工商時報】

## 經濟部標準檢驗局公布市售「指尖陀螺」檢測結果

美國消費者監督組織（World Against Toys Causing Harm, WATCH）於 2017 年公布「十大夏季危險玩具」，其中列為頭號危險玩具的「指尖陀螺」，因微小零件容易脫落，一旦被孩童誤食，可能卡在食道之內，導致噎傷。經濟部標準檢驗局為關心兒童健康安全及瞭解市售指尖陀螺玩具品質，於文具店、玩具店、量販店及零售商店等地，隨機購買 20 件樣品進行「品質項目」檢測及「標示查核」，檢測結果發現品質項目之「墜落測試」及「小物件測試」計 1 件不符合規定、「商品檢驗標識」計 6 件不符合規定、「中文標示」計 5 件不符合規定。

壹、檢測標準

標準檢驗局表示，本次「指尖陀螺」係依據國家標準 CNS 4797「玩具安全（一般要求）」及 CNS 4797-3「玩具安全（物理性）」等檢測玩具物理性測試之要求（包括：小物件、危害尖端、危害邊緣、孔洞間隙和可觸及之機構、墜落、扭力、拉力及壓縮之安全性）品質項目，另依據前述標準及商品檢驗法查核「商品檢驗標識」與「中文標示」。

貳、檢測結果

本次檢測結果如下：

一、品質項目：計 1 件不符合規定，不符合情形為經墜落測試有可分離的小物件。

二、標示查核：

（一）商品檢驗標識：計 6 件不符合規定，不符合情形包括無商品檢驗標識及商品檢驗標識之字軌及批號，未緊鄰基本圖式右方或下方。

（二）中文標示：計 5 件不符合規定，不符合情形包括無中文標示、標示不完整（無產品成分、適用年齡、統一編號、使用方法或注意事項等內容），以及實體與標示內容不符情形。

標準檢驗局指出，「指尖陀螺」已列屬應施檢驗玩具範圍，應完成檢驗程序後始得運出廠場或輸入，對於市場上流通之商品，該局每年度均訂有市場檢查計畫，倘發現該類商品不合格者，即派員追蹤調查不合格原因，並作成訪談紀錄後依相關法規處理，以雙重把關機制維護消費者權益。

【資料來源：節錄自 2018.10.11 經濟部標準檢驗局官方網站新聞稿】

## 是什麼樣的奶瓶 讓部落客藝人狂推 連還沒懷孕的媽媽也瘋搶？

對於新手媽媽來說，總是用最高標準來把關孩子的生活用品，什麼樣的奶瓶風靡網紅界，更讓還沒懷孕的媽媽都搶著囤貨，日前該品牌的粉絲團就收到粉絲的喜愛回饋「因為我是還未懷孕的，你們家東西太喜歡了我奶瓶也買了，我還買了兩組完整的，我老公說我瘋了」。

媽媽們在挑選奶瓶上總是從 CP 值、實用度及價格方面去挑選，而 hegen 奶瓶是如何兼具安全、實用、美觀並獲得廣大媽媽群的喜愛呢？

知名網紅金老佛爺就在部落格上公開分享這款 Hegen 奶瓶，文中提到：「這真的是奶瓶喔 !!! 如果咪咪不喝奶，換蓋子就變成她的零身罐或水瓶，一般奶瓶身上絕對看不到，方圓型的奶瓶口徑夠大，好倒奶粉也好清洗！完完全全打破我對奶瓶的概念」「而且奶嘴接受度很好，讓咪咪喝奶量大增，我只有換過奶瓶而已，咪咪是女超人嗎？我都嚇死了長高 8 公分耶！」可見在網路上，此款多功能奶瓶有著極好的評價，媽媽實際使用的經驗大多為寶寶喝很快、拍嗝快又好清洗，使用者的回饋和奶瓶的質感也再再證實了奶瓶界愛瑪仕的稱號。

Hegen 品牌總監表示：「Hegen 是來自新加坡的品牌，已經有多年的好口碑，也是許多名人、網紅指定的愛牌，而奶瓶的設計也兼具永續環保，過了寶寶的喝奶期本身也不會浪費，繼續當作水瓶、儲存瓶、零身罐...等使用，在媽咪們口中也是推薦有加。」

【資料來源：節錄自 2018.10.9 台灣好新聞報 / 記者王郁淳】

▶ 圖片來源：截取自網頁圖片





敬賀 本會會員

雷虎科技股份有限公司的產品榮獲第 27 屆金質獎！

亞拓電器股份有限公司、美弗實業股份有限公司、智高實業股份有限公司的產品榮獲第 27 屆台灣精品獎！

## 2019 紐倫堡玩具展 台製玩具智慧出擊

玩具產業指標大展紐倫堡玩具展將在明年初登場，台灣廠商積極轉型，結合國內科技優勢轉向智慧化，將帶著創新科技玩具搶攻中高價位市場。

德國紐倫堡玩具展明年 1 月 30 日至 2 月 3 日將登場，邁入 70 週年，料將聚集各國專業零售業者、品牌大廠、專業製造商及國際媒體共襄盛舉，中華民國對外貿易發展協會也不錯過這次國際曝光機會，預計徵集 18 家廠商組團參展。

外貿協會表示，德國是全球第 2 大玩具進口市場，歐洲地區則有 6 國名列前十，在全球進口市場共占 4 成，顯見歐洲市場重要性；紐倫堡玩具展去年共有 68 國、近 3000 家玩具業者參展，並吸引 123 國、逾 7.3 萬名買主參觀，是玩具業者爭取曝光的最佳機會。

外貿協會並指出，台灣玩具業者近年積極轉型，結合台灣既有的科技優勢，發展出智慧型玩具，突破傳統代工模式，展現設計製造實力，搶攻中高價位的高品質玩具市場。

例如智高 (GIGO) 智能機器人，結合積木特性，可自由變換造型，還能連接智慧型手機及平板，讓孩子學習程式設計編寫。建迪企業則利用做醫療輔具的技術經驗，發展具有音響功能的電動車玩具，搶攻玩具市場。

外貿協會將在明年紐倫堡玩具展中設立台灣館，展出 18 家台灣玩具廠商產品，項目涵蓋紙牌和紙製玩具、電動童車及腳踏車、學習教材及教具、益智積木、紓壓玩具等。

【資料來源：2018.10.01 中央社 / 記者 廖禹揚】

## 美國玩具協會：玩具製造業回美毫無意義 關稅將拖垮產業

玩具反斗城退出市場之後，美國玩具商日子依舊並不好過，廠商更憂心，如果貿易戰繼續升級，情況還可能變得更加艱難。

據美國玩具商協會 (The Toy Association, Inc.) 指出，在美國銷售的玩具中，約有 85% 是在中國生產，雖然這些產品到目前為止，還能逃過川普的貿易關稅，但市場普遍認為，下一輪關稅將包含所有尚未課稅的中國進口產品。

如果情況演變至此，玩具商將在劫難逃。

玩具協會政府事務副總裁 Rebecca Mond 表示，對玩具產業來說，商家還在因應破產造成的困境，實在不是加課關稅的好時機。

### 即使移出中國也不會回美國

她認為，這波關稅的最終目的將玩具製造業帶回美國，是沒有意義的。儘管美國大部分製造業已經高度自動化，但這是個勞力密集型產業，不容易實現自動化。

她說，這也是一個季節性產業，必須在接近假日季節時提高產量。因而，要在美國建立新工廠，變得不切實際。

孩之寶執行長 Brian Goldner 表示，即使將生產線由中國移轉，也是轉向其他低薪國家，而不是美國。而且，即使是一小部分的移轉，也得耗費數年的時間。

產業專家及 Klosters Trading 執行長 Lutz Mueller 指出，孩之寶 (HAS-US) 和美泰 (MAT-US) 絕不可能在一夜之間，從中國轉移到另一個低成本國家，別的國家不見得有基礎設施或供應鏈。

Mueller 表示，如果徵收關稅，許多小型玩具公司可能會倒閉。至於較大的公司，如美泰，在玩具反斗城破產之前就已經陷入困境。其股價自 6 月以來下跌了 20%，近期公司宣布將削減 2200 個美國就業機會，以控制成本。

### 無法及時補上玩具反斗城空缺

與此同時，Walmart 與 Target 這類連鎖店，準備設置更多的玩具銷售窗口，填補玩具反斗城留下的市場空白。不過，分析師認為，即使商家想要重新建立銷售點，在今年假日季節也無法及時填補空間。

美泰執行長 Steve Totzke 表示，今年較以往任何時候，找出合適的時間、地點、數量，銷售合適的玩具，都變得更加重要，做得最好的公司，無論是製造商或零售商，將贏得最後勝利。

【資料來源：2018.10.08 鉅亨網 / 編譯 劉祥航】

## 三創親子娛樂空間開幕！

少子化時代，看好親子商機，位在八德商圈的「三創生活園區」將 7 樓規劃為親子體驗空間！親子出遊何處去？爸爸想看 3C 科技商品、媽媽想看貼心家電、小朋友想玩動漫，雖說數位化時代，想要什麼手指動動就可以！然而「體驗經濟」仍是王道，隨著家庭消費型態對於子女消費占比越來越高，三創生活園區 7F 親子娛樂樓層即日起正式進化升級為親子體驗空間，以「親子共遊、探索體驗」的核心主題，打造全新親子體驗天堂。

這次三創將 7F 空間大改造，一進入就能感受到繽紛童趣！完整引進以下 5 大品牌，「TOMICA」多美小汽車首家概念店，擁有最完整的夢幻小車「TOMICA」體驗專區；全台最大桌遊出版商「新天鵝堡」首家百貨專櫃開幕，擁有全品項最齊全之桌遊商品；「拼圖總動員」夜光拼圖展示間，拼圖款式為全台最多、最新；樂巧旗下新品牌「HURO PRIZES 奇樂多科技禮品館」，特別引進經典復古 ATARI Pong 街機遊戲，嶄新前衛的機台結合咖啡桌的設計，提供免費體驗試玩。

文創經典品牌「大霹靂」升級為更迷人的大型木偶展示區。此次嶄新開幕一大重頭戲在於，由三創自營品牌「光年探索」將「TOMICA」與「新天鵝堡」成立品牌店中店，透過三創開館至今培育的年輕遊戲、桌遊達人玩家們共同經營這兩間店中店，使親子族群享有獨特專業的服務，但在商品與娛樂體驗上，透過兩品牌加乘而更加升級進化。

7F 親子空間驚喜不斷，小朋友能在這盡情大玩特玩，各式「抓娃娃機」讓你來練功，超萌小車陪你來飆速，各式桌遊邀你激盪腦力！

過往 7F 主打親子探索體驗的書店，而且是三創自行經營的品牌，但又有別於一般書店經營，除了書香氣外，還引進科學教育、智能玩具、桌遊商品體驗專區，同時書店的同事們各個都是桌遊或是智能玩具玩家，非常善於引導親子進入商品情境，打造出獨特的親子體驗專區。

【資料來源：節錄自 2018.09.14 中時電子報 / 記者 林宜靜】

▶ 圖片來源：截取自網頁圖片，由三創生活園區提供



## 中國 2020 年嬰幼兒配方羊奶粉市場估逾百億 RMB

中國經濟網報導，大陸社科院食品藥品產業發展與監管研究中心發布《中國羊奶粉產業發展研究》報告。該研究中心主任張永建表示，大陸 2016 年僅嬰幼兒配方羊奶粉市場規模就超過 50 億元 (人民幣, 下同)，預計 2020 年嬰幼兒配方羊奶粉市場規模將突破 100 億元。

張永建指出，在消費升級背景下，大陸嬰幼兒奶粉企業也在積極尋找差異化定位，經過近幾年推廣，大陸居民已認識到羊奶粉容易吸收、營養豐富等特性，對其認可度不斷增加；羊奶粉產品體系進一步豐富，除了嬰幼兒配方奶粉外，功能、保健型飲品和乳酪也有很大發展空間。

報告顯示，近 10 年來，大陸羊奶粉產業規模快速擴大，2008 年羊奶粉市場銷售額僅 3 億元左右，2014 年已達 35 億元，2015 年更突破 50 億元。大陸羊奶粉目前所占市場份額依然較小，且大陸國產羊奶粉品牌影響力很小，但是進口羊奶粉品牌集中度高且相對穩定，資料顯示 2015 年進口羊奶粉逐漸打開市場，全年進口量 4,296.83 噸，是 2014 年的 11 倍；2016 年羊奶粉進口量再次翻倍，達 8,651.77 噸。

【資料來源：節錄自 2018.09.21 Moneydj 理財網】

## 2019 台北國際禮品暨文具展 早鳥優惠報名至 2018 年 12 月 31 日！

時間：2019 年 4 月 18-21 日 地點：台北世貿一館

本展已申請 2019 年經濟部國貿局參展補助經費 (限報名參展會員)

本會援例協助外貿協會辦理，並協助會員廠商爭取國內外商機，自即日起接受 E-mail (或郵寄通訊) 報名，攤位有限，敬請把握機會。

廠商若於 2018 年 12 月 31 日前報名者，享 early bird 空地攤位 85 折優惠 (會員廠商報名「公會專區」享 75 折優惠)

貴公司若有意參展，請速向本會報名登記，並繳交訂金，每一個標準攤位訂金 NT\$15,000 (含稅)。

報名詳情請洽本會 李專員 02-2571-1264 #16

service@ttcma.org.tw / ttcma@ttcma.org.tw