

# 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

# 11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



國內  
郵資已付

台北郵局許可證  
台北字第 6089 號

## 2019 年香港玩具展即將於 1 月 7 日揭幕



第 45 屆香港貿發局香港玩具展將在 2019 年 1 月 7 至 10 日在香港會議展覽中心舉行，預計有超過 2,000 家環球參展商，是全球規模第二大、亞洲最大的玩具業展覽。在 2018 年，展覽吸引了超過 49,000 名來自 129 個國家及地區的買家參觀採購。

香港玩具及遊戲產品的出口於 2018 年 1-8 月累計達 41 億美元，比去年同期上升 8.6%，美國、中國內地及日本為主要出口市場。與轉口貿易額一併計算，香港是全球第二大玩具出口地。

### 科技玩具大行其道

科技日新月異，將科技融入玩具也成了業界的主要趨勢。「智能玩具」展區會帶來各種融入創新科技的玩具和遊戲，例如配備應用程式操控功能、虛擬實境 (VR)、擴增實境 (AR) 及混合實境 (MR) 等技術的娛樂產品。此外，因應全球市場對 STREAM 玩具

需求日增，玩具展也將設立「啟發潛能玩具產品陳列專區」，囊括科學、科技、機械人、工程、藝術及數學 (STREAM) 範疇的益智教育玩具及遊戲。

### 國際平台展示多元玩具及遊戲

展覽焦點展區「品牌廊」將匯聚約 230 個知名品牌，包括 4M、Aurora、Forces of Valor、Soap Studio、Welly 等，為買家帶來優質安全的品牌玩具。對於成年人甚至長者，玩具與收藏品都是重拾童趣、保持心境年輕的好方法。「大童世界」展區將展示包括收藏玩具、魔術用具、模型及人偶、野戰遊戲等迎合成年人喜好的玩具。

自 2017 年起新設立的「煙花」展區，展出禮花彈、爆竹、玩具煙花及適用於各類型活動的煙花等。

今屆展覽繼續保有國際視野，中國內地、韓國、西班牙、台灣和英國會



再次設立展館，還有以歐洲參展商為主的「World of Toys」展館。

### 揭示行業趨勢

展覽期間，大會將舉辦一系列活動，讓買家獲取產業發展資訊，拓展商機。大會亦將舉辦「2019 香港玩具業會議」，邀請重量級嘉賓主講玩具業的全球及區域趨勢。

貿發局將再度舉行「香港玩具及嬰兒用品大獎」，評選方式以創新性、實用及安全性、市場潛力和環保意識為準則，比賽結果將於展會期間公佈，得獎作品亦會同時展出。

### 同期展覽 締造跨行業商機

香港玩具展將與香港貿發局香港嬰兒用品展、香港國際文具展及香港貿發局香港國際授權展同期舉行，四項展覽為買家提供一站式採購機會，締造更多跨行業商機。



### 展覽網頁：

香港貿發局香港玩具展 -

[www.hktoyfair.hktdc.com/tc](http://www.hktoyfair.hktdc.com/tc)

香港貿發局香港嬰兒用品展 -

[www.hkbabyfair.hktdc.com/tc](http://www.hkbabyfair.hktdc.com/tc)

2019 年由台灣區玩具暨孕嬰童用品公會籌組的香港玩具展、嬰兒用品展「台灣團區」，參展會員廠商家數兩展合計約 50 家；展出面積將近 830 平方米，比 2016 年略減少。本會將於展覽期間繼續為參展廠商服務，於展場 5 樓 5E-G01 設置公會服務攤位，發送台灣參展商地圖以擴大宣傳效果。

有興趣深入瞭解更多香港展的特色及參展辦法，歡迎來電本會。



## 經濟部公告：公司法修改重要訊息

政府為推動洗錢防制，建構法人透明度，修改公司法總則第 22 條關於公司董、監、經理人及股東資料申報之相關規定，新增公司法總則第 22 條之 1，規定所有「有限公司」及「股份有限公司」每年一定要申報負責人及主要股東資訊；若有變動時須在 15 日內申報，新設立之公司則必須在成立後 15 日內申報。

年度申報時間：自 109 年起每年申報一次，時間為 3 月 1 日至 3 月 31 日，就前一年度的資料向資訊平臺辦理年度申報。但公司於當年度 1 月 1 日至 3 月 31 日已為變動申報者，免為年度申報。

「公司負責人及主要股東資訊申報平臺 <https://ctp.tdcc.com.tw>」為公司法第 22 條之 1 指定之資訊申報平臺，

已於 107 年 11 月 1 日起正式提供註冊及申報作業服務。該網站設有宣導教學專區，提供申報作業相關問題之說明文件及操作教學，歡迎下載。

未依規定申報者，經通知限期改善而未改正，可處新台幣 5~500 萬元罰鍰。

經濟部服務專線：412-1166 (服務時間：星期一至

星期五 8:30~17:30 國定假日除外)，直接撥打毋需加撥區碼 (六碼地區請撥 41-1166)，行動電話請加撥 02。



# 本會承辦 107 年度推動中小企業跨域創新生態系發展計畫「STEAM 玩具座談會」成果



隨著台灣「十二年國民基本教育課程綱要」即將在 108 學年上路，STEAM 教育議題已經成為教育現場關注的主題，也直接帶動了 STEAM 教具 / 玩具市場商機蓬勃發展。

為協助我國業者開發更好的 STEAM 玩具產品，提升產品附加價值，另一方面也協助一般民眾、老師和家長，為兒童選擇更好的 STEAM 玩具產品，並且更關注 STEAM 對基礎教育的重要性，本會承辦 107 年度推動中小企業跨域創新生態系發展計畫「STEAM 玩具標章認證服務先期研究計畫」。

為能更廣泛地整合產業界的經驗、需求和建議，作為將來推動認證機制的方針，並協助業者更瞭解 STEAM 教育的精神內涵與發展現況，以作為未來產品研發和行銷的參考，本會在 10-11 月間規劃舉辦了四場 STEAM 玩具座談會，邀請教育領域的專家學者，以及有經驗的業者，一同來探討「STEAM 玩具的內涵」、「STEAM 教 / 玩具的市場開發經驗」，以及「STEAM 玩具在教育領域的應用」等議題，並對於公會推動 STEAM 玩具標章認證制度進行意見交流。

四場座談會精華節錄：

- **蜂巢公司**：分享桌遊產品「數字解碼」取得美國 STEM 標章認證的經驗，詳細說明了申請流程、費用及標章運用範圍。
- **和盛公司**：分享吹泡泡產品和親子天下出版社合作開發「小孩的科學 STEAM 系列 - 泡泡實驗室」產品之過程。
- **泰允公司**：分享旗下代理產品「3doodler 3D 列印筆」在全球及台灣如何廣泛被運用在 STEM (STEAM) 教育現場的現況，也舉例說明在台灣教育市場推廣的經驗。
- **新北市托嬰協會理事長 李佩儀老師**：現行幼兒園課綱最重視的素養教育，她認為素養就是解決問題的能力，因此，幼兒園老師最需要的是可以啟發孩子思考能力的教具教材，現行「幼兒園教保活動課程大綱」所講的領域，雖然和 STEAM 不一樣，但其實內容是一樣的，也就是將音樂、科學、認知、數理等領域「統整不分科」的放在課程裡，所以老師們非常期待有更多符合多元性、思考性、操作性、樂趣性的教材被開出來，她也期待廠商能就自己的玩具產品開發教案，或是和專家合作，為產品開發更多跨領域的不同的玩法。教師的課程設計研習，對廠商是一個很好的通路，業者可以為研習現場的老師介紹產品的運用。
- **中臺科技大學兒童教育暨事業經營系助理教授 蘇慧菁老師**：21 世紀幼兒需要培養的 4C 能力是創造、溝通、合作、獨立思考（解決問題的能力）。蘇老師分析現行「幼兒園教保活動課程大綱」中所要求的核心素養及其內涵，而學前教育重要任務之一，是要能順利銜接至十二年基本教育所培養之核心素養。幼兒園課程以統整方式實施，重視幼兒遊戲、自主探索、操作與學習，因此幼兒園比十二年教育更容易去實踐 STEAM 教育精神。蘇老師更進一步分析什麼是 STEAM 的能力，例如「S 科學」的能力是發問、預測、觀察、質疑。最後以幼兒園教學實例來說明 STEAM 玩具的要素。對於 STEAM 玩具認證標準的訂定，建議將 STEAM 玩具的各項要素訂出適當的百分比，才便於評審做評分。
- **上誼文化 楊文香老師**：楊老師是玩具設計、幼兒教育、幼兒園環境設計方面的專家，在幼兒園輔導、題解決方面以及針對玩具代理商玩具教材的問題

業者分享：

- ◀ 和盛公司、▼ 蜂巢公司、▶ 泰允公司、▼ 拿趣公司。



相當豐富的經驗，熱衷於研究市面上各種玩具產品的優缺點，她直言玩具應回歸「童趣」及「好玩」，包裝設計也要吸引人，她覺得國外品牌玩具比較重視產品外盒設計，容易收納和保存，並舉出德國百年品牌父子火車玩具的精神：玩具應該是有代代相傳的回憶，產品有延續性，新舊系列可以結合起來一起玩，創造更多的樂趣。玩具的說明書也很重要，要讓小孩子看得懂，自己可以獨立組裝完成。產品搭配的系列教案、具備多層次玩法的延展度，則是可以為單純的玩具產品加值，產品夠好，老師也會推薦給家長。

- **智高公司**：針對公會成立 STEAM 標章認證服務提出了一些建言：成立研議小組設定 STEAM 玩具 design core，以建立有公信力的認證標準與認證機制；規劃未來標章推廣的藍圖，提供受認證產品更有利的曝光機會，才能吸引廠商來申請運用。林經理也分享了智高科學積木玩具的推廣行銷經驗，以及智高和松翰科技合作研發的新產品—Coding 學習玩具 Sammy，這是針對美國當地課程需求去研發的，不用平板、電腦就可以學習編程、數學、邏輯的不插電玩具。
- **彤喬公司 傅麗君**：分享了玩具設計的經驗和看法，舉例說明玩具設計和幼兒感官發展的關連性。
- **清華大學 邱富源老師**：介紹台灣清華大學竹師教育學院成立的 STEAM 學校，該組織成立目的為配合 108 年國民教育新課綱之實施，推動 STEAM 教育常態化，與高中職、中小學、幼兒園學校合作，培育 STEAM 師資，發展具有特色及效益之 STEAM 課程，以期可以在學校正式課程中實施。未來將提出 STEAM 教師的認證體系，並且和北京清華做連結，把兩岸的認證系統整合在一起。邱老師也分享了目前國內外以玩具產品作為 STEAM 課程教具的運用實例。
- **威翰公司**：分享其開發科學基礎教育類產品二十年的經驗，以產品實例說明威翰公司獨創的 STEM·X 教育思維理念，如何在基礎科學上擴展其廣度，將藝術、人文、歷史、哲學、地理等內容帶入科學基礎教育中。此外，李執行長也和大家分享威翰經營大陸教育市場的經驗，以及產品研發、教案設計、教案授權上的看法及創新運用。
- **放小孩 王湘妤老師**：目前各級教育體系已密切動員，從近期「全國教師在職進修資訊網」上列出的研習課程主題，即可看出當前對專業師資需求的急迫性。王老師也舉出她在帶領 STEAM 教師研習課程的實況，並分享了目前國內最新的幾本介紹 STEAM 課程實踐的教育專書。此外，老師也條列出 STEAM 玩具的要素，並分享她心目中怎麼樣的 STEAM 玩具是好的：能連結生活經驗，一定要好玩，並且有低結構性、重覆使用、具連結性等條件。最後老師也整理出他對制定 STEAM 審查標準的看法。

四場座談會已圓滿結束，會後公會為會員廠商設立了一個 STEAM 玩具資訊交流的 LINE 群組，除了邀請會員廠商加入，也邀請專家、學者一同參與，方便大家作 STEAM 相關資訊的交流和分享。

品學文化公司在聽完 10 月 4 日座談會中分享的申請美國 STEM 認證標章的內容後，即開始著手向該機構提出申請，其產品已在 10 月底順利取得 STEM 認證核可。

四場座談會參加的廠商和專家學者總計有 54 人次。感謝廠商們踴躍參與並提供寶貴的經驗分享，此外也非常感謝 STEAM 委員會 許主任委員瑞富不辭辛勞主持每一場座談會，以及台中金立洋公司提供 10 月 4 日的場地與設備，讓我們的活動能順利完成。



▲ 清華大學邱富源老師

◀ 放小孩 王湘妤老師



## 德國才 2 千多人小山村 竟是聖誕玩具生產中心

塞芬 (Seiffen)，一個只有 2 千多人的小村子，卻是歐洲最大的聖誕節玩具製作中心，愈接近聖誕節，當然就愈忙碌，幾乎是全村總動員趕工。

塞芬，就在德國及捷克邊界的厄爾士山脈 (Erzgebirge)，循著蜿蜒山道深入森林裡，接近小村時就會發現，林間、山坡開始出現一間間像火柴盒般的彩色小屋，感覺好童話。而且屋子有綠的、橘的、黃的、紅的等各種顏色，並妝點著可愛的木偶、風車、小花小草。

事實上，厄爾士山脈早自 14 世紀就是木製藝品的主要產地，特別是利用德語稱之為 Reifendrehen 的木製滾輪，來做風車、水車，還有許多木製品，到了 18 世紀也開始發展製作玩具，像聖誕節常用來裝飾的旋轉小塔樓，上頭有風車，帶動每一層上的小人偶旋轉，在厄爾士山脈到處都可以看到大大小小的這種玩具。

也有人會把木製風車放在屋頂上裝飾，後來厄爾士山脈成了歐洲專門製作聖誕節玩具的地方，特別是胡桃鉗的主要產地，而塞芬則是最主要的生產中心；雖然面臨中國大陸外銷至歐洲的聖誕玩具及飾品低價競爭，塞芬的聖誕玩具依舊堅持手作，並贏得德德人的支持。

同時，塞芬也積極推動觀光，所以這裡的房子各個都以自製自產的木偶玩具來妝點，連路牌、路燈都一樣，即便在平時來這小山村，都能感受到聖誕味兒呢。

【資料來源：2018.11.05 蘋果即時新聞 / 記者 楊沛駿】

## 中國產品為何受到世界節日用品市場歡迎？

在第 124 屆廣交會的節日用品展區，中國廠商生產的聖誕老人、麋鹿擺件、雪花球飾、骷髏模型等多達上萬種產品齊齊亮相，形狀各異、五顏六色，讓人目不暇接。

美國設計室公司的採購和開發總監馬可·卡爾德隆走在廣交會節日用品展區，一邊仔細查看展位上陳列的各種聖誕節燈飾、聖誕樹等產品，一邊向參展商詢問價格，準備預訂明年的節日用品。

已連續多年參加廣交會的馬可·卡爾德隆所在的“設計室公司”是一家主營傢俱和節日裝飾用品的批發商，其客戶包括旗下在美國擁有 400 多家商店的大型零售企業。公司與中國供應商已合作了 15 年。

“美國的節日用品市場，很多產品都來自中國。”馬可·卡爾德隆說。

斯洛伐克 KVETA 公司的銷售代表塔蒂亞娜·米科娃說，KVETA 公司所售產品九成以上來自中國，來廣交會採購已經有 22 年，每年從中國進口約 200 個集裝箱貨櫃的產品，包括聖誕節飾品、萬聖節飾品、鮮花等。

“以前是因為中國產品便宜，現在雖然價格越來越貴，但這裏有別的地方沒有的創意，我們都很喜歡獨一無二。”塔蒂亞娜·米科娃的話代表了很多採購商的心聲。

在浙江省舟山市凱藝聖誕玩具有限公司的展位上，伴著音樂起舞的小聖誕老人引得不少客商注目詢價。銷售經理葉軍說，公司從 20 年前開始做電動聖誕玩具，一點點起步，如今穩定在每年生產 10 萬多件產品、營銷額每年幾百萬美元的規模。

“歐洲市場的聖誕節、復活節等節日的用品，大部分都是中國出口。我們公司的主要市場也在歐洲，主要是英國、法國和德國。”葉軍說。

浙江義烏是中國聖誕節日用品的重要生產地，中國出口的大部分聖誕節日用品都是這裏製造。義烏市聖誕用品行業協會秘書長蔡勤亮說，義烏聖誕節日用品聞名全球市場、品類齊全，去年出口額大約六十億元人民幣。

參展的汕頭市澄海區聖保麗服飾工藝廠企業主管徐欣東告訴記者，近幾年，公司產品在海外每年銷售額均在 100 萬美元左右。

“與其他國家生產的同類產品相比，中國製造質量更好，所以目前歐美市場上的節日用品還是中國產品居多。”徐欣東說。

雖然中國在設計、工藝等方面擁有一定優勢，但隨著原材料和勞動力價格上漲，以及競爭對手低關稅政策的出臺，中國節日用品出口正面臨挑戰。

葉軍說，生產成本上漲讓凱藝公司面臨很大壓力，這兩年每年的人工費用都在以 10% 到 15% 的幅度在增長，產品所用的紙箱、彩盒等原材料的成本在上漲，今年七八月份有一段時間，幾乎是一個星期一個價格。

面對日益激烈的競爭，有的企業以質量求發展，有的企業則以創新尋勝機。“我們主要是靠質量打開市場，比如彩炮外觀更好、噴射更高。”浙江永康市超帥工藝禮品有限公司現場銷售人員王珍說，公司一年生產產品上千萬件，主要是彩炮、香檳等節慶用品，出口和國內各佔一半。

安徽尚工藝品股份有限公司依靠融入中國元素的新創意取得良好市場反響。在該公司的展位上，記者看到，一個個碩大的葫蘆上，烙畫著聖誕老人等西方人物畫

像，中國特色的“葫蘆娃”彷彿披上了外國的衣裳。

安徽尚工藝品股份有限公司董事長韓玉梅說，公司注重創意研發，已獲得國家知識產權局 20 多項專利，中西元素結合的產品，深受外國人喜歡。“僅去年一年，公司產品出口額就達 8000 多萬元人民幣。”

還有一些企業通過調整生產模式提高效率降低成本。葉軍說，凱藝公司的產品很大一部分都是手工製作，不能用機器實現自動化生產，因此公司通過分包的方式進行分散生產，可以降低人工成本。

【資料來源：2018.11.01 新華社 / 記者 吳濤、吳茂輝、徐弘毅、丁樂】

## 台中市抽查市售 10 款固齒器玩具！消保官：全數合格

台中市政府法制局消保官檢驗市售 10 種品牌的固齒器玩具，今 (31) 日公布檢測結果，包括禁用的可燃性材料、重金屬、塑化劑等項目均符合規定；玩具邊緣、尖端、突出物等物理性安全要求也都合格，商品標示部分則均符合商品標示法及玩具商品標示基準規定。

台中市法制局表示，為確保兒童安全使用玩具，經濟部標準檢驗局定有一系列兒童用品及玩具安全國家標準，包括 CNS 15503「兒童用品安全一般要求」及 CNS 4797「玩具安全」等系列標準，並將玩具列為應施檢驗商品。固齒器主要功能是滿足嬰幼兒嘴巴的反覆咬合以及咀嚼的需求，直接與嬰幼兒口腔黏膜接觸。

消保官從全市各嬰幼兒用品店、百貨專櫃及網路商店購買 10 種品牌的固齒器玩具，抽驗檢測結果顯示，在商品中文標示部分，均符合商品標示法及玩具商品標示基準相關規定；商品安全部分，在耐燃性方面檢查有無禁用的可燃性材料，並檢驗鉛、鎘、汞、砷、硒、鉻、錳、鋇等 8 項重金屬的溶出濃度，以及檢查邊緣、尖端、突出物、金屬線、繩索及包裝塑膠膜的安全及塑化劑等項目，全部符合玩具國家標準。

消保官提醒民眾，應選購貼有「商品檢驗標識」的玩具，建議不要購買商品標示不明產品；購買時除注意品質、價格外，可盡量選擇一體成型而非組合的設計，避免黏接方式製作的固齒器，較不易有塑化劑釋出，也較能避免因咬齧造成破損，更可有效避免藏汙納垢導致細菌孳生。

【資料來源：2018.10.31 新頭殼 newtalk / 記者 陳沛綺】



## 高低可調腳靠外加跑車化輪圈 賓士嬰兒車讓小孩贏在起跑點！

三芒星賓士 (Mercedes-Benz) 精湛的造車工藝，相信應該不會有太多人有所意見；但是如果這一套品牌堅持，照本宣科用在嬰兒車上又會是怎麼樣的一幅光景呢？是的，這次賓士更與德國嬰幼兒用品大廠 Hartan 合作，推出一款全新打造的嬰兒車「Avantgarde」。

雖說這台嬰兒車跑得快不快，取決在後頭推著的父母，但舉凡源自 C-Class 的五幅雙肋式跑車化輪圈、高低可調式腳靠、以及輕量化鋁合金車身，在在都讓這台嬰兒車可因應各式路況，提供相對應的安全性及動態身型…。

誠如早先所提到的，這輛嬰兒車採用了鋁合金車架所打造而成，搭配輕量化的 GTX 座椅設定，不僅能夠維持相當羽量級的整體車重，同時整體結構強度也經過安全認證，可說是完全比照賓士對於造車安全的原廠規格。

除此之外，倘若眼尖的車迷應該可以發現，賓士 Avantgarde 嬰兒車所採用的輪圈，可說是與賓士全新 C-Class 採用相同的五幅雙肋式設定；搭配 Solight Ecco 充氣式輪胎，更讓這台嬰兒車推來可說是毫不費力。

當然除了外觀十足亮眼外，為帶給乘客 (單人座) 最無微不至的乘坐體驗，賓士更在當中設計了停車制動、可伸縮式手把、小型儲物格、遮陽板、擋風玻璃、整合式安全帶、180 度可轉式座椅設定等多項配備，老實說啦，以一輛嬰兒車級距的作品來說，如此配備也算得上是不侮三芒星規格吧！

【資料來源：2018.11.01 ETtoday 新聞雲】



## (香港) 玩具商預料中美貿易戰將趕走顧客 明年定單勢必減少

### 憂買家轉新興國家採購 冀拓中國市場

中美貿易戰持續升溫，香港工商行業勢受打擊，中美貿易戰陰霾下港商如何評估未來業務走勢？

玩具業作為香港主要工業，雖暫未被列入美國關稅清單中，但有業界人士指中美貿易戰影響深遠，預料明年單量勢錄跌幅，特別是美國客戶態度會更審慎；長遠而言更憂慮外國買家習慣改變，或不再考慮向中港廠商採購，轉投新興市場。

香港玩具廠商會副會長兼永勤執行副總裁陳允誠接受本報專訪時表示，其公司主要做代工，美國客佔 7 至 8 成。中美貿易戰未有造成太大影響，不過仍有一至兩款產品受美國實施的第一輪關稅清單影響，幸好出產量不多。

美國關稅清單並不包括玩具，但中國製的玩具原材料包括鋰電池和生產泥膠的化學品等卻納入徵稅範圍。

### 玩具未列清單 惟原材料徵稅

陳允誠擔心，中美貿易戰將對港玩具商帶來長遠影響。他認為中國提供全世界超過一半的玩具生產，一旦玩具被列入徵稅清單，影響將非常深遠。受內地人工升幅影響，玩具廠在近 10 年經營已見困難，加上愈來愈多品牌在近 3 年於新興國家如印度及越南採購。他相信中美貿易戰或會加快客戶轉到其他國家採購的步伐。

另一間港商怡高安迪董事副總經理施俊匡表示，公司有自家品牌，最大市場是美國，佔 15%。他表示，即使玩具不會被列入清單，但仍會影響其原材料或其他必需品，令市場消費力減弱。他表示，公司暫時未受中美貿易戰直接影響，但美國關稅清單涉及不少電子產品，而玩具電子板供應商的主要收入來源往往是電子產品。若有關稅收導致供應商的利潤減少，或令部分供應商倒閉，供應鏈因而斷開，同樣影響公司。

同時，施俊匡亦擔心明年定單量錄跌幅，預料美國客戶態度會更謹慎。例如以前美國客會一次過下一整年的定單，可能將來會改為逐個月下單。

### 減低對玩具的依賴 增產高科技工業品

有不少港商因中美貿易戰萌生遷廠念頭，但玩具業要遷廠似乎有一定難度。施俊匡認為，東南亞產業鏈配套未夠成熟，故不會遷廠。他相信對抗中美貿易戰的最好方法是擴大中國市場，「是（美國總統）川普令我們決定要投放更多資源在中國」，而實施二孩政策相信亦有助玩具業發展，所以希望在 3 年內將內地市場佔比由現時的 5% 增至 20%。

陳允誠指，相信中美貿易戰會促使更多同業遷廠，但公司暫未有此計劃。同時，公司希望減低對玩具依賴，爭取製造更多複雜和使用高科技的工業用產品。

### 香港玩具出口主要市場佔比

	2018 上半年	2017 年	2016 年
美國	26.2%	23.2%	26.0%
歐盟	20.2%	26.3%	21.7%
日本	19.5%	16.4%	14.3%
中國內地	19.4%	19.0%	18.3%
澳洲	2.0%	2.1%	2.4%
台灣	1.7%	1.2%	1.4%

資料來源：香港政府統計處《香港貿易統計》

【資料來源：2018.10.22 香港經濟日報 / 工商版 / 撰文 吳婉玲】

## (香港) 聖誕玩具出口持平 明年趨審慎

### 飾品商：貿戰打擊生意 部分廠商恐結業

歐美聖誕消費旺季將至，有玩具出口商表示，今年的聖誕訂單按年持平，惟玩具反斗城破產使其他大型零售商的壓價空間上升。

另有聖誕飾品商估計，中美貿易戰將使內地個別聖誕樹廠商於明年結業。

塑膠玩具商皇后洋行董事總經理湯誠正表示，今年下半年的出口訂單按年持平。雖然玩具反斗城破產，但多間大型零售商亦趁勢擴大其玩具部，增加玩具訂單，使今年的訂單量得以維持。惟隨着該類零售商增加訂單，其議價空間上升。面對中美貿易戰，美國已落實的徵稅清單現時仍未把傳統玩具納入其中，但已有愈來愈多玩具品牌把生產線改往內地以外地區，例如東南亞等，業界對來年前景抱審慎態度。

### 迪士尼英雄電影上映 冀助銷情

他預料，來年的訂單可保持平穩，多部迪士尼及英雄電影上映，將有助相關授權

產品的銷售。香港玩具業界近年已加強在東南亞開設生產線，該公司亦正在向越南及泰國廠商洽談，不排除來年於東南亞下單。

塑膠玩具商鏗仕實業經理黃成發說，美國及澳洲客戶今年的聖誕訂單情況與去年大致相若，英國則較為遜色，估計是受脫歐問題影響其市場氣氛。他說，傳統玩具目前仍未受貿易戰影響，而內地近年收緊勞工法，對廠商的影響比外來影響更大。該公司現正進行重組，著手削減利潤較低的產品產量，裁減人手，並著力發展利潤較佳的款式，但仍會集中於小型玩具業務。

聖誕飾品生產商金藝聖誕禮品廠執行董事陳德華說，今年對歐洲及美國的聖誕飾品出口均有輕微增長，消費者對節日消費不會過於計較，「正如你過年仍是會買年花。」惟買家的訂購量雖然上升，卻趨向加購低價品，「好像連卡佛實惠康價的產品，推出價格較低的商品。」

他表示，吊飾的訂單情況不俗；至於彩帶作為布料，以及聖誕樹由於有金屬線，是美國已落實的徵稅清單內的產品之列，明年受到的影響或漸漸浮現。

他稱，一般聖誕飾品早於每年 2 月已開始下單，故美國於今年下半年落實的關稅不會影響今年的聖誕樹及彩帶訂單，但隨着明年的徵稅率加至 25%，估計經營聖誕樹及彩帶、並以美國市場為主的廠商明年會大受影響，預料不少競爭力較低的廠商將會結業。

【資料來源：2018.11.07 香港經濟日報 / 工商版】

## 玩具反斗城清盤 Target 加大玩具部「搶灘」

玩具反斗城清盤，美國大型零售商紛紛期望藉此擴大其在玩具市場的佔有率。美國百貨集團 Target 宣佈，將增加旗下逾 500 間分店增加共 25 萬平方尺的玩具銷售面積，引入更多全新及獨家玩具商品，並於店內舉辦體驗活動，吸引顧客到店。

Target 稱，計劃於下月 2 日前增加該 25 萬平方尺的玩具銷售面積。對於美國聖誕銷售旺季臨近，Target 稱，是次所增加的額外銷售面積將會「絕對是永久性」的，聖誕旺季後繼續保留。Target 將對其中 100 間分店進行更全面整改，使該些分店可展示更大型的玩具商品，包括電動車、戶外遊樂設施等。Target 並將引入逾 2,500 款全新和獨家的玩具，數量是去年的雙倍。

體驗式銷售近年成為實體零售店應對網上零售商的策略，Target 會於今年稍後在各分店舉辦為期 25,000 小時的「歡樂時光」(Hours of joy)。家長可帶子女於店內試玩最新的玩具及與一些經典兒童作品的角色見面。

隨著玩具反斗城清盤後，其釋出的美國玩具市場佔有率吸引多間大型零售商「搶灘」。美國最大零售商沃爾瑪早前宣布，將在緊接的銷售旺季裡把店內玩具種類增加 30%。

【資料來源：2018.10.19 香港經濟日報】

## 推動 STEM 教育 用小積木小配件 啟發學童創意

STEM (Science、Technology、Engineering、Mathematics) 教育正在日本萌芽。Sony 推出彩色積木及物聯網組件，讓小學生可簡單透過拼砌積木及有不同作用的部件，做個小小發明家。他們毋須對電路或編程有專業知識，只需發揮想像力，就可以將理念變成小原型 (prototype)。

Sony 電腦工程實驗室高級研究員 Kenichiro Mogi 認為，現今的小童於人工智能時代長大，未來充滿不穩定性及不確定性，社會急速變化，需要有更好的適應力。他們需要的教育，不應該是讓他們知道正確答案，而是要教他們怎樣探索自己的答案。該公司因此推出不同部件，助小學簡易實踐 STEM 教育，包括推出 IoT (Internet of Things、物聯網) 配件 Mesh，以及積木編程學習工具 KOOV。

Mesh 共有 7 個組件，不同顏色代表不同的部件，相當於不同的感應器，如橙色是 LED 模組、綠色是按鍵模組，結合兩個組件，就可自製一個可隨時開關 LED 燈的原型。學生亦需透過 Mesh 的配對應用程式，決定不同組件之間的連繫。一套 7 個組件的定價逾 4,000 港元。



▲ KOOV 積木內置感應器，以圖中的小火車為例，只需在白紙上用深色水筆畫出車軌，小火車就會因積木中內置紅外感應器，沿着車軌前進。(圖片來源：SONY)

【資料來源：2018.10.16 香港經濟日報 / 科技】