

东莞潮玩何以“圈粉”海外

8月,以“潮梦想出发”为主题的第十五届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会(以下简称“中国国际动漫博览会”)在广东东莞举办,国内外知名IP和品牌集中亮相,吸引近10万观众共赴这场多元文化交融的动漫盛宴,参展企业意向合作金额达15.6亿元。

近年来,东莞潮玩产业蓬勃发展。从北京冬奥会吉祥物冰墩墩到风靡全球的泡泡玛特,中国近85%的潮玩产品、全球1/4的动漫衍生品均产自东莞。东莞潮玩何以“圈粉”全球?记者近日深入这座制造与潮流共生的城市进行探访。

一体两翼 硬核“出圈”

中国国际动漫博览会上,观众将广东哈一代玩具股份有限公司的“本潮纲目中药铺”围得水泄不通,董事长肖森林“变身”药铺老板,乐呵呵地抓取灵芝、鹿茸等萌趣可爱的中药材玩偶,为观众配制“十全大补方”。“我们挖掘中医药传统文化,将《本草纲目》中数十种药材设计成玩偶,推出把脉、坐诊、煎药一条龙潮玩中药铺,让消费者沉浸式体验‘望闻问切’、抓药称重,极大满足了情绪需求。”肖森林告诉记者。

作为东莞本土潮玩品牌“出海”的代表,哈一代的成长路径折射出中国潮玩从“代工”向“原创品牌”转型的探索。“1999年我就进入了东莞玩具行业,当时玩具已是东莞支柱产业之一。正是依托完整而高效的供应链,今天我们才能临门一脚,将潮流文化融入玩具设计,让中国潮玩在全球市场上的知名度显著提升。”肖森林表示,潮玩本质上是文化的载体,哈一代推出的“山海经”“香妆楼”等传统文化系列潮玩,在海外市场收获了不同文化背景消费者的喜爱,每年的销量以两位数增长。作为国家文化出口重点企业,哈一代不仅要让产品出海,还要让“文化故事”在全球市场找到更多共鸣点。

“动漫潮玩只有以优秀传统文化为灵魂,才有魅力;只有以时尚创意为引领,才有活力;只有以产品制造为承载,才有影响力。”谈到潮玩产业未来发展,东莞市市长吕成蹊表示。在展会上,记者看到,众多东莞潮玩企业正以硬核制造能力为根基,展开传统文化、时尚创意“双翼”,向着全球高端市场腾飞。

“制造”本身就很潮。在东莞潮玩产业展厅,LED大屏上呈现着“设计—打样—模具制作—生产—涂装—组装—销售”全产业链流程,一件潮玩从创意雏形到成品入市,整个过程很丝滑。以脚下的展厅为起点,15分钟车程范围内可满足从IP设计、智能制造到跨境流通全链条需求,从图纸变为成品的时间按小时计算,让东莞成为潮玩IP商业化的首选地。

据介绍,东莞拥有4000多家玩具生产企业,近1500家上下游配套企业,是全国最大的玩具出口基地。雄厚的制造基础和长期为国际头部品牌代工所磨砺出的工艺水平,让东莞潮玩制造具备品质和成本优势。2024年,东莞拥有涉及潮玩生产的规上限上企业160家,实现营收约238亿元。“我所在企业与东莞工厂有着长期合作,近八成盲盒产品从东莞诞生。”在中国国际动漫博览会泰国馆,必可恩国际控股股份有限公司首席营销官格图雅宁说。

文化和创意融合,让东莞潮玩拥有了“有趣的灵魂”。东莞是千年文化名城,从宋代的缁衣灯公、元代的角灯到明清时期的龙舟制作、麒麟彩扎,一代代能工巧匠传薪火、续文脉。潮玩企业从传统文化中汲取灵感,不断开引领潮流的新品类、新赛道,在激烈的国际竞争中破圈突围。

当前,科技正重构动漫产业价值链,东莞也成为科技赋能潮玩产业的“试验场”。AIGC支持观众生成专属动漫角色、英歌舞机器人以AI复刻传统舞步、潮玩智慧工厂提供多种解决方案……展会上,一幕幕“AI+动漫潮玩”新场景十分吸睛,一系列潮玩AI领域的订单也被促成。“我们成功和一家俄罗斯公司签下超亿元订单。”中国潮玩中心电商产业服务中心、东莞市卡拉咪潮玩货品商贸流



图① 第十五届中国国际动漫博览会期间,参展客商走进东莞潮玩企业参观考察。
图② 博览会现场展示的潮玩模型。

本报记者 郑 杨摄

通服务体系负责人黄树峰表示,项目将依托东莞“能动、能说、能陪伴”的AI潮玩技术优势,搭建AI科技成果转化贸易平台,助力中国潮玩走向世界。

展产融合 生态渐成

东莞潮玩的全产业链优势,来自强大的传统玩具制造专业镇。塑胶玩具起家的石排镇,精于毛绒玩具的茶山镇、金属模玩制造高地寮步镇……众多“术业有专攻”的专业镇聚集,使东莞成为潮玩领域的“全能冠军”。如何让集群效应释放更大的“聚变”能量?东莞创新“专业展+产业镇”的展产融合模式,将本届漫博会落地于潮玩产业核心区石排镇,联动周边专业镇,打造大湾区千亿元级动漫潮玩协同创新产业带。

石排镇是东莞潮玩产业产值最大、潮玩企业及自主品牌最多的镇街,近年来“哪吒”“冰墩墩”等现象级IP周边产品全球热销,背后都有着深深的“石排制造”印记。“国家级展会落户石排,因为我们的潮玩产业链条齐全快捷,特别是通过AI赋能和数字化转型,使设计打样时间节省30%,生产效率提升20%,良品率提高了10%。”石排镇党委委员邓旭伦说,以承办漫博会为契机,小镇正打造辐射大湾区乃至全国的综合性产业服务平台。

展产融合模式加速了东莞潮玩IP出海。“石排潮玩近年来发力文化赋能:从开始的来料加工,‘用别人的文化做别人的产品’;到拿授权进行二创,‘用别人的文化做我们的产品’;再到如今发展自己的IP,‘用自己的文化做自己的产品’;下一步的目标是推进文化出海,让全世界‘用我们的IP做他们的产品’。”邓旭伦告诉记者。据统计,石排镇潮玩集群的原创IP从2021年的30多个增至2024年的100多个,代工、授权二创、自主品牌占比从2021年的7:2:1提升至2024年的5:3:2。

记者在展会上看到,ToyCity、漫博潮玩、大漂亮等石排潮玩品牌吸引了络绎不绝的采购商洽谈合作,并深入工厂实地考察产业生态。大漂亮玩具有限公司主打的IP“娃三岁”畅销东南亚,此次展会达成了合作意向客户63个。“展会带来很多不同地区的客户,有中东客户要了1000箱货。”大漂亮品牌运营相关负责人说。

“专业展”与“产业镇”有机融合,也促进了潮玩全产业链生态育成。石排镇的“中国潮玩之都·漫博中心”既是办展场馆,也是产业园区。“潮玩企业之前各自为政,但‘哪吒’‘拉布布’的爆发,让企业在短时间内迎来一波波潮汐式的订单,这个过程中需要持续的热度,需要抢时间,需要全产业链协同。”邓旭伦说。东莞通过展会,将动漫潮玩产业的上

游IP、下游渠道吸引到中游产地,构建品牌运营中心、IP快速转化中心、新片新品首发中心和“AI+”新场景应用展示平台,实现从IP设计到量产全链路可视化,彰显了作为“全球最快IP转化地”的独特优势。

政策护航“潮”向未来

站在潮玩产业蓬勃发展的风口上,如何强化产业生态链上的薄弱环节成为当务之急。“东莞乃至整个中国的潮玩行业在原创IP的国际影响力、品牌溢价能力以及顶尖人才储备方面依然有待提升。”肖森林坦言,“我们这些从生产起家的企业,目前急需的是金字塔顶端的产品设计研发和营销人才。”

以“展产融合”为起点,东莞针对产业短板打出“组合拳”,出政策、搭平台、补链条,推动IP创意、智能制造、跨境贸易无缝衔接,促进动漫潮玩产业跨越式发展,从“世界潮玩工厂”向“全球动漫潮玩IP策源地”跃迁。

近日,东莞发布《东莞市加快潮玩和动漫产业发展若干措施》,拿出1.2亿元扶持资金,从产业生态、市场开拓、内容创作、要素保障等五大方向支持产业发展。为培育“国潮”爆品,对企业在原创设计环节给予最高300万元的资助;为打通内外销环节,真金白银支持企业参加国内外展会、设立跨境电商和内贸电商;为鼓励企业深耕内容IP,对获奖原创动漫作品最高给予500万元资助;为护航潮玩全链



广东东莞
拥有 4000多家 玩具生产企业
近 1500家 上下游配套企业
是全国最大的玩具出口基地
2024年 东莞拥有涉及潮玩生产的规上限上企业 160家
实现营收约238亿元

腾飞,将适时设立产业专项子基金,并通过人才培养和引进“两手抓”,打造潮玩人才高地。

除了政策扶持,还有平台护航。在东莞,随着全球头部IP与本土潮玩企业形成“国际IP+中国制造”的双向赋能格局,海量IP在跨国贸易中碰撞,技术性贸易措施的合规应对与知识产权保护已从“附加题”升级为“必答题”。近日,“国家贸评议工作站潮玩服务站”落户东莞石排镇,构建全链条服务体系,为潮玩出海打通“绿色通道”。

“潮玩服务站针对欧盟CE认证等技贸措施,通过定期发布贸易壁垒预警,组织专项培训、开展合规指导,为企业提供‘一企一策’解决方案,助力企业规避出口风险。”黄埔海关所属东莞海关副关长邢阳说。

东莞市微石文化科技有限公司的“粉黛二十二风冠”等非遗文创在漫博会上吸引了大量海外客商,公司董事长叶祖峰表示:“海关的技贸帮扶和知识产权保护,是我们开拓全球市场的关键支撑。海关帮我们建立了IP版权备案库,近3年我们的‘拼酷’品牌已申请专利、商标等500项。下一步将在海关指导下完善在欧美、日本等地的销售网络,打造有国际影响力的品牌。”

北京大兴——

特色小镇构筑京南引力场

本报记者 杨学聪

发布数字时尚小镇愿景、举办国际时尚大秀、签约落地20家优质数字时尚企业……8月17日,位于北京市大兴区的采育数字时尚小镇正式启动。在大兴,不止采育这座小镇开启了发展新篇章,正在规划建设的新兴小镇、空港小镇、博物馆小镇等一批特色小镇也将陆续亮相,勾勒出大兴区高质量发展的未来图景。

8月17日傍晚,在灯光与自然光的交织间,以“葡萄紫”为主题色的采育院子成为诠释时尚的最佳T台。近百名中外模特、航空公司空乘代表和群众代表演绎了一场采育数字时尚小镇国际时尚秀。这是采育时尚之路的“首站”。

作为北京市七大新市镇之一,凤河之畔的采育镇距北京市中心30公里,拥有“两区协同、三省交界、四线贯通”的黄金区位,京沪高速、首都环线高速、104国道穿境而过,未来城际铁路联络线二期开通后,15分钟可到大兴机场,20分钟可达首都机场,正在构建辐射京津冀、连接国内外的快速商务交通网络。

小镇规划范围西至凤河、东到采源路、北至采育公园、南到规划新市镇郊野公园,总面积3.22平方公里。未来,将聚焦数字经济和时尚产业,发展新一代信息技术和前沿时尚业态,着力打造集“总部结算、研发设计、孵化培育、展示发布、体验消费”五大功能于一体的产业集群。

“采育镇将以数字时尚小镇启幕为崭新起点,持续优化营商环境,在招商引资沃土上精耕细作,为全球投资者与顶尖人才倾力打造创业梦想城。”采育镇党委副书记、镇长李旭表示,在采育,兴创采育院子将实现“拎包入住”;政策申报、金融对接、财务、法务等“一站式”产业资源增值服务,让企业轻装上阵;土地供应加速跑,为产业腾飞预留广阔天地。未来的采育数字时尚小镇,有高标准九年一

作为北京市七大新市镇之一
采育镇距北京市中心 30公里

京沪高速、首都环线高速、
104国道穿境而过,

未来城际铁路联络线二期开通后,
15分钟 可到大兴机场,

20分钟 可达首都机场



北京大兴采育数字时尚小镇启动当天,近百名模特和群众代表在街区走秀。
(资料图片)

贯制学校,构筑优质教育矩阵;采育医院升级启用,提供中高端医疗服务;“凤河之舞”体育馆惊艳亮相,北京上林马术中央公园赛事纷呈,持续加码体育文化魅力。这里还将新建高端商服中心、时尚酒店,加速填补休闲娱乐、购物消费、企业会客等功能。

大兴区位于京津冀“一核两翼”大格局的重要节点。作为一座城乡交融的新城,三分之一是城市规划建设区,交通便利,产业发展态势强劲;三分之二是乡村地区,农业产量充沛,种苗经济领先。

“采育数字时尚小镇,既是大兴打造花园城市的旗舰项目,也是数字赋能乡村全面振兴的创新尝试。”大兴区委书记初军威表示,这里以便捷的地理优势、广阔的产业空间、美丽的生态环境和舒心大气的慢生活氛围为特色基底,还兼具显著的商务楼宇价格优势。未来计划利用3年至5年时间,吸引1万名设计师、工程师在数字时尚小镇生

这个暑假,国内许多景区开始实行“一票游多日”的制度,即购买一张门票后,可以在规定的时间内多次到景区内游玩,打破了传统门票“仅当日有效”的惯例,满足了人们深度游玩的需求。

一直以来,我国大多数景区实行门票单日有效制度,这有助于保障景区基础收入,而且在控制单日游客流量、便于景区管理方面具有一定作用。但传统门票单日有效制的局限性也很明显,比如,在一些面积较大、景点内容丰富的景区,持单日票的游客来不及深度领略景区全貌,只能在走马观花地游玩或二次购票之间选择,既降低了游客的体验感、获得感,又限制了景区周边住宿、餐饮、文创等产业的联动发展。

蒋 波

反观“一票游多日”制度,这不仅是简单的票务让利,更是一场涉及旅游发展理念、发展模式的变革,其核心在于通过延长游客停留时间激活全产业链消费,推动游客从“匆匆过客”变为文旅“深度参与者”,倒逼景区从“门票收费站”转变为“体验服务商”。例如,江苏无锡拈花湾景区今年暑期推出“一票畅玩三日”新票制,充裕的时间让游客能深度解锁景区精心打造的70余项特色体验与日夜演艺,丰盛“慢旅行”内核。

以“一票游多日”来激活“门票经济”的乘数效应,不仅停留在延长门票有效期的表面,各地景区应破除“围墙思维”,以通票为纽带,抓住消费扩容、夜经济激活、周边产业协同等核心环节,积极串联起“食住行游购娱”,实现文旅产业链重构。

提高景区产品和服务质量,实现从“门票经济”到“多元消费”的扩容升级。“一票游多日”的关键在于通过延长停留时间,让消费从“单点”向“多元”扩散,各地景区应积极挖掘在地优质文化,融合新玩法、新场景、新业态,提供更多具有主题性、参与感、感染力的特色优质文旅产品。此外,进一步完善服务体系、提高服务水平,靠好产品把游客“吸引来”,靠好服务把游客“留下来”,让游客有足够时间深入体验,进一步撬动旅游消费市场。

通过激活夜经济,用旅游“时间差”挖掘“消费增量”。夜间消费是文旅经济的“富矿”,各地景区可结合景区实际,建设“夜”态文旅消费新场景,引入数字化、智能化、智慧化等新技术、新产品,强化智慧服务,拓展消费体验纵深与范围,让游客感受不同时段的景区魅力,将“白天的流量”转化为“夜晚的消费”。

强化周边产业协同发展,实现从“景区独美”到“全域共生”。“一票游多日”不只包含多次入园的权益,更重要的是将餐饮、住宿、购物、娱乐等多元业态进行整合,纳入“票务权益”,通过跨界、跨业态“聚合”模式,推进景区文旅消费与城市服务的创新融合,形成“一票激活全城”的乘数效应。同时,协同制定通票权益规则,算好眼前账和长远账,实现资源整合、场景联动、权益互通,让景区与周边产业形成“1+1>2”的合力。

本版编辑 徐 达 美 编 倪梦婷



近日,海南省三亚市天气晴好,风光宜人。近年来,三亚市推动生态保护与旅游发展相融合,今年上半年累计接待游客近2000万人次,游客总花费超546亿元。 本报记者 卓皓璐摄