

过去小而散,多以代工为主,如今转向自主品牌

# 掘金百亿市场,国产积木的底气何在?

本报记者 杨召奎

“我们最近给孩子买了几款国产积木,拼接过程比较顺滑、省力,拼搭手感也不错。总体来讲,性价比还是蛮高的。”8月19日,北京市朝阳区消费者王女士对《工人日报》记者说。

近日,乐高集团旗下超百款积木宣布涨价,涨幅最高达25%。在此背景下,不少家长将目光转向国产积木。

由于可以满足各年龄段人群的消费诉求,近年来,积木玩具市场发展迅猛。中国玩具和婴童用品协会去年4月发布的《2021年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示,2020年,消费者购买拼插积木类玩具的最多,占比16.2%。华经产业研究院今年7月发布的《中国积木玩具行业简版分析报告》显示,目前,国内积木玩具市场规模超过130亿元。

对此,业内人士指出,过去国产积木品牌小而散,多以代工为主,如今转向自主品牌并奋起直追,在供应链和原创设计、工艺方面逐渐展现出自己的实力。掘金百亿市场,国产积木越来越有底气。

## 刮起国潮风

近百块乃至上千块零件,随着滑、插、卡、扣的动作,经过几个小时甚至更长时间,一个积木玩具便徐徐展现在眼前。这种场景频繁出现在儿童乃至成年人的生活中。

什么值得买商业运营负责人张宇昂对记者表示,积木作为玩具模型行业中复购属性最高的品类,可满足自1.5岁至90岁年龄段人群的需求。可以说,积木撑起了潮流玩具市场的半壁江山。

据悉,在什么值得买站内,1月至7月的玩具行业消费数据中,积木GMV(商品交易总额)占比高达42.89%。

“长期以来,国内消费者对于积木的了解

## 阅读提示

凭借性价比高、供应链效率高、产业链完善、更懂中国消费者等优势,国产积木品牌在供应链和原创设计、工艺方面逐渐展现出自己的实力。下沉市场和国潮化将是国产积木品牌的发力方向。

基本来源于乐高等国际积木品牌。当我们提到中国积木时,发现并没有一个有代表性的品牌。”潮玩品牌TOP TOY品牌营销负责人表示,不过近年来国潮风兴起,在积木界也刮起国潮风。

“通过抓住热门的国潮、国风内容,深挖中国传统文化,中国积木品牌多维度开展中国航天、中国风、趣味潮玩、城市街景、科技车组、绿植花卉等原创积木产品线,以精准认知与高品质的产品力给玩家们带来新价值,也受到消费者的认可。”TOP TOY品牌营销负责人表示。

张宇昂表示,从什么值得买站内数据来看,乐高仍占据国内潮流积木市场大份额。乐高虽占据绝对优势,但国产积木已快速崛起。ONEBOT、布鲁可、邦宝长期排名国产积木品牌GMV前3,哲高、双鹰、开智等也已凭借出色的设计深受用户喜爱。此次乐高在全球范围内涨价,可能会进一步利好国产积木品牌发展。

## 崛起背后

在业内人士看来,国产积木崛起的背后,是其性价比高、供应链效率高、产业链完善、更懂中国消费者。

张宇昂分析指出,过去国产积木品牌小而散,多以代工为主,但随着多年的技术和人才积累,国产积木厂商开始从代工转向自主品牌并奋起直追,在供应链和原创设计、工艺方面逐渐展现出自己的实力。

“首先,国产积木品牌整体在价格层面更友好,性价比高;其次,我国拥有很强的玩具供应链,无论是原料品质、模具开模精度,还是自动化产品线,从积木组装、分装制作到设计、开发等全过程,都与国际顶尖水平比肩;最后,经过近10年的发展,国产品牌也在做精品化布局,尤其对于传统IP的开发成为重要亮点,凭借对中华文化的深层理解优势,走出自己的差异化发展之路。”张宇昂说。

“我们买过一个建筑类的国产积木,有上千块零件,只要160元。如果是乐高的,估计要好几百元甚至上千元。”王女士表示,国产积木的价格优势非常明显。

在张宇昂看来,对中国文化的理解,尤其是对于中国IP的包装和展示,国产积木相较海外品牌更具优势,并以此成为行业快速崛起的密码。

以森宝为例,已经获得山东舰、航天文创、故宫文化等热门独家资源;巧合则基于中国传统榫卯技艺,相继与中国国家博物馆、秦陵博物馆推出联名产品;Keepley也陆续推出多款包括姜子牙、申公豹、少年哪吒等系列优秀IP产品。

TOP TOY品牌营销负责人认为:“对中国传统文化的深度理解,以及消费者的民族自豪感、文化自信的提升,都给国产积木品牌提供了很大的发展空间。”

本次乐高涨价,对于国产积木品牌而言或许是一次不错的突围机会。在什么值得买站内,“乐高平替”相关讨论内容十分火热。比如,双鹰旗下多款汽车积木已成为消费者

普遍认可的乐高汽车模型“平替”。

## 多点发力

尽管国产积木品牌正在崛起,但与国外知名品牌相比,还是有不小的差距。“主要原因在于早期国产积木品牌同质化严重,生产工艺与头部品牌存在一定差距,因此即便我们已经开始产出很多优秀的产品,但消费者仍需要一个接受和了解的过程。国产积木品牌在IP开发、工艺打磨、原创设计方面仍有一段很长的路要走。”张宇昂说。

在业内人士看来,下沉市场和国潮化将是国产积木品牌的发力方向。国产积木品牌应继续将中国IP与积木相结合,并提高潮流玩具消费理念普及率,打造出自己的潮流玩具概念,从而实现差异化发展。

TOP TOY品牌营销负责人也表示:“在中国主题方面,海外品牌存在短板,这是国产积木品牌的机会所在。例如,我们的复古家电系列和中国航天系列,深受消费者喜爱和开发,国产积木可通过加大自主创新和迭代,深挖中华文化宝库,在保留价格优势的同时,提升产品的品质和多样性。”

对于未来的发展方向,该负责人表示,将从3点发力,打通国产积木从设计、制造到销售的全链路闭环:在创意设计上面,将不遗余力吸纳海内外顶尖设计人才,同时会在设计上更加注重创意性,在产品方面形成自己的核心竞争力;在生产制造方面,继续优化供应链,在拼卸感、光滑度、契合度方面,给消费者更好的体验;在品牌建设方面,将与消费者互动常态化,征求消费者的一些创意和想法,希望与消费者共同打造一批高品质且更贴合国内消费者文化审美趣味的产品。

“我们也期待国产积木品牌多出一些高质量、有创意的产品,要不然总买国外品牌,确实有点贵。”王女士说。



## 陕西首发中越国际货运班列

8月23日,陕西首趟中越国际货运班列准备从西安国际港站出发开往越南河内。

当日,装载着41车石棉的中越国际货运班列由西安国际港站驶出,预计将于8天后抵达越南首都河内。本次运输的石棉前期由哈萨克斯坦搭乘中欧返程班列抵达西安国际港站,经过海关通关后发往越南,中欧班列与中越班列实现了无缝衔接。

新华社记者 李一博 摄

## 五省区启动水旱灾害防御Ⅳ级应急响应

本报北京8月23日电(记者蒋茜)记者从水利部获悉,今年第9号台风“马鞍”今天8时加强为强热带风暴。受其影响,24日至26日珠江流域将有一次强降雨过程,西江、郁江、桂南粤西沿海诸河、珠江三角洲、南渡江等河流将出现涨水过程,暴雨区部分中小河流可能发生超警洪水。

水利部滚动会商研判,今天12时针对广东、广西、海南、贵州、云南五省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应,向相关省级水利部门和水利部珠江水利委员会发出通知,要求强化应急值守和预报预警,落实山洪灾害和中小河流洪水防御措施,确保人民群众生命安全。

## 前7月软件业务收入增长10.3%

据新华社北京8月23日电(记者戴小河 张辛欣)记者23日从工业和信息化部获悉,1至7月我国软件业务收入54560亿元,同比增长10.3%。

分领域看,1至7月,软件产品收入13315亿元,同比增长9.9%,增速较上半年回落0.3个百分点,占全行业收入的比重为24.4%。其中,工业软件产品收入1219亿元,同比增长8.7%。

信息安全产品和服务收入增长加快。1至7月,信息安全产品和服务收入942亿元,同比增长11.9%,增速较上半年提高0.5个百分点。

## 科技赋能,吉林大安盐碱地变米粮川

本报讯(记者彭冰 柳姗姗)“过去咱们这别说粮食了,连草都不爱长,谁能想到科技有这么大能耐!”盛夏时节,看着盐碱地里一眼望不到头的绿色稻秧,吉林省白城市大安市海坨乡互助村党支部书记杨君富脸上笑开了花。

大安市位于素有“八百里瀚海”之称的吉林省西部,是该省盐碱地面积较大的地区,也是盐碱地改良工作最活跃的市。近年来,诸多院校、科研单位和企业在大安地区开展盐

碱地改良试验示范,昔日的不毛之地正逐渐成为草茂粮丰的米粮川。

今年3月,吉林省自然资源厅在大安市海坨乡互助村集中设立的盐碱地土壤改良试验示范基地项目正式开工,引入社会资本投资建设,总投资1.3亿元,建设规模为0.52万亩,新增耕地面积为0.42万亩。”大安市自然资源局土地整理中心主任王长志告诉记者,项目已于6月初完成全面种植,预计10月完成基础工程建设,未来3年进行土壤改良及地力培肥。

据介绍,项目在实施中专门搭建了一个“比武”试验场,在水利、物理、农艺等改良技术指标趋于一致的前提下,由11家企业不同改良区区内试种,每个水田改良区分为4种改良类型,加入不同比例改良剂和有机肥进行改良示范。最后,吉林省自然资源厅将对比企业和科研团队的化学改良剂在不同施肥量下对产量提升的效果,系统地总结盐碱地生态修复先进技术和科技成果,为全省盐碱地土壤改良提供宝贵经验。

## 测绘地理信息企业欠款将加快清理

无分歧欠款原则上发现一起清偿一起

本报北京8月23日电(记者周梓)生态环境部今天举行8月例行新闻发布会,生态环境部科技与财务司司长邹首民表示,资金投入是深入打好污染防治攻坚战的重要基础性保障。生态环境部坚持“两手抓”,一方面积极争取财政资金的公益性支持,另一方面积极引导金融资金的市场化支持。

在争取中央财政资金支持方面,生态环境部积极推进重大工程项目谋划和储备,目前,已建成中央生态环境资金项目储备库,截至7月底,项目储备库共储备项目1万多个,总投资需求6500多亿元。生态环境部配合财政部管理的中央生态环境资金主要有4个方面,分别是大气、水、土壤3个污染防治资金和农村环境整治资金。

在引导金融资金支持方面,为拓宽生态环境保护投融资渠道,引导金融资金精准投入,2021年下半年以来,生态环境部分别与国家开发银行、中国农业发展银行、中国银行等10家金融机构建立合作机制,建立了生态环保金融支持项目储备库,印发《生态环保金融支持项目储备库入库指南(试行)》,支持大气、水、土壤污染防治等8大领域项目,引导金融机构提供更加精准的资金支持。生态环境部通过征集地方需求,加强入库指导,筛选出具有良好环境和经济效益的项目,定期推送给这10家金融机构。今年7月,生态环境部第一批共推送了139个项目,以后每两个月定期向金融机构推送项目。

《通知》明确,各级自然资源主管部门要对照相关台账,按月调度,协调督促所属机构及时清偿拖欠测绘地理信息企业欠款,特别是涉及基础测绘、调查监测、确权登记等业务的欠款。无分歧欠款原则上发现一起清偿一起;对有分歧欠款,推动加快协商解决或运用法律手段解决。

旧产品功能已经够用,新产品创新力不足、大同小异

## 一些消费者换手机的频率降低

本报北京(记者周梓)“智能手机刚开始流行的时候,我和身边的朋友更换手机的频率一般不会超过两年。但2019年至今,我都没有换手机的想法。”北京市民陈先生表示,虽然近年来各大厂商相继发布了多款手机,但没有哪一款能让他心甘情愿地下单。记者采访发现,越来越多的消费者和陈先生一样,换手机的频率逐渐降低。

Counterpoint发布的手机销量月度报告数据显示,2022年第二季度中国智能手机销量同比下降14.2%,而上一次销量低于该季度的数据还是在2012年第四季度。

有业内人士表示,目前,手机厂商发展新

用户的空间已经很小,所以新手机的主要销售群体基本上是现有市场中的换机用户。

“智能手机经过10余年的发展,无论从功能上还是性能上,都有了质的飞跃。在多数情况下,我们的智能手机都是由于应用软件及系统升级导致运行速度变慢而被淘汰,很少出现手机零部件损坏而更换手机的情况。”该业内人士说,由于现在智能手机的功能非常全面,想要在智能手机上开发一种新功能难度很大。虽然一些手机厂商在新品发布会中也会鼓吹各种新功能,但这些都新功能,对于很多人来说并不实用,吸引力较低。

该业内人士还认为,目前,手机产品的创

新力不足,市面上的智能手机普遍大同小异,缺少让人眼前一亮的升级。据悉,某手机厂商在一年左右的时间里筹备了同系列的4款迭代产品,这4款产品在外观设计方面基本一致,在影像能力、屏幕素质等方面也没有多少提升,除了更新处理器之外,每款产品都和前代产品相差无几。

“手机和电脑一样,已经出现了性能过剩的局面。对于很多普通用户而言,用了几年的手机,除了电池续航不满意之外,很少有人会去纠结手机性能。”北京合生汇一家手机店售货员李女士介绍说,2020年智能手机普遍使用的是7nm芯片,如今升级到了4nm。但

7nm芯片已经能够满足绝大多数用户的使用需求,强行用上4nm芯片会导致性能过剩。

“智能手机生产厂商很多,品牌和型号更多,但能够完全掌握整个生态链的手机生产厂商则是凤毛麟角。现在的绝大多数智能手机生产厂商生产的手机都是组装而来的,而这些元器件的提供厂商在全球范围内并不多。在芯片供应方面,更是如此。”有专家表示,近几年,随着5G技术以及新能源技术的发展,在全球领域内需要使用芯片的终端设备也越来越多,在这种需求市场大于供方的情况下,会导致手机价格整体上涨,也会影响手机销量。