



HAPE.COM

**瑞士**

Hape Holding AG.  
Hallwilerweg 2  
6003 Luzern  
T: +41 41 818 78 78  
F: +41 41 818 78 99  
info@hapetoys.eu

**意大利**

Hape International (Milano) S.R.L.  
Via L. Alberti 6  
20149 Milano  
T: +39 02 9439 4976  
F: +39 02 9439 4977  
italy@hapetoys.eu

**英国&爱尔兰**

Toynamics UK & Ireland  
Unit 10, Kibworth Business Park  
Kibworth Harcourt, Leics  
LE8 0EX, UK  
T: +44(0)845 6000 286  
sales@toynamics.co.uk

**中国**

Hape International (Ningbo) Ltd.  
#9-27 Nanhai Road  
Beilun, Ningbo  
T: +86 (0) 574 8680 1188  
F: +86 (0) 574 8680 9770  
info@hapetoys.com

**(中国) 香港**

Hape International (Hong Kong) Ltd.  
Units 903B-904, 9th Floor,  
94 Granville Road,  
Tsim Sha Tsui, Kowloon  
T: +852 3157 1052  
F: +852 3157 1058  
info@hapehk.com

**德国**

Toynamics Europe GmbH  
Alsfelder Straße 41  
35325 Mücke  
T: +49 (0) 64 00 95 87 0  
F: +49 (0) 64 00 95 87 29  
info@toynamics.com

**法国**

Hape France SAS  
1, Chemin des Douaniers  
78240 Chambourcy  
T: +33 (0) 1 3927 2020  
F: +33 (0) 1 3927 2021  
france@hapetoys.eu

**加拿大**

Playwell Enterprise Ltd.  
1399 Kennedy Road  
Unit 5A, Scarborough  
Ontario, MIP 2L6  
T: 001-416-439-0044  
F: 001-416-439-4656  
sales@playwellcanada.com

**美国**

Hape International Inc.  
2<sup>nd</sup> Floor  
199 Pembina Road  
Sherwood Park, AB T8H 2W8  
T: 800 661 4142  
F: 780 467 4014  
info@hapetoys.com



# 全球市场季报

2020 Q1

## Hape 全球秀

致敬每一位  
可爱的战士

## Hape玩具点亮复活节

抗击疫情  
Hape和你在一起

### 2020玩具行业五大趋势

春日迟迟，卉木萋萋，  
世间美好与你环环相扣，如约而至。

# 2020 Q1 目录

展会	04
奖项	08
新闻	10
活动	15
门店	18
行业趋势	19
媒体	20

主编：吴昊

编辑：朱双双 吴昊 闫静

美编：唐坚 徐健力 张梦如

电话：(+86) 574 86819176

邮箱：EchoWu@happy-puzzle.com

网址：www.hape.com

**Love Play Learn**

# 永不止步

## Hape全球巡展一览

2020开年一季度，新冠肺炎疫情意外爆发，处于安全考量，随后许多全球性活动均被取消或推迟。所幸，全球三大玩具展如期举行，在此特殊时期依旧给业内各位买家提供了一次新品尝鲜和风向探寻的宝贵机会。

本次巡展，Hape集团携手旗下同名玩具品牌Hape®，子品牌——德国创意拼搭玩具品牌PolyM®和德国百年手工娃娃品牌Käthe Kruse®，战略合作伙伴——欧洲领先育儿杂志Eltern，国际知名婴童用品生产商Kids2旗下品牌Baby Einstein®等一众品牌亮相世界三大顶级玩具盛宴。

2020年注定是不平凡的一年。鉴于疫情的扩散，三大展的人流量比起往常稍显逊色，然而Hape展位凭借炙手可热的佩佩人偶和创意满满的新品玩具，依旧拔得头筹，招徕众多潜在客户逛展并下单。据悉，Hape对于众多买家而言仍是一个颇受欢迎的玩具品牌。许多来自不同地区的客户都大赞PolyM的新销售策略（桶装积木销售），认为这种方式既新颖又有趣。随着STREAM（科学、技术、机器人学、工程、艺术和数学）理念的兴起和盛行，家长都极力推崇极富创意的益智玩具，这也与Hape玩具未来的发展走向不谋而合。今年的三大国际玩具展会已圆满落幕，Hape于此获益良多。Hape始终会坚持初心，一如既往地致力于开发和生产原创益智玩具，为世界上的每一个孩子送去快乐。



## 德国纽伦堡国际玩具展

时间：1月29日至2月2日

地点：德国纽伦堡会展中心

今年正值纽伦堡国际玩具展会举办第71个年头，全球逾62,000位买家共赴这场世界玩具领域知名度最高且影响力最大的玩具盛会。Hape的标志人偶佩佩亮相了本次吹风会（展前一天举办，各位参展商相继展示其最新产品理念），带去了Hape兼具销量和口碑的爆款“智能触控电子钢琴”和“拖拉狗佩佩”等饱受好评的优质玩具。同时，Hape还登上了Spirit of Play和Das Spielzeug等许多颇受欢迎的知名玩具杂志。



## 香港玩具展

时间：1月6日至9日

地点：香港会议展览中心

作为亚洲最大、全球第二大的玩具贸易展览，第46届香港玩具展吸引了2,100多家优质参展商和全球4万多名买家。今年，Hape展位精选新品“娃娃屋”系列元素，采用多层背景板和3D设计打造极具层次感的门头，强大的视觉冲击吸引大批访客，其中不乏对Hape品牌深感兴趣的潜在买家。开展期间，香港贸易发展局一行及中国玩具和婴童用品协会会长梁梅女士陆续造访Hape展位，梁女士还与Hape集团创始人兼总裁彼得·汉斯丹先生进行了深切交谈。此外，Hape亦登上了《南华早报》于展会期间出刊的一篇关于STEAM和STREAM教育的文章。



彼得先生和香港贸易发展局（右数第三位：香港贸发局主席方舜文女士）

## “美国国际玩具展”

日期：2月22日至25日

地点：纽约雅各伯贾维茨会展中心

今年，由玩具协会主办的第117届美国国际玩具展汇聚了世界各地约3万名业内专业人士。以Hape“火车轨道”为主特色的门头吸引了众多访客入内，更有加大版“大眼怪数字天平”等有趣又特别的玩具在内给访客以惊喜。除却买家，Hape展位亦受到许多媒体垂青，新华网记者今年再次到访Hape并专访彼得先生，就中国制造优势、环保、新零售等话题进行深入交流。



# 全球玩具大集结!

2020年开年，新冠肺炎疫情突如其来，在全球拉响警报之前，一些玩具展还是盛况空前。



在美国，多个展会先后在拉斯维加斯、达拉斯和亚特兰大举办。1月8日至14日，在达拉斯开幕的礼品展汇集了行业潮牌、商务培训和新品发布，吸引了来自美国各大州及85个国家和地区的超过20万名游客。五天以后，亚特兰大展会更是群星闪耀，8000多个品牌齐聚一堂。而1月26日至30日的拉斯维加斯展会则以其标志性的高阶氛围独树一帜，多样化的展出品类令参展商、设计师和买家们印象深刻。随后，美国第二大玩具展西部玩具展同样人潮涌动，场面火爆。Hape凭借自己的品牌优势穿梭于各大会场，亮眼红色一扫疫情阴霾。



美国



(图片来源：Hape 图库&Dallas Market Center, Atlanta Market, Las Vegas Market和 Toyfest展会官网)

3月9日至12日，在阿根廷首都布宜诺斯艾利斯，针对B端客户的第六届高端设计精品展La Pre成为品牌合作和大宗订单的孵化器，摒弃主流展会的拥挤和喧嚣，La Pre在安静、愉悦的氛围中铺展开来。这是Hape第三次参加该展会，在当地代理商Alparamis精心组织下，Hape和Beleduc是参展商中仅有的玩具品牌。Hape的“益智玩具”、“音乐系列”、“婴儿期玩具”、“火车轨道”、“户外探险”、“拼图”和“宝贝爱因斯坦”受到参观者的普遍欢迎和赞誉。Alparamis在当地玩具圈内地位特殊，尽管仅拥有两家实体店，但因其独树一帜的店内陈列尤其是超豪华圣诞树，每年都会吸引大批游客前往。

将视线转向欧洲。1月22日，伦敦玩具展就拉开了大幕，超过260家参展商在这场英国最大规模的玩具行业盛会上展出了新的玩具、游戏和工艺品。商家们各显神通，努力为游客呈现最好玩、最创新、最激动人心的行业动态，也让大家有机会零距离地触摸、感受极富未来感的新设计。Hape的“宝贝爱因斯坦”、“智能遥控火车”因其与智能科技的完美融合受到广泛关注，“店中店”陈列方案也赚足了眼球。除此之外，另一场大秀在伯明翰也如火如荼，作为英国首屈一指的礼品和家居用品展，2020春季伯明翰大展没有让任何人失望。Hape英国办公室Toynamics带领Hape在两次大展上分别秀出了自己最闪亮的新品。



阿根廷



(图片来源：Hape 图库)



英国



在阿曼，备受欢迎的马斯喀特国际书展，自1992年首次举办至今，已逐渐成为中东地区最重要的文化活动，引发了全民阅读的新风潮。今年二月下旬举办的书展，吸引了来自32个国家和地区的946位出版商及代理，访客同比增长184多位。在卷帙浩繁的书架中，Hape色彩斑斓的玩具展位成为小朋友们阅读之余最佳的休息打卡地。



阿曼

## Hape蝉联MBC大奖

喜讯(阿联酋): Hape蝉联“妈妈 宝宝 孩子”(MBC)大奖——“2019年度品牌”铜奖!作为连续三年跻身榜单前三的品牌, Hape在阿联酋的广大消费者心中无疑是个饱受认可且值得信赖的玩具品牌。

MBC大奖得主由该地区的广大母亲投票产生。持续三年受到该奖项的认证,无疑会促使当地市场增加对Hape品牌的信任和认可,同时,也会激励Hape进一步开发和生产更多优质创意玩具,不辜负广大忠实客户的厚望!

MBC大奖旨在表彰各大品牌、教育机构、医疗保健品公司和其他实体机构为阿联酋国内每个家庭的美好未来所做的巨大贡献,他们在各行各业内兢兢业业,助力各位母亲养育孩子。MBC大奖下设多个子类别,每个类别仅表彰前三位获奖者。

详情请见: <https://www.motherbabychild.com/awards/2020/>



## Hape新品强势登陆美国市场

今年,受疫情冲击影响,美国国际玩具展上客流明显减少,但是作为参展品牌之一, Hape玩具依旧收获了许多关注,且有两个新品玩具被业内知名杂志授予“2020玩具展之最佳玩具”称号。



“大眼怪数字天平”——《父母世界》杂志“2020玩具展之最佳早教新品玩具”  
<https://www.parents.com/fun/toys/toy-fair/best-of-toy-fair-2020/>

“厨房玩具一百变意大利面”——《父亲》“2020纽约玩具展之最佳玩具”

<https://www.fatherly.com/gear/best-toys-from-toy-fair-2020-bricks-scooters-capes/>

“厨房玩具一百变意大利面”——《好管家》(女性杂志)“2020纽约玩具展之最佳玩具”

<https://www.goodhousekeeping.com/childrens-products/toy-reviews/g31132134/best-toy-fair-winners-2020/?slide=7>



上述三本杂志向公众强烈推荐Hape新品玩具“大眼怪数字天平”和“厨房玩具一百变意大利面”。《父母世界》是一个知名的育儿知识分享平台,从孕期到孩子上学的各个阶段,给予父母各方面的育儿知识。此次, Hape新品“大眼怪数字天平”受到该杂志的高度评价:“这个五彩斑斓的神奇天平能够轻松地让孩子了解重量的概念。”同时, Hape另一新品“厨房玩具一百变意大利面”也得到了美国领先数字媒体品牌《父亲》和知名品牌《好管家》的双双认可。受到业内专业人士的频频赞誉和认证, Hape的新品玩具必将会在美国市场掀起热潮,成为各位消费者备受青睐的优质玩具。在此非常时期,我们衷心希望Hape玩具能够在一定程度上缓解各位家长和孩子们的紧张情绪,并为各个家庭带去久违的欢声笑语。

(图片来源: Hape图库)

## 魔力钢琴,你心动了吗?

Hape与Baby Einstein的联名合作款产品“智能触控电子钢琴”自2018年面世以来便已包揽一众国际大奖(2019德国纽伦堡玩具展年度玩具大奖、2019芬兰年度玩具大奖、2018法国玩具大奖等等),享誉全球,成为全球家长和孩子们心中的一款宝藏玩具!

今年,“智能触控电子钢琴”再次荣登美国一大重量级奖项获奖榜单,摘得Cribbie最佳创意玩具大奖桂冠。Cribbie奖项始创于2010年,由美国知名育儿网站StrollerTraffic.com主办,其获奖产品均由大众投票选出,真实可靠地代表着当前市场上婴幼儿领域的最佳品牌和最优产品。该奖项下设7大子类别,其中,玩具类仅有6款产品上榜,足以证明“智能触控电子钢琴”创意满满、极受认可,是其风靡全美的铁证。



频频获奖、荣耀加身,“智能触控电子钢琴”一跃成为奖项傍身最多的Hape明星爆款。这款钢琴不仅具备Hape玩具高品质、有趣性、益智性等的基本要素,同时也跨出了将木制玩具与高科技相结合的创新一步。此外,频频国际认可不仅是对产品本身的认证,也同样肯定了Hape与Baby Einstein之间的成功合作,并促使双方进一步加深合作,为孩子们带来更多高品质的益智玩具。

在研发Hape和Baby Einstein系列玩具时,玩具设计师Adam Shillito提出组建“My First Mini Band”理念,旨在引导孩子挖掘和激发自身音乐潜能。今年,为了丰富这一设计理念,我们在新品中加入了更多新鲜元素——奇妙的动物声音和精选的悦耳音乐,以更好地帮助孩子提升认知技能。新“乐器”专门为3岁以下幼童量身打造,让他们沉浸在“玩”的过程中还能学习成长,并引领他们成为未来的音乐大家。此外,今年的新品新增各色灯光功能,更容易吸引孩子们的注意力,帮助孩子轻松掌握音乐小技能。正如Adam所相信的,我们始终致力于通过优质产品给孩子提供世界一流的玩乐体验。因此,我们玩具乐器的声音十分逼真,为孩子创造了一个真实又震撼的音乐氛围,令他们不由自主地爱上音乐。

一个成功的乐队必然少不了多种乐器的配合,“My First Mini Band”自然也不例外,除了大获嘉奖的“智能触控电子钢琴”以外,电子琴、吉他、演奏台等一系列新品也即将重磅上市。所有新品延续了独特触碰技术,性价比极高,极大地提升了玩具的功能特征和游戏体验。未来Hape必将打造更多新品爆款,燃爆全球!

### 疫情期间难以出门?在家也能high!“黑科技”新品抢先看!



智能触控音乐键盘  
无需按键,轻轻触摸钢琴便能听到美妙乐声!



智能触控弹唱吉他  
无需拨弦或按键,智能触控技术让孩子轻松弹奏出动人乐章。



智能触控交响乐队  
三种语言,多种色彩,多个乐器,助你成为出色的小小指挥家!



智能触控音乐演奏台  
多种乐器打造音乐篇章!

(图片来源: Hape图库)

## 打赢抗疫攻坚战 ——致敬每一位可爱的战士

据说，春天的风里有股甜甜的味道，你感受到了吗？  
我猜，赋闲在家许久，现在的你已经迫不及待地投身工作了吧。  
毕竟，勤劳的你，才配得上强大的祖国母亲和不计生死的一线战士呀。

听说，看遍了白衣大褂的奋不顾身，偶尔看到私欲为先之人蛮不讲理，  
你也会一腔愤恨难以释怀。  
原来，每个看似平庸的我们，  
也会在关键时刻，满怀热血，成全大爱。

听说，你很久没有见过亲朋好友了，  
是否，也已然将我淡忘？  
不过没关系呀，我还是会满载热忱的玩具，  
奔赴到你们身边。

相信，有我的陪伴，  
欢乐，会在每个屋内充盈；  
暖心，会在每双眸里溢出；  
爱与善洒落心田；  
而我也将继续陪伴每个可爱的家庭共同成长。

在外奋战奔波的你，孩子由我陪伴  
居家办公隔离的你，距离由我拉近  
不论风雨，Hape都在你身边！

餐馆关门？那就自己下厨吧！  
宝宝也想试试？Hape厨房套——满足孩子  
对厨房的所有幻想！



(图片来源: Hape 图库)



没有不会停的雨  
天一定会晴  
勇敢的孩子会撑起小伞穿越风雨

疫情宅家不能出门？  
Hape旅行房车带你冲浪带你high！

## 隔离病毒，不隔离爱

### ——Hape集团捐款捐物共抗疫情

本季度，随着新冠肺炎在全球的爆发和扩散，  
各国积极采取一系列行之有效的措施抗击疫情，  
大到国家、政府、企业，小到个人，都齐心协力，  
与病毒作殊死斗争。

作为一家具有社会责任感的企业，Hape集团  
快速反应，捐款捐物与全人类一起共同抗疫！

#### 1月30日，中国

中国春节前夕，新冠肺炎疫情席卷而来，短短数日，  
从荆楚至甬港，受感染患者数量剧增，新冠肺炎疫情日愈严峻。  
1月30日，随着疫情发展，防护医疗物资紧缺愈发严重，  
值此时艰，Hape集团迅速反应，紧急从公司冠名的500万  
慈善基金中划拨捐赠备用资金，专款专用于新冠肺炎  
疫情防控一线医疗设备采购、医护人员补助等事项。  
该笔资金已于当日汇入宁波市北仑区慈善总会账户。

#### 2月28日，中国

二月底，国内新增感染者虽基本得到控制，  
但庞大的确诊病患群体确是给抗疫一线的武汉多所医院出了一个大难题，  
多家收治新冠肺炎儿童的定点医院已逐渐趋于饱和。  
面临“患儿规模大、救援物资紧张、特殊患儿缺乏家长陪伴”  
的主要难题，武汉新冠肺炎患儿救治工作



(图片来源: Hape 图库)

的开展可谓是难上加难。鉴于患儿人群的特殊性，  
医院急需玩具和绘本相关物资，用于救治工作中帮助宝宝转移注意力。  
鉴于此，育儿网育儿公益率先发起并联合爱心企业，开展“守护小小的你，  
守护万万个国家”主题公益捐赠活动，定向支援武汉儿童医院等多家  
收治新冠肺炎儿童患者的定点医院。Hape立即响应号召，参与公益捐赠，  
送去适合患儿玩耍的200份拼图玩具，给儿童患者带去陪伴和安抚，  
同时帮助他们缓解疫情恐惧，减轻治疗疼痛，让患儿家庭更安心。  
Hape再次以实际行动表明，无论何时何地，Hape永远会尽力陪伴和保护孩子，  
为每个孩子带去快乐。

#### 3月31日，德国

随着新冠肺炎在全球的蔓延，世界卫生组织（WHO）  
已将其划定为“全球性瘟疫”。随着疫情日益严峻，全球多国特别是  
欧洲国家面临防疫医疗物资紧缺。值此危机之际，我们接到了一封来自  
中国德国商会（GCC）的捐赠倡议，知悉德国政府正紧急组织航班从  
中国上海向德



国运送急需医疗救援物资并呼吁在华各界德企进行力所能及的捐赠，  
以帮助德国公众共同抗疫。

作为一家具有社会责任感的德企，Hape在接到这封号召信的第一时间便意识到这是一次  
义不容辞的行动。全司上下高度重视此次捐赠，多部门通力协作，  
快速反应，仅短短两天之内就筹集到了1万只口罩。随后，Hape集团  
安排专人送至飞格物流（由德国政府指定的本次医疗救援物资承运物流公司）  
捐赠物资接收处。其后，该批物资由德国联邦卫生部根据德国国内的需求  
进行统一调配，并发往德国最急需的抗疫一线。

作为一家深耕于中国的德企，多年来，Hape集团在中国市场的发展与成功  
离不开全社会的支持与厚爱。大“疫”当前，Hape愿做一切力所能及之  
实事回馈社会。在向中国和德国贡献了自己的力量之后，今后Hape也  
会毫不犹豫地有向需要的全世界所有国家和人民提供力所能及的帮助。  
当一场威胁全人类的危机来临，个体的力量或许有限，但善意与爱的力量  
能跨越山海、国别与种族，汇聚成海，终将改变潮流的方向。有幸参与  
这一场波澜壮阔，Hape与大家一起守望相助，以实际行动肩负起对社会  
与下一代的责任，努力践行我们所承诺的“让世界变得比来时更美好”。



# 共克时艰 Hape与你在一起

疫情肆虐下，Hape集团捐款捐物，与全人类一起共同抗疫。然此情境下，Hape依旧不忘初心，以期通过Hape优质玩具给全世界的家庭和孩子带去快乐，并为此做了许多努力。

## 为顾客：

二月是中国疫情最为严重的时刻，大多数企业员工都只能居家办公，但Hape中国并没有消极怠工，转而积极计划并开展工作。家长受疫情影响被迫居家，这或许是一个增进亲子感情的有效契机，借此，Hape在微信公众号上发布了多篇“亲子课堂”，满满干货助力家长更好地与孩子相处。此外，我们还举办了一个线上活动，鼓励家长拍摄带有Hape玩具的亲子游戏短视频，最终择取最佳短片拍摄者并送上丰厚奖品。同时，Hape微信公众号上也会分享这些最佳短视频，给粉丝一些启迪，共筑高质亲子时光。2月28日，Hape联合美素佳儿进行线上首播。此后截至3月27日，Hape分别在天猫、京东、苏宁平台同步微博，共计开展了9场直播，为公众推荐好物。



## 为员工：

作为中国疫情最严重的二月，几乎无人复工，但居家办公的Hape员工也丝毫没有懈怠，积极参与Hape中国组织的线上培训，保持对产品的高熟悉度和了解程度，进而在今后更好地为顾客服务。

自二月底复工以来，Hape集团全司上下积极配合当地政府、社区颁布的疫情防控政策与要求，及时落实摸排全司在华员工动向、实时记录在华员工健康状况、积极建立公司内部的疫情防控管理体系等一系列措施，保障员工健康，亦对社会负责。今后，Hape集团将持续关注新型冠状病毒肺炎疫情发展情况，全力执行当地政府、社区对企业的政策与要求，践行Hape的社会责任与人道主义关怀！Hape永远和你在一起——每位父母、每个孩子、每名Hape员工，因为你们都是Hape大家庭中不可或缺的一员！



(图片来源: Hape 图库)



# 抗击疫情——我们该怎么做？



新增感染者人数与日俱增，全球累计感染患者逾百万，死亡人数亦不可小觑，这些骇人听闻的数字无时无刻都不在提醒着我们当下疫情的严重性和紧迫度。抗击疫情的斗争远没有结束，全人类，无关国籍、无关种族、无关肤色，休戚与共，齐心协力对抗病毒，才能重拾我们的正常生活。以下是一些小贴士，希望能给你一些帮助。

## 新冠病毒的基本防护措施

关注世界卫生组织（WHO）官方网站或国内中央及地方卫生局的官方渠道，了解新冠肺炎最新资讯。大多数感染者初期症状并不明显且可自行康复，但依旧具备传染性。请遵循以下建议，以保证您和他人的健康安全。

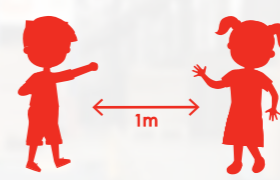


1



勤洗手

2



保持距离

3



切勿用手揉眼睛，触摸鼻或嘴



4



保持呼吸道卫生

5



如果出现发热、咳嗽和呼吸困难等症状，请尽早就医

6



实时跟进疫情最新资讯并遵医嘱医疗保健专业人士的建议

1. 定期用酒精基洗手液或肥皂水彻底清洗双手。
2. 与咳嗽或打喷嚏的人要保持至少1米（3英尺）距离。
3. 请勿用手揉眼睛，触摸鼻或嘴以防感染。
4. 确保您和您周围的人保持呼吸道清洁卫生。咳嗽或打喷嚏时，请用手肘或纸巾遮住口鼻，并立即将废弃纸巾丢弃。
5. 身体不适时切勿出门。如果伴有发热、咳嗽和呼吸困难等症状，请遵循当地卫生局的指示尽早就医。
6. 实时关注新冠肺炎疫情的最新动态。遵循医疗保健专业人士、国家和地方卫生局或所在企业的抗疫建议和措施。



## 针对近期曾出入或身处疫情高风险地区人员的保护措施

1. 请遵循上述建议。
2. 若身体感到不适，并伴有头痛或轻微流涕等症状，请居家隔离直至康复。
3. 若出现发热、咳嗽或呼吸困难等疑似呼吸道感染或重大疾病诱发症状时，请立即就医，并告知您的近期旅行史以及接触过的人。

更多信息请访问世界卫生组织（WHO）官方网站：<https://www.who.int/>

疫情无国界，人间有真情。只要全人类同仇敌忾、共同抗疫，病毒必将被打散，生活也会逐步回到正轨。一根筷子易折断，但一把筷子就无比坚硬了，不要小看你自己的力量，只要力往一处使，我们就能打败病魔，重拾生活和快乐。让我们为逝者默哀，为生者奋斗，团结一致创造更加美好的未来！

(图片来源: Hape 图库)



作为世界最大的木制玩具制造商及益智玩具领导者，Hape计划扩容位于中国宁波的工厂，包括更新生产设备、优化生产工艺等一系列升级。德国投资与发展公司（以下简称DEG）向Hape投资一千万美金，支持Hape完成产能升级。

图片来源: Spielwarenmesse eG / Lennart Preiss

# 投资未来 DEG注资千万美金 支持环保玩具生产

2020年1月31日，Hape与DEG在纽伦堡展会正式签署协议，标志着双方合作项目的正式开始。

Hape总裁兼CEO彼得·汉斯丹先生高度评价与DEG的此次战略合作：“我们升级工厂是为了给孩子们一个更好的明天，有了DEG的助力，我们可以更长远地规划产能扩容，尤其是扩大环保型产品的生产线。DEG将不仅仅收获利润的回报，更能

为全世界的孩子打造更美好的生活环境，为他们的个人发展提供助益。”

DEG管理董事莫妮卡·贝克也在签署协议后表示：“Hape一直是我们的客户和朋友，此次合作会进一步加深我们的友谊。我们有义务去帮助那些致力于生产对环境和社会负责任的企业。”

摘自: <https://hapetoys.eu/de-de/nachrichten>, 2020年2月3日。

## 你好，春天！

春天的脚步越来越近，不速之客新冠肺炎疫情却抢先来敲门；尽管如此，我们相信迟来终究会来，春暖花开，指日可待。

### Hape妆点复活节蜡烛

地点：希腊  
类型：B2B & B2C  
组织者：Moustakas

随着复活节的临近，Hape希腊代理Moustakas为当地的小朋友们精心准备了好看的复活节蜡烛，蜡烛上装饰着彩带蝴蝶结，还有Hape的“丛林动物火车”、“丛林探索木制绘本”、“旋转摇摇响”等精巧玩具。Moustakas计划在门店出售这款产品，为节庆专区增加卖点，带动销量、增加品牌知名度。

尽管许多欧洲国家已经宣布封锁边境，Moustakas还是更新了其B2B平台的宣传海报，以帮助Hape度过这个艰难时期。



### 环保课间进校园

地点：以色列  
类型：B2C  
组织者：Eskimos

位于以色列海兹利亚的Brande小学近日举办了一场“创意竹筷”搭建活动。教室里，孩子们首先认真听Hape的经销商介绍低碳的生活方式以及有着惊人增长速度的神奇植物竹子，然后三五成群，用Hape的“创意竹筷一入门套”和“世界名塔四合一”套装组队拼搭。在老师的帮助下，他们首先根据说明书复刻了“球”和“车轮”等基础结构，然后便开始自由创作。很多孩子对这些神奇的“筷子”着了迷，活动结束后向组织者询问哪里可以购买，他们想要回家继续玩。



### 高兴就@Hape

地点：斯里兰卡  
时间：2020年1月10日至2月4日  
类型：B2C  
组织者：Brands in Style

一月份，Brands in Style给一些Facebook和Instagram博主寄去了样品，邀请他们在自己的账户上分享图片和使用体验。主办方还抽取的数名幸运体验者，赠予丰厚礼品。

二月份，Brands in Style邀请知名网红Blissberry Life为Hape的积木打Call，Blissberry Life粉丝积极响应，许多人购买后在话题下晒图互动，对积木赞誉有加。这是Brands in Style第一次与网络红人合作，收到了意想不到的效果，Brands in Style表示今后还会邀请更多网红合作推广产品。



### 四块广告牌

地点：墨西哥  
时间：2019年12月12日至2020年2月6日  
类型：B2C  
组织者：Almacén Didáico

为迎接圣诞节和三王节，墨西哥代理商Almacén Didáico租下克雷塔罗市4块巨幅广告牌，宣传Hape与Kids II合作开发的“智能触控电子钢琴”。



(图片来源：Hape图库)



Hape在阿联酋：繁华似锦

Blossom育儿推介会



孕婴特卖会



惊喜集市



作为Hape的新兴市场，阿联酋上一季度依旧活力四射，线上线下各项活动高潮迭起，惊喜不断。

作为一个经济高度发达的国家，社交媒体一直引领着年轻家庭的购物风尚，Hape在阿联酋的代理商与多位孕婴幼领域的达人和专家合作，携手推广Hape的产品，取得了很好的成效。近日，Mumzworld发起了一项促销活动，消费者购买新品玩具厨房时，通过优惠码可额外享受10%的折扣。活动面向阿联酋全国父母与家庭，既提高了Hape的品牌知名度，也增加了Mumzworld的营收。

今年年初，代理商Babico与阿联酋知名育儿连锁机构Blossom展开合作，组织专场推介会介绍Hape品牌。Blossom的3P理念（people-人，planet-环境，prosperity-成长）及现代英式课程（EYFS）与Hape的Love Play Learn不谋而合，双方达成共识，未来将进一步深化合作。活动现场陈列的Hape样品吸引了不少小观众把玩。

与此同时，始于2016年的线上妈妈村落Real Mumz of Dubai组织了一场孕婴特卖会（Bumps and Babies），帮助那些挑剔的准妈妈和新手妈妈们挑选名副其实的“品牌好货”，Hape自然位列其中。在活动现场，超过200名参与者莅临选购产品，主办方安排了专职看护照料她们的宝宝，妈妈们终于可以放松下来，一边欣赏海景，一边聊天，活动取得圆满成功。

除此之外，更多父母们被一场热闹的集市吸引到一起，先后有超过1000名游客光顾了迪拜的这场大型集市，他们徜徉在各式各样的摊位中间，带着孩子一边看一边玩。当地经销商Cloudhoods组织Hape参与了此次活动，并为游客们准备了惊喜赠品。

（图片来源：Hape图库）

风雨兼程，砥砺前行

受新冠肺炎疫情的影响，亚洲各国纷纷采取管制措施，城市按下了暂停键，民众们居家减少外出。本应是销售旺季的节庆市场一度遇冷，面对危机，Hape各区域市场主动出击，多举措并用奋力突围。

中国市场：与美素佳儿强强联合；天猫女神节人气再创新高

时间：2020年3月5日至8日  
地点：天猫  
类型：B2B

Hape中国市场与全球知名的乳制品公司荷兰皇家菲仕兰公司旗下奶粉品牌美素佳儿达成战略合作协议，双方承诺在2020年发挥在各自行业的领先优势，深化宣发合作，加强战略互通。

取材天然，用最好的原料生产最好的产品，陪伴孩子们健康成长是美素佳儿和Hape共同的目标，也是此次合作的基石。

此次协议背景下的第一拨线上合作已在天猫上线。在美素佳儿旗舰店购买奶粉的消费者可以领取超值抵扣券，用以购买Hape玩具。除此之外，双方也推出包括线上直播、社群营销等在内的一系列联合推广。



Hape天猫旗舰店三八女神节大促再次取得骄人成绩，页面访问量同比上涨近25%，加购产品数更是以同比上涨约40%再创历史新高。

香港特别行政区：小聚也无妨

时间：2020年3月10日至25日  
地点：香港特别行政区  
类型：B2C

随着香港本土疫情趋稳，香港一田百货商店3月份组织了一场小型店内展会。许多居家避疫的市民闻讯前来参加。此次活动主办方采取了周全的防护措施确保安全。



（图片来源：Hape图库）

韩国：线上即前线

时间：2020年3月10日至22日  
地点：线上（Instagram）  
类型：B2C

受疫情影响，Hape韩国独家经销商Toyn-store将更多精力投入到线上营销。

3月10日至22日，@hapekorea在Instagram上发起“萌宝水果篮”促销活动，点赞、转发和留言的用户可参加抽奖活动，最终10名幸运者免费获赠同款水果篮玩具。

此次活动对于新品推广相当有效，@hapekorea也收获了大批新粉。



日本

## 快乐无处不在

去哪里找玩具？玩具店还是超市货架？最近，日本知名保险公司Hoken Minaoshi Honpo的门店内出现了Hape玩具的身影，打破了人们认为玩具就该身处玩具店和超市货架的固有想法。三月，Hoken Minaoshi Honpo公司在Koshigaya Lake Town KAZE和MARK IS Minatomirai的门店内分别设立了一个孩子游乐区（名为“Aso-Labo”），并配以各式Hape优质玩具供孩子们玩乐，为孩子们提供了一个理想的游戏场所，也为各位家长腾出了咨询和办理保险业务的宝贵时间。

作为Hape在日本与Hoken Minaoshi Honpo公司的首次成功的跨界合作，双方均获益颇丰。孩子游乐区的设立，一方面为家长提供了保险咨询及办理等业务的有效时间和空间，另一方面也为孩子提供了一个创意满满的游戏乐园，任其徜徉在Hape玩具中。鉴于合作双方对反馈和成效都颇为满意，相信Hape玩具今后能够得到日本客户越来越多的关注和喜爱。正如去年Hape在中国与金科地产的跨界合作，希望今后Hape能够借以多种卓有成效且极富创新的跨界合作，收获市场上更多顾客的倾心与青睐。

继Hoken Minaoshi Honpo店内孩子游乐区的设立，Hape另与多家企业和门店开展了长期合作和发展计划。本季度三月起，Hape玩具将会入驻日本多家门店。等到春暖花开，病毒散去，赶快出门找找吧，说不定Hape玩具就在你身边！



## Look! Hape火车玩具在这里！

美国

二月，美国Tom's Toys门店橱窗大改造，选用Hape“火车轨道”系列玩具装饰搭配，颇具春天的生机与活力。据悉，该橱窗秀将会展示一整年，吸引并迎接各位新老顾客进店选购。此外，Hape火车玩具在该店内已成功取代“托马斯火车玩具”，成为新一代火车玩具宠儿，深受孩子喜爱！

Tom's Toys是一家专卖店，位于美国加利福尼亚州最奢华的住宅区比佛利山庄（Beverly Hills）。



德国

## Hape德国橱窗秀

阳春三月，德国一家门店Spielwaren Faix在其橱窗内展出了Hape系列玩具（“佩佩和朋友们”、“幼儿期音乐”、“幼儿期玩具”、“学步/骑行”、“宝贝爱因斯坦”），温暖又舒心的氛围十分契合品牌“Love Play Learn”的理念，也使得许多顾客不由自主地走进店内选购，这场视觉盛宴同时也为Hape品牌圈粉无数。

Spielwaren Faix门店隶属于Vedes。Vedes是一家大型采购集团，也是德国三大顶级零售集团之一，其经营范围集中在玩具、益智产品、礼品、休闲用品和家庭活动器材。Hape德国已与Vedes合作多年。



## 2020年玩具行业五大趋势预测

新冠肺炎大流行导致公共生活停滞，商店关闭。以目前的形势断言此次疫情给经济社会带来多大影响为时尚早，但可以确定的是这种影响将是深刻的。病毒冲击后的十年里，玩具行业将去向何方？对玩具生产者和分销商来说，产品的研发和营销需要作何调整？

世界儿童用品领军智库《儿童观察》（Kids Insights）发布了《2020年未来预测报告》，对今年下半年和未来10年的行业走向进行预判。

### 1. 是时候重新定义“观众”了

随着短视频等新的表达形式在社交媒体上风靡，孩子们也自然而然地成为观众，但不同于成年人单纯地消费内容，年轻一代更希望能够参与到内容的创作、发行甚至商品化的过程中。在过去的六个月里，社交媒体平台成为6至12个月的孩子下载最多的应用软件。游戏公司和社交媒体运营商成功地将互动型创作策略应用到自身的产品迭代，传统行业也不得不放慢步伐，尝试引入这种新模式以迎合更年轻的观众。因此，2020年品牌宣发需要形成更具活力的行业生态，不仅要吸引流量，还能随着观众的参与和感受不断升级。

### 2. “语音一代”改变零售

据《儿童观察》数据统计，在印度，大约有17%被调查的儿童网络用户更喜欢用声音控制设备，比其它市场，例如诸如美国、英国的数据（仅有12%）还高。随着诸如Alexa这类语音购物工具在青少年中愈发流行，新潮的“语音控”们是各大品牌在开发新品，向Z一代（出生于上世界90年代至本世界10年代早期）进行内容营销时需要重点考虑的对象；零售商们在规划商品类目的时候也需特别注意。

### 3. 生产对环境和社会负责任的产品

儿童和青少年群体更关注生态保护，他们更迫切地期望采取措施来应对气候危机，而不是束手旁观。该调查显示，34%的英国父母希望在孩子5岁之前开始接受环保教育。在法国、德国、意大利和西班牙，关注环保的青少年比例更高，在德国甚至高达47%（2019年7月至12月）。所以这一代家庭把环保标签看得更重，而且会影响他们的购物习惯。生产商们也意识到，有效的环保沟通战略可以为他们在竞争中赢得优势：通过正面引导青少年和儿童，打造有消费能力兼具环保品味的新一代消费者将是一项长远战略。

### 4. 给孩子们看的广告将是什么样

近年来，不断缩水的市场和广告预算让企业倍感压力。例如，YouTube计划在儿童视频频道停止定向广告投放。这种变化无形中会打击平台创作者的盈利模式和品牌方利益；没了定向广告，广告投入的利润转化率会下降，进而导致预算减少或预算转移它处。

品牌方不得不创新形式以获取更好的投资回报，其中就包括“内容广告”。例如，玩具公司美泰（Mattel）决定投资真人版《芭比风火轮童车》（Barbie Hot Wheels）和《宇宙超人》（Masters of the Universe）电影。预计未来五年最热门的投资领域涉及电子竞技、网络游戏和虚拟现实这些被全世界孩子热捧的“新玩具”。时下品牌方们正绞尽脑汁，试图在不久的将来把自家的广告通过这些平台投放到孩子们面前。

### 5. “无经验消费”何去何从？

儿童应用程序市场依然火爆。自2018年初，英国付费购买应用程序的儿童数量由52%上升到60%。与此同时，每月消费1英镑及以上的儿童数量增加了71%。许多流行的app和游戏打着“免费下载”的旗号，鼓励玩家购买额外的游戏内容和外挂。据悉，该领域目前尚没有相关的法律条令监管，很多孩子禁不住诱惑为此买单，甚至在无意识的状态下滑向“变相赌博”。英国数字化、文化、媒体和运动委员会发布研究报告，建议限制此类应用销售给儿童，此举可能会撼动所谓的“免费”游戏、app的销售模式。

——摘自纽伦堡玩具展官网《2020年玩具行业五大趋势预测》，2020年3月23日，  
<https://www.spielwarenmesse.de/magazine/article-detail/toy-industry-5-forecast-for-2020/language/1/>



## 新华网专访：

### 基础设施和技术 铸就中国制造的 领先优势

——Hape集团CEO



纽约，3月2日（新华网），Hape集团创始人兼总裁彼得·汉斯丹先生接受新华网记者专访。访谈中，彼得分享了关于中国制造的优势，Hape在零售业的新战略以及Hape的环保主义等多个热点话题的看法。

“过去20年里，中国建造了非常完善强大的基础设施体系，我想这是任何其它国家难以与之媲美的。尤其是在玩具行业，无论我的产品需要什么样的配件，我都能在那里找到供应商。”彼得·汉斯丹说道。

Hape玩具集团受益于中国制造业的飞速发展，亦身处激烈的行业竞争中。Hape希望通过优质的玩具和与中国市场消费者的深入沟通，传达品牌的儿童教育理念。

“我们计划在中国开设一些线下实体店让孩子可以尽情享受优质玩具带来的快乐体验，”彼得提到，“我认为零售终端需要让消费者受益，才能让他们有足够的理由进店消费。”

Hape集团致力于研发新型环保绿色竹木制玩具。正如彼得强调，“可持续发展是Hape始终一以贯之的重要原则。”

摘自“Interview: Infrastructure, technology underpin China's manufacturing superiority -- Hape Group CEO”，2020-03-03，www.xinhuanet.com.

详情阅读：[http://www.xinhuanet.com/english/2020-03/03/c\\_138836951.htm](http://www.xinhuanet.com/english/2020-03/03/c_138836951.htm)

Autism Live是全球最大的关注自闭症儿童的网站平台，受众覆盖范围超过102个国家地区。一月初，Autism Live的当家主持Shanon特邀Hape北美市场经理Cassidy Smith进行了一场直播专访。

去年，Hape“蜗牛推推乐”和“雨声安抚沙漏”两款玩具在Autism Live主办的年度玩具评选中被选为“自闭症儿童的最佳玩具”。在这次直播中，Cassidy详细介绍了Hape玩具如何助益儿童心智发育，用长久的陪伴打开那扇紧闭的心扉。

这场Autism Live直播节目吸引了大量来自于全球各国关注自闭症儿童成长的人士观看。

节目完整视频请见：<https://youtu.be/cZFyz4AK-ts>

## Autism Live Hape 直播专访

(图片来源: Hape 图库)

# 2019 Hape全球社交媒体营销回顾

对于品牌宣传而言，加码线上宣传已经越来越成为一种不可避免的营销趋势。尤其在受疫情影响下居家隔离的日子里，人们接收信息的途径愈发依赖于社交媒体。社交媒体已成为各大品牌营销战略中的“兵家必争之地”。而Hape也早在多年前开始布局品牌全球网络营销。去年，Hape全球市场部与Studio Case Stagoni SA合作，将Hape在全球社交媒体端的呈现提升到了新境界。

### 定位与路径

当我们站上起跑线时，首先要知道的便是我们的终点在哪里？即，我们的目标是什么？于是我们制定了三个总体目标以清晰定位Hape社交媒体营销战略：提升品牌曝光度，增加用户交互活跃性，增加价值内容创造。目标既定，下一步便是如何实现。

培育潜在客户是网络营销的重要路径之一。我们要做的，便是激发潜在消费者对产品与服务的兴趣。当潜在消费者的需求持续增加，最终将转化成购买行为。



优化前		优化后
以产品海报为主	沟通层次	品牌层面：环保主题、早教知识、国际节日、等等。 育儿层面：育儿小技巧、趣味常识、情感渲染、等等。 产品层面：新品推广、特色介绍、等等。
交互薄弱	在线交互	组织多种线上活动吸引粉丝关注并参与，鼓励粉丝创造用户内容。
与日常生活关联较少	与用户关联度	创造高价值内容，触及情感点，人性化互动，营造有趣氛围。
各类社交媒体渠道独立运营	多种渠道	官网、微博、电子月刊、社交媒体平台及产品APP等多渠道联动协同运作。

### 四大优化措施

为了更好地洞察终端消费者的需求并与其更好地交流互动，我们从不同角度对社交媒体平台营销战略采取了四大优化措施：更清晰多样的沟通层次，更活跃的在线交互，更加接地气的内容，多渠道协同作用。优化前后的具体对比如上述图表。

在此期间，我们不仅创造了各种主题海报、育儿早教、宣传手册、电子刊物等各类品牌宣传内容；还组织了多样的线上活动。特别是在返校季举办的夸得瑞拉挑战赛获得了空前成功。比赛吸引了全球多个国家的小小“建筑家”们积极参与，前三名的获奖作品更被收入进了2019夸得瑞拉荣誉殿堂。通过这次活动收获的用户原创内容（UGC）不但能提升与用户的交互质量，亦是Hape品牌价值的不断延伸。

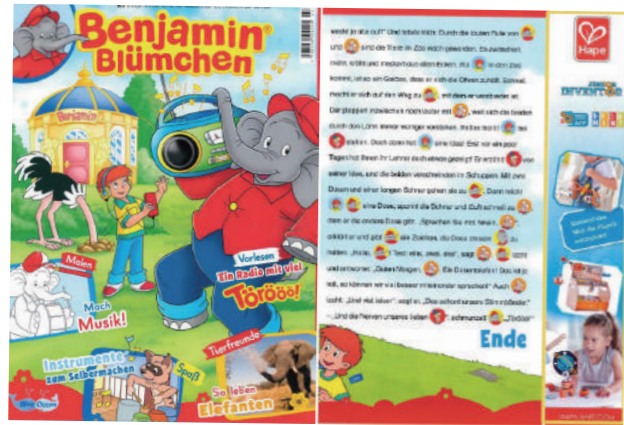
### 量化结果

当我们做了前述所有努力之后，又收获了什么呢？让我们将隐形的增益通过量化来呈现。Hape美国的线上表现或许就是一个合适的分析案例。Hape北美的Facebook账号“Hape Toys”已经运营多年，粉丝数量数千，却始终难以有效拉动销售。但去年开始的优化提升却让这一局面得以打破。值得注意的是，我们首先对“Hape Toys”的受众进行了重新定位，从面向全球市场细化至仅针对北美市场。于此同时，随着主页内容优化的全面推进，用户对品牌的观感提升超90%，内容覆盖范围增加94%以上，交互活跃度提升81%。而这些营销数据的提升，最终转化为销售增量。去年，Hape玩具在美国亚马逊上的销售业绩增长了近25%！社交媒体营销对线上销售具有不可忽视的拉动作用。通过数据，我们能意识到粉丝数量不等于品牌知名度，只有高质量的在线交互培育才能最终转化为购买力。意大利、英国甚至拉美等多个市场也都表现出相似的结论。

回顾去年Hape线上营销活动，我们做了多方面的优化提升，也收获了不错的市场反馈。当然，我们还有极大的提升空间，还有更长的路要走。2020开启了一个更具挑战性的时代。危机之下，如何转危为机是每一个企业、每一个品牌的必须思考的问题。我们也将继续与全球伙伴深化合作，通过进一步提升Hape线上营销水平，带动销售业绩增长。

# MAGAZINE

**日期:** 2020年3月  
**区域:** 德国  
**杂志名称:** 《大象的故事》( Benjamin Blümchen )  
**杂志类型:** B2C  
**发行量:** 90,000册/月  
**产品露出:** “科学物理实验工具腰带”、“科学物理实验台玩具”、“科学物理实验磁力套玩具”  
**广告页:** 1/3内页  
**简介:** 1988年,德国儿童广播剧《大象的故事》( Benjamin Blümchen )首播,其后1992年,《大象的故事》杂志出刊,以动物园里一只会说话的大象“本杰明”为主人公。



**日期:** 2020年3月  
**区域:** 美国  
**杂志名称:** 《时尚杂志》( Style Magazine )  
**杂志类型:** B2C  
**发行量:** /  
**产品露出:** “拖拉鳄鱼”、“蝴蝶推推乐”  
**广告页:** 1/6内页  
**简介:** 《时尚杂志》( Style Magazine )由时尚传媒集团( Style Media Group )出版,该集团主要出刊一些当地及区域杂志。这些杂志以其100%原创性及颇具地域特色且较强针对性的社论而著称。



**日期:** 2020年1月  
**区域:** 英国  
**杂志名称:** 《玩具世界》( ToyWorld )  
**杂志类型:** B2B  
**发行量:** 5,100册  
**产品露出:** “火车轨道应急救助站套”、“科学物理实验磁力套玩具”、“早旋律敲琴台”、“智能触控电子钢琴”( Hape和Baby Einstein合作线产品 )  
**广告页:** 两个内页全版  
**简介:** 《玩具世界》( ToyWorld )于2011年9月首次出刊,是英国玩具贸易领域规模最大且质量最佳的出版刊物。



**日期:** 2020年3月  
**区域:** 英国  
**杂志名称:** 《妈咪和我》( Mummy and Me )  
**杂志类型:** B2C  
**发行量:** 20,000册  
**产品露出:** “未来太空探险号”、“厨房玩具——电动旋风炒锅”、“拉环蓄能手电筒”、“智能触控电子钢琴”( Hape和Baby Einstein合作线产品 )、“拖拉狗佩佩”、“摇铃&牙胶三件套(大米材质)”  
**广告页:** 1个内页全版, 1个1/2内页  
**简介:** 《妈咪和我》( Mummy and Me )杂志是一本奢华育儿刊物,免费提供给英国所有父母和准父母。



**日期:** 2020年3月  
**区域:** 中国  
**杂志名称:** 《父母必读》  
**杂志类型:** B2C  
**发行量:** 360,000册/月  
**产品露出:** “花之泉吉他”、“智能触控木琴”  
**广告页:** 两个1/5页  
**简介:** 《父母必读》杂志于1980年4月创刊,是中国最早创办的、知名度最高的育儿科普杂志,且深受中国家庭欢迎。“父母必读”四个字由宋庆龄亲自题写。该杂志集儿童护理、教育、亲子等内容为一体,兼具知识性和趣味性,寓教于乐,为中国家庭育儿建言献策。杂志辟有专栏目,就孩子成长过程中遇到的种种问题和读者展开讨论。



**日期:** 2020年1月  
**区域:** 德国  
**杂志名称:** 《国际玩具》( Spielzeug International )  
**杂志类型:** B2B  
**发行量:** 10,167册/月  
**产品露出:** “科学物理实验台玩具”、“超能科学物理实验台玩具”  
**广告页:** 2/3内页  
**简介:** 《国际玩具》贸易杂志致力于促进国际贸易与工业的沟通交流。杂志不仅提供最新产品信息,更会对市场走向进行分析研究。该刊物的核心领导大部分是来自玩具行业及相关产业的决策者。



# MAGAZINE

**日期:** 2020年1月  
**区域:** 格鲁吉亚  
**杂志名称:** 《OK! 名人新闻》( OK! First For Celebrity News )  
**杂志类型:** B2B & B2C  
**发行量:** 18,000册  
**产品露出:** Hape品牌介绍  
**广告页:** 两个内页全版  
**简介:** 《OK! 名人新闻》( OK! First For Celebrity News )是格鲁吉亚境内一本英式高级商业杂志。



**日期:** 2020年2月25日  
**区域:** 希腊  
**杂志名称:** 《玩具新闻》( Toys News )  
**杂志类型:** B2B  
**发行量:** /  
**产品露出:** “早旋律敲琴台”、“五合一动感乐队”、“套盒”、“多功能画架”、“拖拉狗佩佩”  
**广告页:** 内页全版  
**简介:** 《玩具新闻》( Toys News )由希腊玩具零售商协会( SEVPA )发布,面向希腊和塞浦路斯地区的所有商贸成员(玩具行业),以及年度玩具贸易展上的客户。

