



2020 Q4

全球市场季报

病毒不散
抗疫不息

灵活变通
适应新常态



猜猜在美国最受欢迎的
圣诞和新年礼物是什么？

简析瑞士国民玩具

“夸得瑞拉”爆红史



口罩藏不住笑容，疫情分不开你我！

2020 Q4 目录

展会	04
奖项	05
新闻	09
案例分析	12
活动	14
门店	15
行业趋势	16
媒体	18

主编：吴昊

编辑：朱双双

美编：唐坚 徐健力 张潇钰

电话：(+86) 574 86819176

邮箱：EchoWu@happy-puzzle.com

网站：www.hape.com

Love Play Learn



(2020年10月21日至25日,上海)疫情下,中国玩具和婴童用品协会(中玩协)组织举办的第19届中国国际玩具及教育设备展览会(简称:CTE中国玩具展)排除万难,在上海新国际展览中心如期开展,Hape集团作为重要的参展商应邀赴展。



2020 中国玩具展

鉴于疫情的严峻形势,本届展会对访客人数采取严格的准入标准。尽管如此,2020 CTE中国玩具展现场依旧聚集了全球5,000多个品牌及2,500多位参展商,是亚洲规模大、行业影响力强、具有权威性和专业性的玩具、幼教用品专业商贸对接盛会,更是玩具行业趋势引领的优质平台。此行,Hape集团携麾下同名玩具品牌——誉享全球的益智教育玩具品牌Hape®,集团子品牌——德国百年手工娃娃品牌Käthe Kruse®,战略合作伙伴——国际知名婴童用品生产商Kids2旗下品牌Baby Einstein®,代理合作品牌——美国知名毛绒玩具品牌ty®以及日本原创微型拼搭积木nanoblock®等一众品牌亮相本次玩具盛宴。现场,备受关注的“Hape乐园”和“欧育榿”店铺模式也一同展现,现场客户络绎不绝,纷纷前来咨询。此外,源于英国的磁性拼搭玩具Trido在本届玩具展现场首次亮相,凭借独特的造型和创新的游戏体验赢得了极大关注。

一场疫情为2020年添上一个“特殊”标记,而疫情下如期举行的本次展会也是史上“特有”的一届。鉴于许多人无法亲临现场,感受这场玩具盛宴,Hape在展会现场采取线上线下双模式,为全球客户展示和介绍Hape精美玩具。



线上:今年,中玩协首次尝试以海外直播形式进行推广,与两位分别来自美国和菲律宾,在玩具和婴童用品行业拥有多年从业经验的外国友人合作,通过两个Facebook账号,向近25万国际买家粉丝进行外销企业及外销新品的推介,Hape也受邀参加直播。此外,凤凰卫视、优酷、搜狐视频等媒体相继光顾展位,集团创始人兼总裁彼得·汉斯丹先生亲自为他们介绍新品玩具。

线下:开展期间,我们采用“以一带一”的逛展模式,即一名销售人员专门负责带领一位访客参观Hape展位,一对一讲解产品。这项政策不仅有效地控制了入场人数,还提升了顾客逛展的体验感,并在一定程度上增加了现场下单量,是行之有效的不错尝试,广受好评。

作为中国玩具展的常驻参展商,Hape每次参展均获益良多,日渐增长的潜在客户、优质订单、正向关注等等。我们熬过了艰难的2020,也即将迎来光明的2021。疫情无法阻止Hape用满载温暖和爱心的玩具,给世界各地的孩子和家庭带去快乐和幸福,让世界变得更加美好!

(图片来源: Hape图库)

Hape傍身 三大玩具影响力奖项

近年来,Hape已成功跻身于消费者心中孩童玩具的首选品牌行列。

近日,Hape相继揽获三项玩具业影响力大奖认证——“中玩协升级和创新产品”,“育儿网橙品清单妈妈口碑之选”,以及CBME“荣耀品牌伙伴”。作为上述业内大奖的常驻获奖品牌,Hape深受大众喜爱,并稳定占据一定市场份额。今后Hape也将竭力为大家提供更多新品好物,用好玩益智的优质玩具逗乐深受疫情重创的孩子和家庭,为社会尽一份绵薄之力。

2020中玩协升级和创新产品



中国玩具和婴童用品协会(中玩协)成立于1986年,为国资委和国家民政部归口管理的国家级行业协会,是中国唯一的全国性玩具和婴童用品行业社团组织。升级和创新产品荣誉由中玩协组织授予,今年,总计143家企业的441款产品参与申报,涉及172个国内外品牌。组委会特邀120位玩具和婴童用品代理商、经销商、零售商、新媒体和电商采购负责人,以及资深设计师、幼教机构负责人、儿童教育领域专家担任评委,遍及北京、上海、浙江省和广东省等21个省市,评委本着公开、公平、公正的原则,分别从产品品质、创新性和实用性三个维度进行打分。最终,106款升级和创新产品入选行业展会现场展示产品名单。



2020育儿网橙品清单妈妈口碑之选——宝宝用品年度人气儿童玩具Top 10



评语:“一款很益智的游戏盒,不仅能锻炼孩子的动手操作能力,还可以脑力结合开发智力,质量很好,可玩性很高,几个面内容都很丰富,玩法多样。”

育儿网橙品清单妈妈口碑之选是母婴行业首个奉行“无电商、无水军、无干预、真实用户、真实口碑”的年度母婴用品好货,育儿网以媒体身份保持客观中立,旨在让经验妈妈做出真实口碑推荐,为母婴人群尤其是新手妈妈提供真实可靠的母婴用品消费指南。

更多详情请见:
http://act.ci123.com/pomp2020/index.php?c=champion_list#ohead



2020 CBME “荣耀品牌伙伴奖”



“荣耀品牌伙伴奖”是由CBME中国孕婴童展方授予年度优秀合作伙伴的一个荣誉称号,以期来年一同砥砺前行。CBME成立于20多年前,是一个专业的母婴产品外贸交易平台。



(图片来源: Hape图库)

猜猜在美国最受欢迎的圣诞和新年礼物是什么？

今年的圣诞季和新年佳节，你为孩子准备了什么礼物？

2020年异常艰难，对于疫情重灾区的美国而言更甚，此时玩具的重要性便突显而出。玩具是陪伴我们度过漫长而无趣的隔离时光，改善家庭生活质量的关键一物。在过去一年间，Hape玩具在美获奖无数，得到业内专家评审的一致认可，同时也获得了公众和消费者的极大青睐。以下5款Hape玩具近来在美拿下业内四大知名大奖！一起来看看吧。

“萌宝厨房玩具套装”



2020奥鹏海姆 (Oppenheim) 幼儿组金奖

奥鹏海姆大奖由一对母女创立举办，旨在遴选出最暖心的优质儿童玩具。

详情请见：<https://www.toyportfolio.com/single-post/hape-toddler-kitchen-set>

“大眼怪数字天平”



2021年度最佳特色玩具入围奖

详情请见：
<https://toyawards.org/toyaward/custom/SpecialtyToy.aspx>



“火车轨道小镇运输收纳套”



2021年度最佳玩具套入围奖

详情请见：
<https://toyawards.org/toyaward/custom/PlaysetToy.aspx>



2020奥鹏海姆铂金奖—学龄前组

详情请见：<https://www.toyportfolio.com/single-post/2020/09/11/hape-railway-construction-kit-set>

奥鹏海姆奖项的主办者之一Stephanie女士在纽约一档早间电视节目《今日秀》(The Today Show)中，向观众展示并推荐了Hape“火车轨道小镇运输收纳套”玩具，喜爱之情溢于言表。

完整视频请见：<https://www.today.com/shop/oppenheim-toy-portfolio-winners-t197155>



2021年度最佳学龄前玩具入围奖

年度玩具大奖旨在遴选出全年最佳玩具，被誉为玩具界的“奥斯卡”，并通过玩具基金会为数百万贫困儿童送去温暖有趣的高品质玩具。

详情请见：
<https://toyawards.org/toyaward/custom/PreschoolToy.aspx>



2020 PAL (游戏促进语言学习) 大奖

“PAL (语言促进学习) 大奖”由 Playonwords.com网站组织举办，旨在遴选出设计独特，内容、质量上乘，特色鲜明的优质玩具、游戏和书籍，通过“玩”来促进语言的发展。PAL大奖不仅关注玩具、游戏和书籍的趣味性，更强调孩子们在获得快乐的同时应该获得与周围环境有效的互动和沟通，这种独特的视角和理念令PAL在业界独树一帜并获得普遍认可。

详情请见：
<https://playonwords.com/award/fun-fan-fryer-by-hape/>



“厨房玩具—电动旋风炒锅”



“DJ打碟混音台”

2020 Tillywig玩具奖—最佳儿童用品奖

Tillywig玩具奖 (Tillywig Toy & Media Awards) 是美国家长选购玩具的重要参考指标，也是美国零售商、家长及媒体各方颇为注重的行业大奖，对市场具有很强的影响力。该奖项旨在为美国零售商、家长、媒体等相关人群提供推荐，是美国整个玩具行业的重磅大奖！

详情请见：<https://www.tillywig.com/Toys-Games/DJ-Mix-and-Spin-Studio>



得到业内多项知名大奖的背书，不仅是对Hape玩具品质和可玩性的极大认可，更是让消费者和大众关注和欣赏Hape的契机，使Hape逐渐成为一个美国消费者信赖的优质品牌。

挥别2020，迎来2021，带着Hape新品去迎接璀璨美好的全新一年的吧！

Hape荣登德国十佳玩具榜单

继五月在德国提名2020十佳玩具后，Hape“科学物理实验磁力套玩具”不出所料，在11月一举斩获十佳玩具大奖！

“科学物理实验磁力套玩具”是STEAM（科学，技术，工程，艺术和数学）精品“小发明家”系列新品。Hape“小发明家”系列是由国际知名展馆建筑及儿童玩具设计师哥特·奥尔森精心设计的一款STEAM益智玩具。新品“科学物理实验磁力套玩具”内含七大磁力实验，能够在玩乐中带领“小小物理学家们”探索神奇的磁感应世界，培养逻辑思维能力，提升解决问题的能力，并加深对STEAM的理解，增强创造力。

“十佳玩具”是德国一项专注于玩具和休闲用品的市场活动，获奖产品由玩具零售商协会与十佳玩具评委会一同甄选评出。评委会成员（玩具和休闲用品专家）大多来自各大大型玩具集团和知名零售店（如idee + spiel, SPIEL & SPASS, SPIELZEUG-RING, Smyths Toys, VEDES）。十佳玩具为每个年龄段、各种品味、不同预算的消费者提供合适的玩具，你总能找到中意的一款！

详情请见：<https://www.top10spielzeug.de/Top10-Spielzeug-Preistraeger/Preistraeger-2020.php>



AWARD



日本玩具大赏

喜讯：Hape“蔬菜水果切带木盒”荣获日本2020玩具大奖赛儿童组银奖！

继去年荣登前三榜单后，Hape今年再度冲进前三甲，并获得玩具大奖赛银奖的殊荣。在日本这个对市场产品要求几近严苛的国度，Hape仍能接连得到玩具业大奖的青睐，这无疑是在认可Hape玩具的极高品质、好玩有趣的功能特点、以及极富教育价值的优良特性的铁证。此外，作为2020玩具大奖得主，Hape“蔬菜水果切带木盒”登上永旺（日本大型零售集团）店内圣诞季特刊，供来客参阅。

玩具大奖赛由Anfan Gyutte杂志赞助，与永旺合作举办，旨在精选出优质玩具以供父母为孩子选择和生日惊喜礼物时作参考。今年正值该奖项举办第8年，统计日本国内2,805位真实父母的投票，组织方为奖项每个组类甄选出前三甲，授予金奖、银奖及铜奖荣誉。

详情请见：<https://enfant.living.jp/upbringing/tokusyuu/808738/>



(图片来源: Hape图库)



新生力量 孕育希望

10月30日下午，一场“2020·对话CEO”新员工见面会在Hape中国举行。Hape集团创始人兼总裁彼得·汉斯丹先生亲临现场，与2020新员工们面对面深入交流，热情欢迎集团新生力量的加入。

长达两个多小时的交流会上，彼得与新员工们分享自己的创业故事和心路历程，并引用了一个寓言故事：一颗苹果有多少种子，切开看一眼就能知道，但谁也不知道一颗种子能孕育出多少苹果——种在贫瘠的土地里，颗粒无收；但播散在良田沃土，阳光雨露滋润，终将硕果累累。每一位年轻的Hape人就像一颗颗种子，未来无限，而Hape愿意成为培育种子的良田沃土，为未来孕育新希望。

彼得透露Hape一直以来都十分注重人才资源，今年更是开启了一系列人才培养专项计划，为优秀人才搭建一个自由发展的广阔平台，广招贤士，促进员工全面发展！

此外，不断吸收新生力量也是丰富和加强Hape大家庭的一个方式。11月18日，Hape在中国美术学院开设了一场针对设计师及相关空缺岗位的招聘会，吸引众多校内学生前来参与。此后，中国美院学生群体来访Hape宁波生产基地，对Hape玩具、生产工艺、工作岗位等均颇感兴趣。截至目前，已有几十位来自国内各大高等学府的应届毕业生与Hape签订入职协议，即将加入Hape大家庭！

人才培养专项计划是Hape长期推进的项目体系，旨在为越来越多的Hape人提供实现梦想、施展才华和能力的舞台。Hape愿为沃土，为全体员工营造良好的发展环境，让每位人才的天赋与才能都在Hape熠熠生辉，实现员工自我价值，也促进企业长足发展。



(图片来源: Hape图库)

(上海, 中国) 2020年12月20日, 誉享全球的益智教育玩具品牌Hape携手一站式母婴用品连锁店mothercare, 在上海吴中路万象城mothercare门店召开了战略合作启动会。mothercare所属好孩子集团高级副总裁Sharon、mothercare总经理钟琳、Hape全球品牌总监潘晓英、Hape中国区经理周艳共同出席了启动会并签署了战略合作协议, 与此同时 mothercare将在全国70+家门店及微信小程序商城正式发售Hape产品。

战略合作

Strategic Cooperation



Hape携手mothercare启动战略合作 开启玩具场景营销新纪元

Hape本次作为mothercare重要的玩具品牌入驻其中国全线门店, 开启战略级合作, 共同布局国内母婴用品行业的玩具新势力, 强强联手打造线下一站式游玩体验新概念, 为消费者提供更具娱乐互动性、成长陪伴性的服务体验。与此同时, 基于双方强大的全渠道资源及品牌用户基础, 也将助力mothercare进一步提升在国内的品牌知名度及市场份额, 推动其线上线下一体化发展, 实现双方共赢。

“Hape坚持做安全、环保、原创的玩具, 这与mothercare对安全、品质、价值的追求不谋而合。”在启动致辞中, 好孩子集团高级副总裁Sharon对双方的长期合作充满信心: “我们非常开心Hape能加入mothercare的大家庭, 除了产品进驻, 未来我们还可以在会员运营上进一步深化合作, 通过流量共享实现更多的可能性。”

Hape全球品牌总监潘晓英也在致辞中表示mothercare是非常重要的合作伙伴: “我们选择与mothercare合作, 正是因为mothercare更懂妈妈心声, 我们一致认为, 益智教育玩具在2021年会呈现加速的

增长。本次入驻mothercare全线门店, 会是我们在中国婴童行业探索的一大步。”

此次与mothercare的合作, 可以说是Hape线下渠道新纪元的起步。未来, 希望基于Hape优质益智教育玩具的研发及儿童成长发育的深入研究, 携手mothercare强大的全球供应链和科研能力, 可以持续挖掘更多中国年轻新家庭的育儿需求, 为他们带来高品质的一站式母婴消费体验, 为中国新家庭儿童的成长赋能。

关于mothercare

mothercare是好孩子集团旗下的母婴用品品牌, 于1961年在英国成立, 目前在全球拥有800+门店。mothercare素以品类齐全、质量上乘、服务优良、不断创新的“一站式购物体验”赢得众多父母青睐。洗护、哺育、家居、出行等全品类母婴产品, 满足从准妈妈到孩子诞生, 以及伴随其从婴幼儿时期直至8岁的基本所需, 在母婴领域是安全、品质及价值的象征。



(图片来源: Hape图库)

病毒不散, 抗疫不息

2021新年伊始, 疫情仍旧是笼罩全球的一大阴霾。抗疫没有结束, 我们不能松懈, 必须严格遵循防疫措施。期望疫情早日退散, 我们能够一起迎接祥和美好的新年。

作为一家负责任的企业, 继2020年年初为抗疫事业捐献资金后, 近日, Hape再次为国内4多万名孩子捐助了20多万只儿童防护口罩, 用满载爱心和希望的防护口罩保护祖国的花朵。

除了践行对社会的责任, Hape亦对员工负责。近期疫情有抬头趋势, 但Hape从未放松过一丝警惕, 在公司内部积极建立疫情防控管理体系, 保障员工健康, 为员工营造一个安全的工作环境。

“阳光总在风雨后”, 我们并肩走过了艰难的2020, 也将携手迎来光明的2021。在此, Hape将恪守对员工和社会的承诺, 在这场“抗疫战”中尽一份绵薄之力, 为有需要的人送去口罩、玩具、物资等救济物品, 希望能够抚慰每个心灵, 让大家重拾对生活和未来的无尽希望和信心。



(图片来源: Hape图库)



少了亲朋好友相聚一堂，今年的圣诞节显得额外冷清，但在瑞士，好在有Hape“夸得瑞拉”滚珠架相伴，孩子们度过了一个别样的圣诞佳节。据悉，在瑞士，几乎每户家庭都拥有一套“夸得瑞拉”滚珠架——“瑞士国民玩具”的称号名不虚传。

众所周知，瑞士不是一个人口大国，但这个圣诞季却共售出几十万套“夸得瑞拉”滚珠架玩具，它是如何做到的呢？让我们一起去看看瑞士零售巨头Migros推出的“夸得瑞拉”圣诞特别企划。

集卡换购“夸得瑞拉”

11月初到圣诞节期间，每位Migros商超会员凡消费满20瑞士法郎（Migros线下超市和线上商城均可）即可获得一个“弹珠+纪念贴纸”礼包，单笔消费最多赠送15个礼包，不包括优惠券和礼品卡。

累计20张贴纸即可申领一张换购卡，每张换购卡购买“夸得瑞拉”滚珠架可享3.5折优惠！换购多多，优惠多多。



收藏盒大礼包(收藏盒+弹珠收纳包+游戏卡)

活动期间，Migros额外提供旗下卡通形象“All Stars”系列收藏盒，内含弹珠收纳包（不包含弹珠）以及新奇玩法说明。所有Migros会员均可使用优惠券在Migros各大超市门店免费兑换一个收藏盒大礼包。

“All Stars”系列收藏盒极具魔力，丰富多样的卡通形象、暖意洋洋的橙色礼盒、精彩纷呈的游戏模式（海底世界主题、圣诞主题、冰淇淋滑道主题等等），都为此次活动加码，当地的孩子们热情高涨，纷纷沉迷于收集弹珠及贴纸的活动中。此外，Migros还专门为每款弹珠系列推出了九大特制弹珠游戏，极具创意和趣味！

简析瑞士国民玩具“夸得瑞拉”爆红史

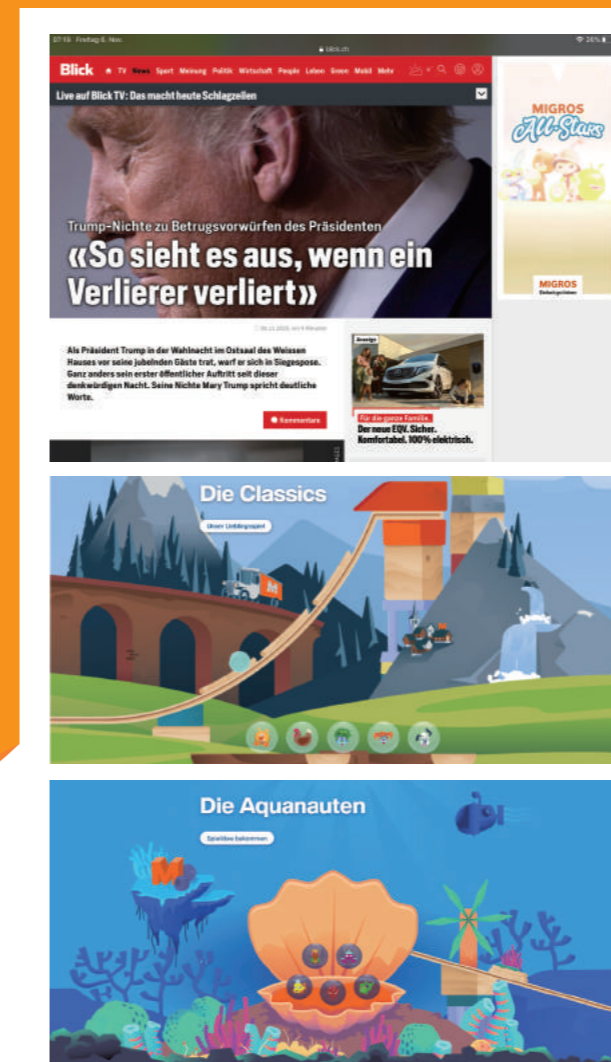
典藏版弹珠

除普通弹珠外，Migros亦同步发行5款典藏版弹珠，且只在特定日期对外发售。这些典藏版弹珠各具特色，“超级明星”系列弹珠采用四色搭配，颇具幻彩；“魔力明星”系列弹珠耀眼闪亮，如同星星般照亮整片黑暗。活动如火如荼，孩子们也热情高涨，拥有一套限量版典藏弹珠一时间成为当地孩子们的共同心愿。此次活动深得孩子喜爱，可见Migros深谙孩子心理，知其所想。

投放瑞士全境广告

除了线下促销及收集活动外，Migros还在瑞士境内大规模投放活动广告，以进一步推广活动。线上线下的双管齐下，是本次“夸得瑞拉”大型活动取得巨大成功的一大法门。

“夸得瑞拉”大型促销活动是Migros在今年圣诞季的重点活动。活动期间，Migros在旗下各大超市门店内进行多渠道同步宣传，并在各个门店的最佳区域投放活动相关视频、海报、易拉宝、货架贴、横幅、展示出样等宣传物料，大力宣传本次活动，获得多方关注。



与此同时，Migros将活动同步至其官方网站和杂志上，并在当地最大的新闻报刊上刊登广告，更是专门制作了一版动画广告投放在电视台SRF.CH上，吸引瑞士全民参与。

多渠道融合推进，是本次“夸得瑞拉”大促活动成功的关键。我们感恩合作伙伴Migros的付出，也从中获益良多。此次精心策划组织的大型活动是建立在“懂孩子”的基础上，运用一系列市场营销策略措施，多渠道投放广告，才得以取得最终的圆满成功，是一次成功的大型活动典范。

希望本次市场营销活动案例能够给诸位带来一些灵感启发，期待各位更为出彩的活动方案！



去圣诞老人屋里找找你的圣诞礼物吧!

圣诞前夕,世界卫生组织公布了一则好消息,圣诞老人不用隔离便可以穿梭于全球各地为小朋友们送去圣诞惊喜!你,收到圣诞老人给你的礼物了吗?

12月, Toy Kingdom (Hape在南非的独家经销商)在Fourways商城(南非境内第二大购物中心)搭建的“圣诞老人屋”内设立了一个大型Hape玩具展示区,喜迎圣诞。整个Hape区域宛如一个“Hape玩具仙境”,“小钢琴”上飘荡而出的悠扬旋律,“厨房”里溢散而出的阵阵香味,还有“火车轨道”上疾驰的一列列火车,都将此处变成了一个“Hape圣诞仙境”,吸引大批小朋友入内游戏。

快带上你家的小朋友一起去“圣诞老人屋”吧,说不定能发现圣诞惊喜哦。



日本

12月2日至25日,Hape“火车轨道”系列玩具在日本札幌市大丸百货商店内展出。顾客一进店,就会被店内最佳展示区的Hape“火车轨道”系列单品所吸引。这个圣诞季和新年佳节期间,Hape玩具已然成为众多日本父母给孩子准备礼物的首选单品。



意大利

Hape进驻Amico Baby(位于西西里岛的一家儿童用品专卖店)。



Amico Baby店内的Hape



四家门店内Hape区域全新升级。



利索内Bonsaglio门店



瓦雷泽Gasparoli Colori门店



米兰Coin门店



里米尼Joysi门店

这个圣诞节,有Hape更有趣哦!

疫情肆虐也无法剥夺孩子的圣诞专属快乐,Hape在希腊和塞浦路斯地区的独家经销商Moustakas今年为当地的孩子们准备了圣诞特色体验活动!

线下实体店:

为迎圣诞,Moustakas提前整修了Melissioni门店,一排排满载Hape玩具的货架,一个个承载欢乐的Hape玩具,足以使这家店成为名副其实的“Hape玩具王国”!



线上购物商城:

疫情相隔,联系不断。值此特殊时期,Moustakas采取多项措施以加强与客户之间的联系,包括定期给客户发送Hape玩具主题的邮件推送等。11月,疫情加重,希腊境内二次大规模封锁开启,心系客户的Moustakas通过一个B2B网站(<https://b2b.moustakastoys.gr/>)为顾客推送一系列Hape优质玩具,客户可以直接在线下单。我们希望爱意满满的Hape玩具能够陪伴家家户度过灰暗的疫情时期,迎接光明美好的未来。



(图片来源: Hape 图库)

瑞士

今年,Hape依旧是LOEB(瑞士境内一家历史悠久的大型百货商店)伯尔尼店内圣诞橱窗秀的主角之一。纵使疫情肆虐出行受限,但精美的橱窗秀依然收获了当地大批消费者的极大喜爱与由衷欣赏。



(图片来源: Hape 图库)



调整品牌方向 适应儿童成长新日常

从本质上讲，
所有品牌现在都是儿童和家庭品牌。

新冠疫情对所有人的生活带来了冲击和影响，孩子们也不例外。去年三月份，北美许多学校停课，孩子们的学业、社交、游戏、锻炼乃至饮食等日常起居都发生了巨大的变化。

为了适应这些变化，品牌需要做哪些调整呢？

当务之急，要保持消费者对品牌的忠诚度，即当他们有需求时，第一时间想到的是该品牌。如何才能让自家品牌成为消费者的“心头好”？在疫情影响下，品牌旗下产品是否适应变化的市场需求，还是需要更新迭代？

知名游戏公司SuperAwesome一直在研究消费者日常活动、行为模式和活动地点的变化，及其对品牌的影响。**研究发现，孩子们成长的“小生态”变了，确切的说是由实体空间向网际空间迁移。**相较于新冠疫情爆发前，孩子们在虚拟世界的日常活动使得数字化服务成为刚需。有半数的孩子自爆他们使用笔记本、平板、智能手机的时间大大增加，尤其是在睡前，玩游戏、刷社交媒体、线上聊天、看视频，甚至只是无目的地漫游。曾经的B2B服务商Zoom现在成了孩子们与家人“团聚”的线上平台，Rolo则沦为他们和朋友一起打发时间、玩耍的新去处，一切都变了。

从本质上讲，所有品牌现在都是儿童和家庭品牌。线上平台无孔不入，导致玩具行业的竞争愈发激烈。我们无法改变消费行为，对品牌来说，如何保证产品和市场战略与时俱进才是上上策。

“尽管病毒无情，但是疫情让大家更加珍视亲情和团聚。”

好消息是，孩子们爱玩的天性有增无减。疫情发生前，孩子们规律地在学校上课，课间休息非常短暂；如今，有74%的受访儿童称，居家课程让他们能够更自由地支配自己的时间。只要孩子愿意，他们可以随时从作业中抽身玩玩具、网游、看视频，网聊、到户外玩耍、吃零食等，这意味着孩子们将有更多机会与品牌发生关系。

品牌若想介入这样的课间玩乐模式，应考虑创作短小精悍、轻松有趣、简单易懂的内容，以便快速传播。抖音之所以在疫情期间风靡，部分原因在于其15-60秒时长的快餐式内容，加上多样化的设计与功能，完美地迎合了时下大众的口味。我们建议，可以尝试制作互动式APP广告、品牌植入的线上小游戏和YouTube活动来测试效果。

疫情让家庭成员更加亲密无间。孩子们上学、放学不再需要通勤，有更多时间与家人在一起，大家一起跟着YouTube频道健身，悠闲地像对待正餐一样享受早餐。晚餐时，孩子们有更多机会看妈妈准备晚饭，由于不需要为第二天出门做准备，开饭的时间延后了，大家也吃得更加津津有味。等到了周五晚上，看电视成为周末预热的家庭活动，有71%的受访家长和孩子称，他们有更多机会一起坐在电视机前。

无论是什么节目，广告都会趁机上演。遇到有创意的广告，孩子们乐得和家长一起品评。品牌可以在这一时段开展线上视频、YouTube等吸引眼球的线上活动，以维持品牌热度。在社交平台上，网红的带货效应在母婴领域也不例外。通过特定内容的推送，增强家庭互动交流，培养新的行为模式，即便这种模式与产品并无直接关系，也能帮助品牌赢得消费者的长期信任。举个例子，麦片品牌Pebbles创建的Daily Yabba Dabba Doo网站介绍的手工艺和活动与麦片毫不相干，但是依旧收到粉丝拥趸。建议品牌尝试制作一些诸如电影夜小吃配方、课前健身活动，或能让孩子睡前戒掉电子设备的相关内容，选择不会让人上瘾又适宜家人共同观看的线上渠道推送。

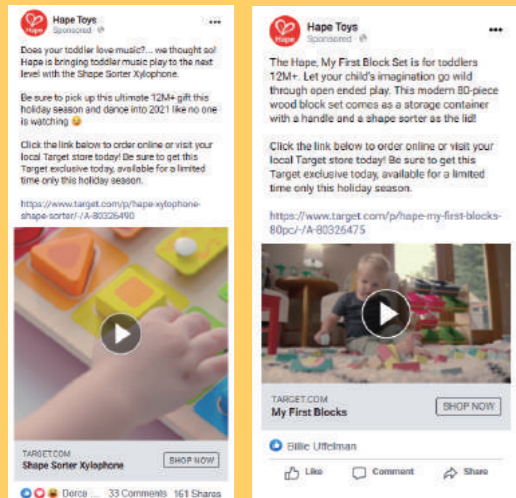
后疫情时代的新常态下，随着孩子成长环境的变化，品牌的市场推广战略应随机应变、灵活调整。从为消费者提供超越广告宣传的附加值出发，赢得客户的长久支持并非难事，希望我们上文建议的推广策略能祝您旗下品牌一臂之力。

摘自“the toy book”网站2020年10月22日发布的《调整品牌方向，适应儿童成长新日常》，作者Tiffany Tasker，
<https://toybook.com/adapting-your-brand-to-fit-kids-new-routines/>

Social Media



日期: 11月至12月
区域: 美国
渠道: 脸书 (Facebook)
主题: Hape玩具在塔吉特 (Target) 百货大促
亮点: Hape“早旋律按键木琴”和“积木”玩具在美国知名的大型零售百货集团塔吉特 (Target) 公司的线上商城及线下门店同步大促。与此同时, Hape美国在脸书上发布的相关广告亦吸引大量关注, 大批消费者纷纷进店选购精美的高品质Hape玩具。



日期: 10月至12月
区域: 中国
渠道: 微信
主题: Hape创意节日海报
亮点: Hape中国市场贴合国内外节日, 制作了一系列精美的创意海报, 无论是万圣节、感恩节等国外节日还是国庆节、中秋节等国内节日, Hape产品都能巧妙地融入其中。



日期: 2020年12月
区域: 希腊
杂志名称: Kappa
杂志类型: B2C
发行量: 57,348册
产品露出: “厨房餐车”, “智能触控电子钢琴”, “火车轨道太阳能套”, “大眼怪数字天平”
广告页: 内页全屏
简介: Kappa杂志是Kathimerini报纸 (政治金融日报) 的周日特刊, 集资讯和娱乐为一体, 涵盖社会、政治、文化和体育领域的当前热点话题, 为读者提供最前沿的新闻和生活资讯。



时间: 2020年12月
地区: 德国
杂志名称: 《月亮》(Luna)
杂志类型: B2C
发行量: 500,000册/双月
产品露出: “夸得瑞拉超级变轨螺旋套”
广告页: 1/5内页
简介: 《月亮》是德国知名母婴育儿类的时尚生活杂志。围绕日常家庭生活的方方面面, 为母亲和1至12岁的孩子提供节日、休闲娱乐、平衡工作与生活的建议。



(图片来源: Hape 图库)



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)116 4785230
 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

香港 & 澳门 (中国)
 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

比利时 & 荷兰 & 卢森堡
 Toynamics BeNeLux BV
 Keizergracht 555
 1017 DR Amsterdam, Netherlands
 benelux@toynamics.com

德国 & 奥地利
 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.
 2nd Floor
 199 Pembina Road
 Sherwood Park,
 AB T8H 2W8, Canada
 T: 800 661 4142
 F: 780 467 4014
 info@hapetoys.com

西班牙 & 葡萄牙
 Toynamics Iberia SLU
 De La Rutila, 35
 08221 Terrassa (Barcelona), Spain
 T: + 34 93 731 62 49
 contacto@toynamics.com

