

世界玩具经典

公司历史大师



薛路平 主编
李墨谦 著

图书在版编目(CIP)数据

世界玩具经典：公司·历史·大师/李墨谦著. —北京：中国传媒大学出版社，2010.5

ISBN 978-7-81127-893-4

(动画馆系列丛书/薛燕平主编)

I. ①世… II. ①李… III. ①玩具—历史—世界 IV. ①TS958-091

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 058043 号

世界玩具经典——公司·历史·大师

著 者：李墨谦

丛书策划：张 旭

责任编辑：王雁来

封面设计：梁敏琴

封面摄影：吴家辉 STUDIODAZZ

封面制片：许超前 STUDIODAZZ

责任印制：范明懿

出 版 人：蔡 翔

出版发行：中国传媒大学出版社（原北京广播学院出版社）

社 址：北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024

电 话：65450532 或 65450528 传真：010-65779405

网 址：<http://www.cucp.com.cn>

经 销：全国新华书店

印 刷：

开 本：787×1092 毫米 1/16

印 张：13.25 彩插 1.5

版 次：2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-893-4/TS·893 定价：39.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

关于《动画馆》系列丛书

其实策划这一系列丛书的初衷很单纯，这些选题都是我自己想写的。我要有时间、有能力，才舍不得叫别人写去呢。哈哈，咱这不是没那本事嘛。与其自己憋着好选题写不出来，叫那主意烂肚子里，不如叫有能力的人写。真要写出好书，对地球人都有好处，起码我再写书需要参考资料时有现成的书看了。就跟那广告词说的一样“你好，我也好”。

《动画馆》系列丛书试图囊括与动画相关的所有领域的内容，比如说《世界游戏制作大师》、《怪谈——日本动漫文化中的传统妖怪》、《英国动画》、《世界动画电影大师（第2版）》等专著。之所以做这件事是因为我一直认为，仅仅把动画自己那点事儿弄明白对动画艺术与产业的长期发展远远不够，必须搞明白与动画貌似无关却又有着千丝万缕联系的其他艺术门类与产业状况，才能使中国动画真正强大起来，例如：动画和玩具、动画和漫画、动画和电子游戏、动画和儿童文学、动画和电视等等。只有把这些兄弟艺术门类与产业链的历史、特点、运营模式、成功经验、代表人物、经典案例以及它们与动画的关系研究透，动画艺术与产业才能立体与清晰。

因此，《动画馆》系列丛书将是一辈子的活儿，每半年能推出一本我就很开心了。开放性、独创性、不断更新与补充是这一系列产品的特点。当然，动画历史、流派、大师等方面的研究与引进、翻译国外优秀理论著作也是该系列丛书必不可少的内容。

我选择作者的标准很简单——有能力与激情，人品好。ACGT^①是很时髦的东西，你叫老教授写“凉宫春日”玩具为什么“萌”倒一片男人，这不是明摆着为难人家吗？所

① ACGT是我创造的一个专业名词，即 Anime(动画)、漫画(Comic)、电子游戏(Game)和玩具(Toy)的综合简称。其实这一称谓在日本非常流行，一般用为ACG。我认为玩具也是必不可少的重要元素，因此把Toy增加了进去，便成了现在的ACGT。

以我不在意作者的专业背景与学历,只要对动画及动画周边某一领域有深入研究,语言表达能力强,有激情,想和读者分享自己的感受,确实够“宅”,并且不指望通过写字发财,就可以加入。现在几本书的作者就有在校学生,年纪都不大。但是他们确实是超级 ACGT 发烧友,这是所谓的专家学者们所不具备的。

关于本书作者

李墨谦是我的学生,中国传媒大学南广学院 2004 级动画艺术专业的高材生。

关于这本书的诞生我很想对他说声对不起,因为是我把他拖入了玩具收藏的“深渊”。是我“害”得他节衣缩食、省吃俭用、承受着世人的“唾骂”与不理解、年复一年地购买玩具。

这确实是个无底洞,外人都说我们收集玩具的人富裕,否则哪来那么多闲钱买玩具。我承认收藏玩具之前我们也许是有点闲钱,但真正的玩具发烧友都是穷光蛋,因为他们的钱都变成了既不能当饭吃,又不能当衣穿的玩具。以我为例,仅仅收藏“变形金刚”玩具就已经花掉了五万多人民币,那么对于穷学生来说收藏玩具无疑是可望而不可即的爱好。我听李墨谦说得最多的一句话就是“某某玩具要上市了,这个月我又要破产了”。看着他那一大柜子琳琅满目的玩具,除了心里痒痒地想全部“顺”走外,我一直纳闷——“这孩子是怎么活到今天的呢?”

在短短三年内,李墨谦的玩具收藏已经超过了——无论是数量还是品种,无论是玩具本身的收藏价值还是他“糟蹋”的银子。他已经从原来只能傻傻地听我大谈特谈变形金刚玩具的来龙去脉进步为给我绘声绘色地讲解各种我从未接触过的玩具历史。那一瞬间,我们的师生关系似乎颠倒过来了。他甚至表示毕业后不想从事动画工作,而是开一个玩具设计公司。并且,这一“大逆不道”的计划已经开始实施,他把班里几个志同道合的同学也“拉下了水”:每天在一起购买、研究玩具;摆弄泥巴、雕塑各种造型,自称是在为“玩具原型师”做准备。就连他们的作业都是木偶动画片,因为从一开始他们就在考虑如何把这些动画片角色转变为玩具。

看来,玩具的“腐蚀性”是无穷大的,一个好好的孩子就这么被我“毁”了……

我把动画专业的学生都培养成了玩具设计师……

我“有罪”……

于是,我便“将错就错、破罐子破摔”地鼓励他撰写了这本《世界玩具经典——公司·历史·大师》。别的我不敢保证,有两点是我可以打包票的:第一,这是一本超级玩具发烧友用心写的书。为了使书的内容更加全面、翔实,李墨谦甚至去研究了老爷们儿很少把玩的芭比娃娃。第二,这是国内第一本详细介绍世界著名玩具公司历史与经典产品的专著。说它是“第一本”绝不代表它如何了不起,只是想告诉读者——万事开头难,对本书中不成熟的地方请多多包涵。

关于玩具与动画的关系

关于玩具与动画二者的关系我在本书附录——《动画高等教育的最后一块蛋糕——玩具设计专业》一文中已经阐释过了,在此不再赘述。我只想谈一下《动画馆》系列丛书的宗旨:第一,每本书阐述的主题都应与动画有关;第二,每本书的内容都应与中国该领域现状有关。比如说《世界玩具经典——公司·历史·大师》,我会要求作者阐述玩具与动画的关系以及中国玩具业的现状。

之所以强调这两点是从该系列丛书整体构思出发的:强调与动画的关系是为了“点题”,这是《动画馆》丛书,结果说的一切都和动画没关系,那岂不是笑话。另外,该丛书的最终目的是帮助中国动画走出低谷,那么内容必须与中国国情有关。你可以单独拿出一章写,也可以打散了在行文中体现,总之作者一定要带着这两个观点创作。只有这样,才能保证该丛书整体论调统一而不至于像蒸散了的窝头一样单摆浮搁。

李墨谦在撰写此书时基本做到了这两点,他在具体的玩具案例分析中阐述了动漫艺术、产业如何发展的观点。例如:《从“军曹现象”到“东映”合作——万代公司与动漫的紧密合作关系》、《从“寿屋”到御宅再到中国动漫》、《动漫周边对军模市场的冲击——“田宫”现状》等文章无疑对分析玩具与动画的关系提供了参考。

《动画馆》系列丛书 主编
中国传媒大学动画学院 教师
薛燕平

2008年8月18日于北京

前言

在此,感谢正在读这本书的您,不论是在书店翻阅还是买回家或者是管朋友借的,都要谢谢您,因为相识就是缘分。

关于这本书,其实就像它的名字一样醒目,这是一本介绍玩具和玩具公司历史的书籍。可能是国内第一本吧(因为目前我还没有在国内见到类似选题的书籍,如果有请恕我孤陋寡闻),因此仍有许多不足之处,还望各位指点和见谅。

本人于2006年开始写这本书,想想看也已经有两年过去了。而在这两年中发生的事情实在是太多了。

首先是我毕业了。写这本书的时候我还在读大学三年级,而现在已经毕业待业在家了。

再就是这本书经历了无数亲朋好友的友情“校对”,写书用了一年时间,校对也用了一年时间。

而貌似即使我写完了最后这篇前言,书也得是2010年上市了,因此可以说这本书从写到校对再到出版,实际是用了四年时间。

其实我是想说,写这本书实在是有些挑战的,因为纸上的参考文献实在是太少太少了,我是凭借对玩具的无限热爱和互联网的帮助才得以完成。而新玩具总是不断地涌现,其速度不亚于电脑的更新换代。2006年写完初稿的时候我觉得已经差不多了,但如今回过头来再看,发现不少信息还是过时了。于是只能再扩充内容。或许当人在特别关注一件事情的时候,那件事情便会发展得飞快吧。

当然,即使本人如此希望这本书的内容更加充实,但仍有一些遗漏,比如像X-Plus、长谷川、Yamato、Medicom、DID等国际著名但属于小厂牌的玩具公司并没有列入这本书中,本人也很遗憾,主要还是缘于资料有限。

不多说了,最后祝您阅读愉快!

李墨谦

2009年10月22日

于北京

目 录

序言 /1

前言 /1

第 1 章 “模玩”的概念及分类 / 1

第一节 “模玩” / 1

第二节 玩具的归类解释 / 2

扭蛋 / 2

食玩 / 4

拼装玩具 / 5

可动人形 / 7

超合金 / 10

手办和 PVC 完成品 / 11

景品 / 13

雕像和半身像 / 14

限量品、限定品 / 16

再版、复刻 / 17

“Made in China” / 18

第 2 章 欧美著名玩具公司 / 21

第一节 从积木到教育——丹麦乐高(LEGO)公司 /21

木匠和他儿子的故事——“乐高”的历史 / 21

“乐高”对教育与科技的贡献 / 25

“乐高”的现状 / 28

- 乐高主题公园(LEGO Land) / 31
- 第二节 世界第一大玩具生产公司——美泰(MATTEL)玩具公司 / 33
- 从一个玩具娃娃诞生说到美泰公司的发展历史 / 33
- 美泰公司不朽的品牌——芭比娃娃 / 38
- 动画和游戏对“美泰”所起的作用 / 40
- 美泰公司的其他著名玩具 / 43
- 第三节 世界第二大玩具生产公司——孩之宝(Hasbro)玩具公司 / 46
- 一副棋盘改变历史——孩之宝公司的发展起源 / 46
- 兵人玩具的诞生——G. I. JOE / 48
- 变形金刚——跨时代的玩具与动画 / 58
- 孩之宝公司的其他著名品牌 / 93
- 后记 / 96
- 第四节 后起之秀——麦克法兰(McFARLANE TOYS)玩具公司 / 98
- 麦克法兰——搞玩具的漫画家 / 98
- 永远的招牌——“再生侠” / 103
- 麦克法兰公司的其他产品 / 106

第3章 日本著名玩具公司 / 115

- 第一节 日本第一大玩具生产公司——万代(BANDAI)公司 / 115
- 万代公司的历史 / 115
- 机动战士高达——万代公司的摇钱树 / 125
- “老酒装新瓶”——从“超合金”到“超合金魂”，从“圣衣大系”到“圣衣神话” / 133
- 从“军曹现象”到“东映”合作——万代公司与动漫的紧密合作关系 / 144
- 第二节 食玩起家的海洋堂(KAIYODO)公司 / 147
- 海洋堂公司的历史 / 147
- “海洋堂”的原型师们 / 152
- 第三节 手办之王——寿屋(KOTOBUKIYA)公司 / 163
- 寿屋公司的历史及主要产品 / 163
- 从“寿屋”到御宅再到中国动漫 / 170
- 第四节 军模领域的佼佼者——田宫(TAMIYA)公司 / 175
- 狂人田宫俊作——“田宫”的发展史 / 175
- 动漫周边对军模市场的冲击——“田宫”现状 / 177

第五节 日本老字号玩具公司——TOMY公司 / 179

“TOMY”的历史 / 179

“TOMY”旗下子公司——“YUJIN” / 182

“TOMY”旗下子公司——“TAKARA” / 184

附录 动画高等教育的最后一块蛋糕——玩具设计专业 / 189

参考文献 / 200

第 1 章

“模玩”的概念及分类

第一节 “模玩”

“模

玩”是什么？简单来说，“模玩”就是模型与玩具的简称。模型与玩具是两个内涵有所重合的概念，但并非完全等同。

模型往往指军模、车模、航模以及工厂里的翻砂模型等等，你可以花费很长时间把它拼装起来，达到自己想要的观赏效果。模型的乐趣在于制作，而并非制作后的把玩。

至于玩具，如何玩儿才是其主要功能，这点与模型正好相反。玩具的诞生源于人们对生活的探索与积累。据史料记载，中国自汉代就开始有玩具了。古代人通过吃饭摆桌子这么简单的事情就开发出了“七巧板”这种流传千年的经典益智玩具。由此可见，玩具是劳动人民智慧的象征与凝合，闪现着人们在生活中突然迸发出的灵感之光。

但遗憾的是如今很多人认为玩具无非是小孩儿拿来摆弄、玩耍的小玩意儿，对其颇为不屑。至于把玩具当做一门艺术来看待，更是从来没有过的事。然而在一些国家，很多经典老玩具早已成为收藏品和艺术品；新玩具更是越做越精良，甚至有些玩具正在逐渐向模型的精密程度靠拢。

还记得 20 世纪 90 年代初曾经风靡全国的“奥迪双钻迷你四驱车”吗？那时候的孩子最热衷的事情除了买车之外就是买那些奇怪的配件。车需要自己动手组装，而配件则可以根据个人喜好更换。每辆车里装有一个动力玩具马达，拼装好之后放上 5 号电池车就能跑，想必大部分年轻朋友都曾经玩过。我清楚地记得自己的第一辆迷你四驱车是妈妈送我的十岁生日礼物。

所以你很难分清像迷你四驱车这样的东西是玩具还是模型，它既能给玩家带来制作改装的乐趣，又具有把玩的功能。而类似的东西很早以前在日本就出现了，比如万代(BANDAI)公司出品的机动战士高达(Gundam，也译作“敢达”或者“钢弹”)。先不说它作为经典玩具与动画的划时代意义，仅从玩具本身的可玩性来看，任意一款高达或

者“扎古”模型都可以按照“模型偏执者”的个人爱好进行改装、重涂、打磨(这一过程往往需要一两个月的时间);同时你也可以作为普通玩家仅仅使用一个小时便能迅速将其组装起来,尽情享受用玩具摆 pose 的乐趣。虽然这两种截然不同的玩法逐渐演变为两种不同的风格流派,但我们不得不承认模型与玩具的界线已经越来越模糊了。

第二节 玩具的归类解释

扭蛋

扭蛋的定义及玩法

记得小时候父亲给我买过一种玩具:在一个长方形的包装盒里面装着八个塑料的椭圆胶囊蛋,每个蛋都可以扭开,里边各有不同的插件并配有相关说明书。经过组装(有的可以单独组装,有的可以跟蛋壳一起组装)便能够拼成各种各样的迷你玩具,例如“鸭子”、“鸵鸟”、“猴子爬竿”……那时候我只知道好玩,并不知道这叫什么。现在回想起来,那其实就是国内最早引进的扭蛋玩具。

扭蛋的真正乐趣离不开扭蛋机。但由于国内市场的规范,散装成套扭蛋在个体模型店随处都能买到。不过在正规商场的模型专卖店里(比如北京搜秀商城的万代专卖店)还是保留了扭蛋机售蛋的方式。

为什么说扭蛋必须与扭蛋机在一起呢?直接发售散装扭蛋不是更方便吗?对于国内消费水平较低的玩家来说这或许是一条捷径,但散装扭蛋在节约开支的同时也失去了扭蛋之所以被称作扭蛋的乐趣——除了扭开、看到里边到底有什么之外,就是看你的运气好坏——究竟能从扭蛋机里扭出哪一款蛋来。这种不确定的随机感就像摇奖一样刺激与诱人。

扭蛋的起源

最早的扭蛋机的构思源于 1920 年美国街头的泡泡糖自动售货机。而扭蛋是伴随着扭蛋机的发展而逐步完善的。

还记得经典动画《猫和老鼠》的某一集吗?杰瑞救了只大狗,大狗为了报答它,说:“你只要吹个口哨我就能来帮助你。”于是汤姆为了阻止杰瑞吹口哨就从泡泡糖自动售货机买了一块泡泡糖并涂上毒药请杰瑞吃。请注意动画片里那台泡泡糖自动售货机!它正是扭蛋机的原型——钢铁打造的机身上边有个圆形透明罩,就像一个中古机器人身上顶了个玻璃脑袋一样。透明罩里装着各种颜色的球形泡泡糖,你只需在投币口内投入一定数目的硬币,糖就会从出货口内滑出。泡泡糖的不同颜色启发了人们对扭蛋的开发,于是如今扭蛋机里的扭蛋壳也是五彩缤纷的。1977 年,万代公司推出了扭蛋机玩具,机身继承了泡泡糖机的钢铁材制,只不过透明罩里装的是各

色的塑料扭蛋玩具而已。

扭蛋的发展

最早的扭蛋机一般都摆放在小卖部和杂货摊门口,扭蛋的销售对象也定为五岁以下的儿童。小孩子跟着大人去买东西,看到扭蛋机透明罩内的小玩具自然就会流连忘返,然后就会求着大人给买。这种玩具价格便宜,当时是 20 日元扭一次。大人把零钱给孩子,孩子要亲手将硬币投进去才有乐趣!然后奇迹发生了……出来一个变形金刚玩具!哈哈,那是不可能的。

虽然扭出来的是什么消费者无法预料,但是每款扭蛋都配有蛋纸,也就是说明书。蛋纸上会明确写出这套扭蛋总共有多少种。这无疑是在吸引消费者的购买欲并暗示你:这一套总共有七个“葫芦兄弟”,你扭出来一个“三娃”,还有六个你没有,以及一款隐藏版的“爷爷”……想要凑齐吗?那就还要投币!当然这只是打个比方——虽然我觉得“葫芦兄弟”的确可以出一套扭蛋。

随着塑料的广泛应用,1995 年,YUJIN 公司正式推出了名为“SLIM BOY”的塑料扭蛋机。机身上下都改为塑料材制,这样就防止了机器因生锈造成运转失灵的问题,同时也起到了美化外观的作用。这样一来,扭蛋机的颜色变得更加丰富多彩:最初是红白相间(似乎那时候红白都很受欢迎,就像“任天堂”出品的 FC 游戏机一样),再之后红绿和黄绿色成为主导,偶尔也会有蓝白色的扭蛋机。

扭蛋在日本

随着扭蛋机的发展,扭蛋的内容也慢慢变得丰富起来。万代公司首先推出了以动画形象为主的扭蛋,这使扭蛋的消费年龄层从儿童提升为少年或者青年。随后,扭蛋的制作工艺也慢慢地精良起来。紧接着,“食玩”鼻祖——海洋堂公司也按捺不住寂寞,推出了精美的“动物系列”、“军事系列”、“地理系列”等“食玩扭蛋”(这在后面章节会具体谈到)。在这两个公司的努力下,扭蛋逐渐在日本形成“扭蛋文化”。而作为扭蛋机改革始祖的“YUJIN”也不甘示弱,不但推出动漫人物扭蛋,还推出了“动物系列”、“自然系列”等。

如今扭蛋机已经成为品牌,日本最大的两个扭蛋生产公司正是“YUJIN”和“万代”,而两个公司的扭蛋机也分别注册了不同的名字。“YUJIN”的扭蛋机被称作“GACHA”(“咔嚓”的意思),“万代”的扭蛋机则被称为“GASHAPON”(“咔嚓嘭”的意思)。

由于制作精良和材料的更新(如今的扭蛋大部分都是由 ABS、PVC 材质或者橡胶制成),扭蛋的价格也不再是过去的 20 日元了——当然也不至于 20 美元。现如今大部分扭蛋的价格都在 100 日元到 680 日元之间,自问世以来,扭蛋始终是最便宜的模玩。由于扭蛋本身的发行是限量的,收集扭蛋和蛋纸的爱好者们也越来越多。

我真心希望国内喜欢扭蛋的朋友在收集散装成品扭蛋之余,一定要亲自感受一回扭动扭蛋机的乐趣。

食玩

引子

食玩可以说是扭蛋的“姐妹”模玩。那么什么是食玩呢？

中国的食玩

其实食玩在中国玩具市场的普及要比扭蛋早。20世纪70~80年代出生的朋友们还记得二十几年前上小学时在学校门口小摊贩手中买到的那些谈不上卫生、一毛钱一包的小食品吗？什么“无花果”啦、“萝卜丝”啦、“唐僧肉”呀（当然不是真的唐僧肉，是一种梅肉）等等。其中有一种叫做“酸梅粉”的小食品，每包附赠的小勺上（用来舀酸梅粉的）都带有一个神话人物而且面貌繁多。应该说那就是国内最早的食玩^①了。

80年代末、90年代初，小朋友最爱的“午餐”——干脆面，每袋里总会随机赠送精美卡片。搜集那些卡片，对有些孩子来说甚至比吃面更有吸引力。我就曾买椟还珠，拆来包装袋后一边胡乱吃几口，一边如获至宝地攥着卡片。紧接着风靡一时的是“乖乖”和“奇多”这两种膨化食品，袋里附赠的小玩具给孩子们带来的惊喜迭出，简直有魔法一般的吸引力。那段时间，很多孩子为收集玩具而去买各种小食品。一夜之间，食玩在国内竟然成为一种时尚，也成了商家的制胜法宝之一。但是食品的卫生指标难以保证以及孩子无休止地购买零食触怒了学校和家长，并最终导致问题层层升级。于是国内的儿童食品中就很难再见到食玩的身影了。

日本的食玩

食玩除了在销售形式上和扭蛋不一样，其他特征基本相同。食玩同样是不会再版、复刻的玩具，而且价格上也是相对便宜的。基本上，一款食玩售价200日元左右。另外，由于事关食品卫生与安全，食玩在材质要求上比较严格，较多选用无毒的PVC材质。

在日本，食玩至今仍然很火爆，其受欢迎程度不亚于扭蛋。这是为什么呢？首先是产品工艺方面，日本的食玩大都制作精良，从“动物”到“植物”，从“建筑”到“生活用品”应有尽有，每个食玩就像微缩景观一样精致，这与日本人擅长做精细小巧的东西是分不开的；其次，日本的食玩也像扭蛋一样，每个系列推出多种玩具，并且每一款都装在不透明的食品包装里。想收集全吗？那么就去买吧！另外，日本食玩中的食品并不占主导地位，一袋食品里也许只有一块糖^②，其主要目的还是为了推销食品里的玩具，

① 有人认为中国最早的食玩应该是传统的糖人，个人认为这种说法比较牵强。因为首先我没见过有人敢食用它，毕竟不卫生；其次就是糖人没有可玩性，只能起到观赏作用，而且不宜长期保存。

② 因此在日本食玩又被称为“果玩”，英文称法为 Candy Toys。

这与中国的情况恰好相反。

现今日本的食玩制造公司主要以“RE-MENT”和“海洋堂”最为有名。前者抓住了娃娃类玩具配套道具较少的市场空白并及时推出大量“生活用品”系列食玩,如:“家用电器”、“厨房用品”、“料理食物”等,吸引了大量购买者;后者则是食玩领域久负盛名的领头羊。

前文我也曾提到过“海洋堂”走的是“食玩扭蛋”的路线。为什么这么说呢?因为“海洋堂”的产品结合了“食玩”与“扭蛋”的优点。简单地说就是把扭蛋配合巧克力糖一起卖。玩具同样是要拆开扭蛋壳自己组装,但却不在扭蛋机里出售,而是包在一个巧克力蛋里。也许这种销售策略是为了避免与“万代”、“YUJIN”这样的扭蛋机品牌公司发生冲突吧。总之“海洋堂”的扭蛋一直以“动物系列”、“军事系列”以及“世界文化遗产系列”等为国内玩家所熟知,并拥有一大批疯狂的收集爱好者(比如本人就是其中之一)。以下数据足以证明“食玩”在日本模玩市场的显要地位:

1999年至2000年,仅一年之间,“海洋堂”的“チョコQ(ChocoQ)”^①巧克力蛋大卖一亿两千万颗。

2001年至2003年之间,食玩“回忆20世纪”共销售三千万个。

2003年,据日本最权威的市场调查研究公司——“富士经济”发表的调查结果,食玩市场年规模已达625亿日元。

从2004年起,“海洋堂”出品的食玩在日本11个公立美术馆巡回展览,食玩种类累计达到4000多种。

拼装玩具

世界上最早的拼装玩具——“七巧板”的传说

拼装玩具是模玩领域题材最广泛也是分支最多的一类。它涉及军事、生活以及动漫周边等很多领域。据现存的史料判断,世界上最早的拼装玩具是中国汉代的七巧板。

相传汉代人在家请客吃饭不像现代人这样围一大桌,而是主人坐在正中间,其他客人分别坐在两边,并且每人都配有独立的桌子和餐具。相传有位吝啬的人要请朋友来家中吃饭,可是他家只有一张大桌子,平日与家人吃饭都是围坐在一起。他舍不得花钱买更多的桌子,但出于礼貌又不能破了规矩。于是他想到一个好主意:把原有的大桌子分成了七张不同形状的小桌子,这样客人来了就把桌子分开摆放使用,而等客人走后再把每张小桌拼凑复原成一张大桌子。后来这个生活“小窍门”流传开来,成了

① 最初海洋堂公司与日本 Furuta 糖果公司合作开发了巧克力蛋食玩,后于1999年3月12日合作产生裂痕。故“海洋堂”改与日本著名玩具公司“TAKARA”合作,并将新一系列的巧克力蛋命名为チョコQ,即 ChocoQ。

人们的生活习惯。更有甚者,不知是谁灵机一动将这七张拼合桌板做成了微缩玩具,于是我们所熟知的“七巧板”就这样诞生了。遗憾的是我们的祖先发明了最早的拼装玩具,却没有让它得到发展并最终成为商业品牌。

最早的拼装玩具品牌——乐高积木

1934年丹麦一个名叫奥勒·基奥克·克里斯蒂安森(Ole Kirk Christiansen)的木匠成功地发明了一种可以随意拼插组合的积木砖,这正是世界知名的“乐高(LEGO)”积木^①。这种玩具的出现对日后其他类型玩具的开发都起到了抛砖引玉的作用,因为“乐高”积木告诉了人们——玩具可以自己做!你只需要将积木砖按照自己的想法组合在一起就完全能够制作出各式各样的生活场景、交通工具、动物、植物。

拼装模型的诞生与普及

1949年塑料的普及应用对于“乐高”积木来说又是一大飞跃,从此塑料和拼装玩具结下了不解之缘。但“乐高”积木并非拼装玩具的最高阶段,因为有一种更受高年龄玩家欢迎的拼装玩具——拼装模型诞生了。

提到拼装军事模型必将谈到这个领域的日本大师——田宫俊作和他的“田宫模型公司”。可以说他和克里斯蒂安森都有共同的爱好,那就是勤于动脑,敢于动手。不过“田宫”模型要复杂得多,玩法也不尽相同。他的产品以军事模型为主,主要针对青少年玩家。“田宫”模型的特点在于由许多插板上的玩具配件组成(插板越多模型越复杂),通过把这些配件从插板上剪下来再经过胶水粘贴,最终组装为成品。

随着军事模型的成功,这种组装插板也一直沿用至今。现在形形色色的拼装玩具都保留了这种经典的配件模板样式,比如:“迷你四驱车”、“神龙斗士拼装系列”、“圣斗士拼装系列”,等等。

拼装玩具与动漫的结合

当然,能将拼装玩具与动漫作品相结合,还是要感谢万代公司的英明抉择。1977年该公司与东映电视公司的合作以及《宇宙战舰大和号》的模型化标志着动漫衍生品从此开始进入玩具市场。而随着拼装玩具的精细化,玩家的制作水平也越来越高,他们早已不甘心于那种短时间的迅速组装。同时商家也看清了这一点,于是一种动漫周边的“周边”诞生了:改造配件、模型涂料、模型笔、模型打磨砂纸、模型胶水、模型补土……

拼装模玩大赛的形成

拼装玩具给了玩家更多的想象与发挥的空间,当然耐心和高超的动手能力也是必不可少的。正是以上原因造成同样一款拼装玩具经过不同的人来做最终呈现出大相径庭的结果,因此拼装模型大赛出现了。

^① “LEGO”一词在丹麦语中的含义是“拼”和“装”的意思。

各种拼装模型大赛针对不同年龄、水平的人,这样一来,玩具就超越了玩家自己玩的境界,而成为玩家之间进行交流甚至比赛的途径。对于模型公司来说,这种比赛无疑对推广公司品牌起到了至关重要的作用。

可动人形

可动人形

概括地说,只要是关节能活动的玩具人物就都可以称作可动人形。例如“芭比娃娃”、“兵人”、“积木人”、“圣斗士圣衣神话”……只不过由于玩具关节数量的不同而连带的可动性也不一样。世界上最早的可动人形可以追溯到欧洲古代的木制可动玩偶,而第一个对玩具界产生巨大影响的可动人形又是什么呢?

芭比娃娃的诞生

一切都要从 1945 年露丝·汉德勒(Ruth Handler)与好友海尔德·曼特森(Harold Matson)创办的美泰(MATTEL)公司说起。当时的“美泰”只是一家经营儿童玩具和布娃娃的小公司,露丝除了是个商人兼设计师之外也是一位母亲,她有个名叫芭芭拉的女儿。有一次,露丝偶然看到芭芭拉和一个小男孩拿“纸片娃娃”^①玩过家家,心里不禁一动。她认为那种平面的娃娃过于简单,如果能够做成精致的立体人偶,想必会大受欢迎。

有一次,露丝去德国出差,在路上看到一家性用品店正在展示一种叫做“丽莉”(Lili)的成人娃娃,大概在 18 到 30 厘米不等,全身由硬塑料制成,金发碧眼(头发为假发材质),身体修长,十分漂亮。露丝得到启发之后便把“丽莉”娃娃所涉及的“18 禁”元素都去掉,只吸取其精华部分,于是一个阳光美丽、身材修长、衣着传统、一脸“阿麦丽卡”^②式灿烂笑容的娃娃诞生了。而这个娃娃就以她女儿的名字命名,也就是我们如今熟知的“芭比娃娃”。

但谁知道这个本来是为女孩子设计的玩具却引发了一场属于男孩子的“玩具革命”。在此不得不提到的就是“孩之宝(Hasbro)”的 G. I. JOE 12 英寸“兵人”。

12 英寸“G. I. JOE 兵人”的诞生

芭比娃娃的成功终于令美国第二大玩具生产公司“孩之宝”的老总们坐不住了,他们感到愤怒和眼红。但“孩之宝”手下的设计师也并非等闲之辈,于是有人就提出既然“美泰”做女孩玩的娃娃,那么我们就做属于男孩的“娃娃”。

① 纸片娃娃玩具是由几张画有纸人以及纸人衣服的硬纸板组成的玩具,玩家把这些剪下来就可以进行拼装、组合游戏。中国在 20 世纪 90 年代初曾出现过这种纸片娃娃玩具,当时最受欢迎的就是《美少女战士》系列。

② “阿麦丽卡”其实就是美国(America)的音译,属于一种调侃。

二战结束后，一部名为 *G. I. JOE* 的电影把美国大兵的高大形象植入了每个美国男孩的心中。那些咧着嘴美国式微笑的士兵成了他们除了“超人”、“蝙蝠侠”之外的真实偶像。于是 1962 年孩之宝公司趁这个机会推出了“G. I. JOE 系列 12 英寸玩具兵人”（大约 30 厘米左右）。每个“兵人”面部表情刻画真实，身上的武器装备和衣服也做得相当精致。并且“兵人”服装和装备都可以随意更换，甚至“兵人”之间还可以“换头”。当时评论界有些人认为“兵人”这种玩具和“芭比娃娃”差不多，因此不会受到男孩子欢迎。结果他们大错特错，孩之宝公司卖出了三亿七千五百万个“兵人”！这些所谓的“评论家”只是看到了“兵人”的表面现象，却忽略了一个实质问题，这正是“兵人”玩具开创历史先河的意义——第一次提出了“可动人形”（Action Figure）和“素体”（Figure）的概念及区别。

“兵人”与“娃娃”的区别

起初芭比娃娃诞生的时候人们对玩具的“身体”还只叫做“娃娃”（Doll）。大臂 360 度活动，头部和腰部只能简单转动，一切都太过简单，只是为了美观而导致“娃娃”们成为一个个“运动白痴”。之后 12 英寸“G. I. JOE 兵人”的出现则首次提出了“素体”的概念并与“娃娃”作对比。“素体”是指着装的可动类玩具人物脱掉所有装备后的身体。因为各处都是关节的卡口，所以“素体”看着并不美观，但可动性超强。“兵人”的大臂、小臂、大腿、小腿，甚至踝腕关节都可以灵便地活动。简单来说，真人可以摆的造型，“兵人”素体基本都可以完成。而且给“兵人”穿上衣服正好掩盖了“素体”不美观的缺点。出于以上原因，“兵人”玩具除了深受男孩子喜爱之外，还吸引了不少成年军事爱好者，并成为和军模并驾齐驱的军事类收藏模玩。

“兵人”玩具市场的兴盛

随着收藏市场的形成，“兵人”玩具的价格也就越显不菲，从几百到几千元不等。“兵人”玩具公司的后起之秀更是比比皆是：“In the Past Toys”、“DID”、“BBI”、“Hot Toys”、“威龙”……

“兵人”玩具遍布世界各地，而且种类越来越广泛。在 2007 年，甚至还推出了雷锋叔叔的“兵人”。但可悲的是，这并不是我们国内玩具公司的杰作，而是外国公司的手笔（同样的系列还有“八路军战士”和“八路军卫生员”）。国内的玩具制造商应该好好反省一下了：我们伟大祖国有那么多兵种、那么多军装，为什么不推出属于我们自己的“兵人”玩具呢？

动漫题材融入可动人形——“橡皮筋小人”的诞生

当以“兵人”玩具为代表的可动人形玩具把现实生活中相应的题材几乎全部开发殆尽之时，动漫题材的可动人形玩具便自然而然地登上了历史舞台。动漫可动人形相对于“兵人”玩具来说就简单得多，因为出于制作成本的考虑，动漫人物不可能总在换服装、变造型。在 100 集的动画片里，主人公可能始终穿着一套长衣长裤，从第一集到