



出现，标志着潮玩开始从小众走向大众，从地区性文化现象逐渐演变为一种全球性的潮流文化。

源于香港日本的潮玩文化

作为亚洲三大潮流圣地，中国香港的潮流文化受到欧美、日本的影响，并发展出独特的风格。塑料及玩具行业在 80 年代之前曾是香港工业最重要的一环，1972 年时，香港就已经是世界最大的玩具中心。时至今日，玩具龙头如美泰（Mattel）、孩之宝（Hasbro）在香港依然设有设计总部。

1998 年左右，香港街头文化发展迅猛，滑板、涂鸦、帽衫、球鞋，这些显著的街头元素泛滥流行于香港的年轻人中。以 Micheal Lau（刘建文）、Eric So（苏勋）、Kenny Wong（王明信）为代表的一些香港广告设计师，尝试将街头潮流文化的元素融进自己的创作中。

1999 年，Micheal Lau 展现街头文化的漫画《Gardener》开始连载并快速走红。恰逢香港举办第一届 TOY SOUL 玩具展，受展会主办方邀请，Michael 以《Gardener》漫画中的街头潮流角色为基础，手工制作出了一系列 12 寸公仔参展。这些公仔有着鲜明的街头潮流穿搭，如 Cap

帽、Oversize T-shirt 等等，人物的不同肤色也体现了香港作为国际都市多元性的一面。这一系列公仔市场反应非常强烈，随后 Michael Lau 手工制作并在香港艺术中心展出了 99 个颇具街头风的 12 寸公仔。从那一刻开始，这个被定义为“潮流玩具”的新玩具形态，以龙卷风之势从街头席卷了整个香港潮流圈，Michael Lau 则被视为“潮流玩具教父”。同年，一场名为“BRUCE LEE 1/6 FASHION SHOW”的玩具展，从美国、日本巡回后落地香港，展中陈列的 20 多个身着不同款式时装的李小龙公仔，是 Eric So 的成名作。

一时间，香港潮玩圈在这些设计师的带动下呈现出蓬勃之态，但这股热潮在 2002 年开始逐渐下降并恢复冷静。然而在 1600 公里外的日本，潮流玩具罡风正烈。

说到日本的潮玩，必然要说最早出现在 20 世纪八九十年代的手办。彼时，手办作为动漫周边的关键组成部分，伴随着电视动画的兴起，市场规模也逐步扩大。那时的手办主要是未涂装的树脂模型套件，制作工艺相当复杂，需要玩家自行完成打磨、拼装、上色等一系列工序。由于制作难度大、产量有限，手办在当时属于小众的收藏品，主要受众是狂热的动漫爱好者和模型制作

达人。例如，万代公司在 80 年代推出的《机动战士高达》系列手办，凭借其对动画中机体的高度还原，虽然价格不菲，但仍受到众多高达迷的热烈追捧，成为早期手办市场的热门产品，开启了手办与热门动漫 IP 紧密结合的先河。

随着时间的推移，这些早期手办逐渐从单纯的模型收藏，演变为一种承载动漫文化的符号。它们不仅激发了更多创作者的灵感，也促使市场对更便捷、更多样化手办产品的需求不断增长，为 21 世纪手办的发展与多元化奠定了坚实基础。

进入 21 世纪，随着科技的飞速进步和市场需求的不断变化，手办迎来了飞速发展的黄金时期。制作材料日益丰富，除了传统的树脂，还出现了 PVC、ABS、硅胶、金属等多种材料，涂装工艺也从传统手工上色发展到高精度机械喷涂，色彩还原度和细节呈现能力大幅增强。一些高端手办甚至运用了电镀、渐变等特殊工艺，极大提升了产品质感和观赏性。手办的类型也愈发多元化。除了传统的 GK 模型，PVC 涂装完成品、黏土人、盒蛋、扭蛋、景品等各类手办层出不穷。

与此同时，手办的设计风格也日益多样化。既有写实风格的逼真还原，将角色细节刻画得丝丝入扣；也有 Q 版风格的可爱