

猫猫头玩偶 KIMMY&MIKI 俘获了众多女性用户消费群的芳心，卖出的 1000 万只产品中，90% 的买家都是女性。

时又希望设计一款比较少女心的形象，我就想能不能把少女和猫结合起来。最初的概念一个猫女的形象，但在打磨的过程中还是把她们拆解成为 Kimmy 和 Miki 两个形象，类似于实体和灵魂的陪伴”。

刚踏入新领域就获得如此成功，BABYFACE 认为，这是因为她在设计产品时是把自己当成了消费者。

今年 618 期间，BABYFACE 团队最新原创的 IP “Panda Roll” 系列上市，新品上架十分钟，销售额就突破了 20 万元。

但如此受欢迎的熊猫形象，诞生过程并不容易。BABYFACE 直言：“简单的形象更需要注重细节，一点点细微偏差都会影响造型最终的

呈现效果。”她表示，常规产品周期在半年左右，而它则用了近 1 年时间打磨。好在有了第一次的经验，“Panda Roll” 系列第二弹的面世顺利了许多。

除了原创 IP 的开发，近年来各大收藏玩具公司也开始布局知名 IP 的二次创作。52TOYS 也签下了《蜡笔小新》《迪士尼公主》《不二家》等形象，这一系列 IP 的二次创作设计也多是由 BABYFACE 团队完成的。“我们会基于 IP 原型进行二次创作，但与原创不同的是，这种创作的边界是有限的，同时版权方也会提出更高的要求，正因如此二次创作周期往往比原创长很多。” BABYFACE 表示，知名 IP 的

下图：“Panda Roll” 系列盲盒。



二次创作不仅是机会，更是挑战，原因在于像《迪士尼公主》《猫和老鼠》《蜡笔小新》等早已有无数家公司开发产品并投入市场。

“许多人认为原创 IP 更适合开发，因为市场认可后所产生的商业价值和创作空间更大。但事实上版权 IP 也有自己的优势，它往往有足够的粉丝基础，而能否从众多开发创意中脱颖而出并获得价值，关键在于创作者自身的实力。” BABYFACE 表示。

据悉，52TOYS 已拥有超 80 位设计师，在公司员工总数中占比达五分之一。但在 BABYFACE 眼中，许多潮玩设计师还需要很长的成长过程，“潮玩设计师不仅需要创作能力，同时还需要兼顾多个环节：产品是否能实现，现有工艺是否可以还原设计。事实上，很多设计师的创意很好，但设计无法实现量产，成品最终还是会大打折扣。” BABYFACE 表示，一个成熟的产品设计师需要相当时间的带教，需要不断地磨合。而这也是 52TOYS 与她一直在带领设计师们在做的事。

作为中国收藏玩具产业及盲盒品类快速发展的见证人，BABYFACE 直观地感受到，现在的玩具市场已经是一片红海。“除了头部几家公司，大大小小、资质不一的企业都入局玩具市场，一方面带动了国内收藏玩具产业的发展繁荣；另外一方面，产品同质化的现象也很突出。”

因此，产品本身依然是这个行业的竞争力所在。“那么产品的质量 and 产品的设计永远是最重要的。” BABYFACE 说。