



探访北京冬奥会特许商品生产商晋江恒盛玩具——“冰墩墩”从这里走向世界

本报记者 蔡明宣 李剑锋 陈巧玲

一夜之间，“冰墩墩”成为顶流，从国内火到国外。订单量突破百万，档期排到了4月……“冰墩墩”的大火，也带火了北京冬奥会特许商品生产商之一——晋江恒盛玩具有限公司。很多人不知道的是，恒盛玩具已经是多届奥运会、亚运会等大型赛事的吉祥物特许生产商，在业界已是“沉默的王者”。如今，随着“冰墩墩”的大热，恒盛玩具也逐渐为世人所了解。

“王冠”之重 研发要突破三大难题

恒盛玩具被选中成为北京冬奥会吉祥物毛绒玩偶制造商，这事还得从2019年说起。2019年9月，北京冬奥会、冬残奥会吉祥物面世后，恒盛玩具便接到北京奥组委参与设计吉祥物毛绒玩偶的邀请。

此时的恒盛已拥有多届国际大赛吉祥物的设计经验，早已是业界内的“单项冠军”，曾参与2004年雅典奥运会、2008年北京奥运会、2012年伦敦奥运会、2012年亚洲沙滩运动会，以及2022杭州亚运会吉祥物的指定生产。

但这次“毛绒玩偶”的设计任务，并不轻松。特别是“冰墩墩”的制作必须经过一系列烦琐工序，采购、裁剪、电绣、车缝、检针、充棉、手工缝制、线头整理、清洁、整理、装硅胶壳、包装等几十道工序，从平面图到成品玩偶，需要不断精细打磨和反复对比完善。

2019年，经过精心研发制作，恒盛玩具生产的“冰墩墩”外观和质量得到了北京奥组委的认可，成功获得北京2022冬奥会的特许生产商资格，成为毛绒玩具类三大特许生产商之一。

“‘冰墩墩’是历届吉祥物里制作难度最大的。我们做了30多年玩具，第一次碰到硅胶跟毛绒结合。”恒盛玩具董事长许文杰指出，此次“冰墩墩”的生产不同于普通毛绒产品，生产难点在于硅胶脸部上冰丝的呈现方式。而“冰墩墩”最大的特点便是由硅胶外壳和毛绒熊猫公仔两部分组装而成，整体形象酷似航天员。

许文杰回忆说，“‘冰墩墩’的造型一出来，我们团队成员都懵掉了，光‘冰墩墩’外衣创意就想了几十种，从布料、皮革、塑料、玻璃、毛线等，做了很多种尝试，后来从宝宝奶瓶得到启发，决定用食用硅胶给‘冰墩墩’穿上外衣。”

为了找到“冰墩墩”的合适外衣，恒盛的设计团队先后走访了国内多家硅胶厂，经过反复多次的磨合，最终与广东东莞的一家配套厂家共同开发出适合“冰墩墩”的外衣。

据悉，要想实现“冰墩墩”硅胶外壳的规模化生产，必须先制作出精确的模具，将模具洗净拭干，脱模抛光处理，然后将硅胶放在模具上送入机器塑形。脱模的过程则要十分精细，不能有一点损伤。完成后，还要把奥运五环和彩虹条融入产品中。由于“冰墩墩”硅胶外壳尺寸较大，一套模具一次只能生产两个冰外壳，一台机器不停工，两套模具一天最多只能做800个冰外壳，这也限制了后续的整体产能。

此外，要把设计从图纸落实到现实，生产人员首先得解决让“冰墩墩”“站起来”的难题。许文杰介绍，第一次做的时候，玩偶轻易就倒下去，后来加硬底部材料，在不断的摸索调整中找到了最合适的平衡点，“空壳要能立住，玩偶戴上后更要立住。”

有了外衣后，上面的“五彩条”如何呈现，让许文杰的团队陷入了两难。在尝试了毛线粘贴、颜色涂抹、将制作好的彩带一条一条用水粘上等办法无果后，通过与广东东莞厂家多次的打磨，才研制出比较成熟的技术。目前，市场上看到的“冰丝带”最终版本是印刷而制。

许文杰表示，由于“冰丝带”五色环绕，而印刷一般是平面进行，要将冰丝带准确无误地印到对应位置，难度并不小。从第一版到最终版，技术人员尝试过5个版本的冰丝带制作方案。这一圈小小的彩带制作，到最终敲定，前后经历了将近一个月。



匠心之作 安眼睛要精确到毫米

如果硅胶与毛绒玩具的结合是一种科技创举，那“冰墩墩”“墩”位背后的细节则是“中国制造”沉淀多年的匠心传承。

据悉，在国内，像恒盛玩具这样获得6次重大赛事吉祥物指定生产商资格的企业，可以说是凤毛麟角，可这家偏居一隅的晋江玩具企业做到了。

“冰墩墩”摸上去弹性十足，背后大有文章。许文杰介绍，一方面，“冰墩墩”采用的是功能性的弹性面料，弹性十足；另一方面，工人在车缝的时候采用的不是普通棉线，而是“弹力棉绳”，区别于普通毛绒玩具的车缝线，这种缝制工艺一则可以“冰墩墩”的身体保持柔韧性，便于装入硅胶壳壳，二则在把玩的过程中触感更好。

不少网友反映，“冰墩墩”的眼睛越看越好看。许文杰揭秘，“冰墩墩”的眼睛旁边有一圈白色的刺刺，眼睛的下面放着一张定制的彩纸，在安装眼睛的时候要精确到毫米，不能把白色的绣花线盖掉，这样的细节操作才能让“冰墩墩”的眼睛越发炯炯有神。

此外，在机缝工艺环节，裁片工艺、装订充棉工艺等诸多环节，小到缝合处需要多少针，大到每个“冰墩墩”需要填充多少PP棉都有一个精确的标准。为此，恒盛玩具还特别制作了“北京2022年冬奥会吉祥物和冬残奥会吉祥物（冰墩墩/雪容融）制作标准确认书”。

凭借着“匠心质造”，在一次次激烈

的吉祥物特许生产商的PK中，恒盛玩具越挫越勇。在许文杰看来，生产冬奥吉祥物是一种神圣的责任，如果做不好，就是在外国宾客面前“丢中国人的脸”。他对员工们说：“‘冰墩墩’是北京冬奥会的象征，也是中国制造的象征，所以我们要从细节做起，做到完美。”

在他的激励下，每个恒盛员工都精神振奋，自豪地去做好这一富有成就感的工作。据悉，在恒盛玩具一线工人中，有接近80%的人参与过4届奥运会吉祥物的生产，他们不仅拥有过人的技艺，更有一颗匠心。恒盛玩具生产车间主要负责人李建梅告诉记者，原本工厂计划正月初八开工，一听说“冰墩墩”火了，要提前开工赶制，很多老员工纷纷从全国各地赶回来。他们每一个人都清楚，做好“冰墩墩”是他们每一个人的责任，也是一种荣光，不容忽视，也无法替代。

方案确定后，通过多轮谈判和数度考察，雅典奥组委决定特许恒盛为吉祥物供应商之一。雅典奥运会吉祥物是按希腊文化设计的毛绒玩具“雅典娜”和“费沃斯”组合。看似简单，实则不然。打样和实际产品差别很大，恒盛反复修改了好几个月，最终获得了奥组委的认可。确定了款式、价格、数量，许文杰便带领恒盛加班加点，出色地完成了200多万组吉祥物订单。

由于恒盛的产品质量过硬，奥运会开幕前两个多月，雅典方面提出加做50万组。但许文杰考虑时间太紧，为确保产品质量婉言谢绝。2008年，为获得北京奥组委吉祥物福娃的生产特许，许文杰在北京奥组委附近租了三套大房子，把人员、材料、缝纫机都搬到首都，不厌其烦地按照奥组委的意见修改，直到对方对布料、线、针、缝纫机等各方面都满意为止。

如今，“墩”难求，“冰墩墩”从国内火到国外，订单量持续攀升。对于恒盛而言，通过奥运会吉祥物，让“晋江制造”走向全球，此举的意义，已经超越制造玩具本身。这一点，也更加坚定了恒盛玩具坚守实业的信心。

在许文杰看来，“冰墩墩”火爆的背后，既有公众对冰雪运动和奥运精神的火热情怀，也有对这只集文化、科技、绿色元素于一体的国宝熊猫的文化自信，再加上近年来国货的不断崛起，对于从事毛绒玩具制造的恒盛，对于坚守“晋江制造”“中国制造”的企业而言，无疑是一剂无比强大而自信的信心针。

2002年，雅典奥运会吉祥物设计

晋江市商务局召开 2022年外贸外资政策及“RCEP”宣讲

本报讯（记者 蔡明宣）近日，晋江外贸外资政策及“RCEP”宣讲暨“开门红”工作部署会在商务局召开。会议通报了2021年晋江全市外贸运行情况，解读2022年外贸外资、“RCEP”等政策，部署2022年“开门红”工作。

会上，泉州商务局、泉州海关晋江办事处等有关科室负责人分别向晋江企业介绍了省市各级外贸外资政策要点、RCEP原产地累积规则及原产地证书办理流程，促进企业更加深入地了解企业外贸政策，有助于企业最大限度地发挥政策效应，做大做强海外市场。

晋江市商务局相关负责人表示，在省市外贸外资扶持政策的基础上，晋江将在支持企业扩大出口规模、多渠道开拓国际市场、防范国际贸易风险等多层面进一步加大力度扶持外贸企业发展。

据悉，2021年，晋江外贸发展稳中加快、稳中向好，全市预计完成外贸出口832亿元，比增60%，增幅分别比全国、全省、泉州高出38.8%、32.3%、24.6%，外贸规模、同比增幅均创2010年以来最高，呈现主要贸易伙伴需求旺盛、新业态成为推动外贸稳增长的主要亮点、纺织服装产品和机电产品出口拉动作用逐渐提升等三大特点。

菲律宾晋江同乡总会 庆新春、迎冬奥

本报讯（记者 王云霏）近日，由菲律宾晋江同乡总会和海外华人书法家协会菲律宾分会、菲华书法学会联合主办的“庆新春·迎冬奥·福到全球千万家”活动，在菲律宾晋江同乡总会礼堂举行。菲晋总理陈凯復出席活动，对前来参与活动的各界人士表示感谢，并为他们送上新年祝福。

活动现场，著名书法家李国芬、青年书法家张文森现场挥毫，与会嘉宾共同书“福”“福”，手持“福”字合影，并祝“福”到全球千万家，礼堂内充满节日的喜庆气氛。

优安纳企业开工日 以党建活动促发展

本报讯（记者 曾小凤）正月初八，虎年开工第一天，优安纳企业以主题党日拉开了新一年的序幕。

当天，该公司组织党员及入党积极分子共聚一堂，学习贯彻党的十九届六中全会精神，并开展党支部2022年“1311”党建进车间誓师大会。

“1311”是优安纳企业的一个党建项目，也是响应晋江市委“把支部建在车间”号召的一个实践。（“1311”党建项目即培养1名支部委员会班子成员、带领3名共产党员、帮扶1个车间、培养1批先进。）

“正式开工的第一天，学习贯彻党的十九届六中全会精神，感触很深。党也在总结过去为什么成功，未来如何继续成功。希望党员通过学习党的历史，继续发挥带头作用，并不断壮大这支队伍。”该公司党支部书记、总经理王翔鹏表示。

党建文化不是挂在墙上的标语，而是党在长期实践和日常生活中客观产生和总结提炼的精神产品。福建优安纳企业科技有限公司党支部书记、工会主席敬堂指出，在优安纳企业党员发展中，60%的精力放在车间一线员工，从车间培养入党积极分子，强化一线建设，让他们在车间发挥积极的带头作用。“1311”党建项目将聚焦优安纳企业核心业务，公司党组织的核心成员将下沉至一线帮扶车间的发展，以党组织的力量深入帮扶岗位，带领、助力一线车间更好地发展。

寻年味、逛庙会 百宏举办主题嘉年华活动

本报讯（记者 王云霏）春节期间，“把爱带回家”主题嘉年华活动在福建百宏聚纤科技实业有限公司火热开场。在充满浓浓节日氛围的场景中，15对百宏职工亲子家庭全心投入，在游戏与互动中收获满满的幸福。

此次主题嘉年华活动，精心策划了“赏年文化”“乐年文化”和“食年文化”体验区。其中，“赏年文化”体验区设置了年文化展示墙，科普年的传统文化，参与的家庭可以在这里拍摄全家福及亲子照；“食年文化”之传统美食体验区则设置2个美食摊位，现场可体验制作并品尝棉花糖、麦芽糖，小朋友们踊跃参与其中。而在“乐年文化”体验区，投壶、剪窗花、制作手工灯笼、趣味猜谜等让参与活动的亲子家庭感受到了传统游戏的乐趣，同时猜灯谜还能获得相应的小礼品。

活动现场，每一位参与者都热情高涨，全家协力积极投身每一个活动，留下了一张张精彩的照片。一位外来职工告诉记者，自己平时很少和孩子交流、玩耍，很感谢公司为大家打造了这样一个“亲子时间”，让这个春节充满了珍贵的回忆。

百宏工会常务副主席施丽玉介绍，此次举办主题嘉年华活动，是为了让百宏职工尤其是外来职工感受到晋江“家一般的温暖”，为在晋过年的职工家庭打造一个可参观、可体验、亲子游的好去处，也让孩子们了解、感受、体验中国特有的“年”文化。

记者了解到，此次主题嘉年华活动是百宏职工子女冬令营的系列活动之一。百宏职工子女冬令营由龙湖镇总工会、百宏工会举办，为期4周，旨在帮助职工解决子女寒假“看护难”问题，让孩子们度过一个安全、快乐、并富有意义的春节假期。

又一食品火爆奥运村 黑科技盼盼彰显中国智造新实力

本报记者 蔡明宣

北京冬奥会如火如荼地进行着，在赛场上，运动员们完美诠释奥运精神；赛场上，中国智造、中国美食、中国元素等，也被他们在各种社交媒体上玩出新花样。

“冰墩墩”被玩出了圈成为顶流，奥运会展示出的黑科技更彰显中国智造的强大，而作为北京2022年冬奥会官方赞助商的盼盼食品，也被全球各地运动员玩“火”了。

盼盼食品 成运动员“团宠”

盼盼食品的IP形象“PP熊”也是一只憨态可掬的大熊猫，简直就是“冰墩墩”的同胞好兄弟。在奥运村、各比赛场馆、国际官员下榻酒店、国宴接待现场等地方，随处可见的盼盼食品自然成了各国运动员“晒国品鉴”的重点。其中，“贴心、感恩、好吃”等赞美之词也充满了社交媒体。

捷克运动员在入驻之处，就拍了一个冬奥村初体验的vlog，感谢中国为他们准备的一切；英国运动员兴奋地向大家展示盼盼食品组成的丰富零食库，深受他们喜爱。

在场馆内的食品自选区，盼盼食品更是受到了各国运动员的追捧。来自瑞士的运动员录制了长达8分多钟的冬奥体验vlog，并化身美食测评达人，品尝了盼盼食品“麦香鸡味块”“瑞士卷”“华夫饼”三款食品，向网友们详细展示了盼盼食品的口感和口味，并频频发出“不错”“质感不错”“像一个经典的瑞士卷蛋糕”“有奶酪和玉米的味道”等赞美之词。日本电视台记者品尝并拍摄了奥运村的各种美食，其中也不乏盼盼番茄鸡蛋面、盼盼藤椒牛肉面、盼盼卤蛋等各式休闲食品。引得网友们纷纷刷屏：“盼盼也出泡面了”“盼盼的坚果不错”“国货崛起”……

此外，在场馆内的食品自选区，盼盼小面包、雪饼、坚果、麦香鸡味块等受到了各国运动员的追捧。

盼盼冬奥里的“黑科技”

在冬奥比赛期间，盼盼食品为冬奥会和冬残奥会提供32个品种，其中就包括盼盼每日坚果、粗粮饼干、软面包、瑞士卷、烤薯片、艾比利薯片、方便面、卤蛋、燕麦棒等超过2500万枚（袋/桶）盼盼代表性产品和专门为冬奥会、冬残奥会开发的产品。据悉，全球运动健儿、众多国家元首、教练员、冬奥会志愿者和工作人员都将吃到高品质的盼盼食品。

此外，在冬奥期间，盼盼食品还特别研发并智造了多款黑科技产品。

盼盼食品集团董事长助理宋长镇介绍说，盼盼能量燕麦棒、冻干方便面等产品是专门为冬奥会开发的。这些产品前后经过配方调整研发、安全测试、样品确认等，历时近一年。其中，方便面采用了冻干技术成品方便面，最大限度地



考虑营养不流失和方便等特性，而燕麦棒中则加入了果干、坚果、鸡蛋等，使营养均衡且方便快捷补充体能。

值得一提的是，盼盼食品所有供应冬奥的产品均严格把控食品安全，经过自主CNAS认可实验室和第三方检测机构检测合格后专车配送。

“冬奥的成功举办，证明了我们的国家越来越强大。而‘冰墩墩’、盼盼食品等中国产品的火爆出圈，一则说明中国智造的国际化，二则说明国人对于中国软实力的认可。”不少食品业内人士表示，盼盼食品的冬奥出圈，无疑为中国食品走出国门提供了更多的光环。

火力全开加紧赶货

“不好意思，我们的麦香鸡味块断货了。”盼盼的冬奥泡面哪里买？“我也想要吃盼盼的卤蛋。”……伴随着冬奥的火爆，不仅“冰墩墩”“墩墩”难求，盼盼食品为冬奥准备的各种休闲食品也是火爆热销。

“这届冬奥会太火了，我们多款产品都卖爆了。现在，我们全国各大工厂都在积极赶工中。”宋长镇说。

宋长镇告诉记者，为了满足各个渠道的订单需求，盼盼食品特供冬奥的工厂，在过年期间没有停工，另外其他区域的工厂也都提前开工。目前，盼盼食品全国几十个工厂全线开工。

“能够参与盼盼冬奥食品的生产制作，是我们的荣幸，我们必须要保证产品的品质做好。”盼盼食品一线员工王姐今年过年没有回江西老家，而是选择坚守在一线，为冬奥食品保障贡献自己的一份力量。

作为冬奥赞助企业，盼盼食品大力推广冬奥，以实际行动助力“三亿人参与冰雪运动”。

“全体盼盼人都将秉持‘品质是企业生命线’的信条，视品质如生命，进一步发扬盼盼精神。”盼盼食品集团董事长蔡金坎表示，“通过‘全员参与、全局部署、全维覆盖’，形成强阵容、值得信赖的冬奥服务团队，提供国际高标准、全面、可靠的冬奥服务，为祖国争光，为奥运增辉！”