5504个品牌、2700+IP 同台

中国玩协四展在沪解锁跨界融合新场景



10月21日，上海新国际博览中心一大早便热闹了起来。展馆入口处排起入场长队，其中不少观众甚至拖着行李箱而来；馆内，各个展位前产品琳琅满目，围满了络绎不绝的人流。从一个毛绒挂件、手办盲盒，到一套托育玩教具、婴童用品，创新在这里变得可触可感。

当天，由中国玩具和婴童用品协会主办的第二十四届CTE中国玩具展 & 潮玩展、第十九届CLE中国授权展、CKE中国婴童用品展和CPE中国幼教展暨CLE上海IP品质生活节、CKE品质育儿生活节在上海开幕。展会以“共享跨界资源，引领创新趋势”为主题，展览面积达23万平方米，汇聚全球42个国家和地区的2667家展商、5504个品牌和超过2700个全球正版IP。

让IP可触可感
从形象合作走向产品共创与场景联动

本届展会聚焦玩具潮玩、婴童用品、IP授权、托育幼教四大领域，各有侧重又相互衔接，既呈现细分赛道的创新方向，也展示跨领域资源对接的产业生态。走进CLE中国授权展区域，各个授权品牌展位内所陈列的产品种类丰富，还有不少观众正拿着手机在IP形象前合照留念。授权正在从单一形象合作，走向产品共创、内容共创和营销联动，IP与制造、零售、消费场景之间的连接变得更具体。

从展会现场看，授权合作本身也在发生变化。参与授权的IP来源更加多元，体育赛事、国创内容、虚拟形象等新类型不断出现；被授权品牌不再只满足于把形象印在包装上，而是更愿意参与产品共创、内容共创和营销互动；授权方与被授权方之间的合作，也从一次性的形象使用，逐渐转向围绕产品、内容和消费场景的持续协作。创新不再只来自单个产品，也可以来自内容、制造与零售之间的相互衔接。授权由此成为四大领域之间的一条连接线，让好故事有机会变成好产品，也让好产品找到更具体的消费场景。

全球新品首发首秀
玩具潮玩前沿新品集中亮相

作为全球头部品牌的首选首发平台，CTE中国玩具展 & 潮玩展现场汇聚了大量前沿新品。在W5展馆内，迪士尼中国展位展出了复仇者联盟5系列新品，收藏级手办、拼搭角色玩具和周边衍生品吸引观众驻足。影片尚未上映，相关角色与场景已通过可触、可藏、可玩的产品形态提前与观众见面，让IP热度从银幕内容延伸到展台体验和消费端，也为后续产品上市、零售陈列和场景营销预留了更多联动空间。

国际客商与产业集群双向奔赴
贸易对接让商机从展期延伸至全年

除了层出不穷的新品与IP，本届展会的国际化成色与产业底座同样引人注目。展会汇聚了全球42个国家和地区的2667家展商，其中境外展商达667家；韩国、日本、俄罗斯等17个境外展团参展，同比增长54.5%，展会国际化程度再创新高。与此同时，广东东莞、澄海，浙江云和、平湖等超过30个玩具和婴童用品主要产业集群的优质企业齐聚现场，展现出中国制造的强大实力。通过国内外买家选品对接会以及365云展会等线上平台，中国玩协四展正把3天的“展期流量”转化为全年的“商业留量”，让全球供需对接与跨界合作在展馆之外持续落地。

跨界资源在这里相遇，也在这里转化为可感知的体验、可落地的合作与可持续的增长。四展同台所放大的协同效应，正让创新从展馆现场延伸至产业日常与消费生活。

晨报记者 舒晓程 见习记者 曹辑忆

7天不够喝？金茂大厦里也有“百变咖啡馆”了

把日常生活变成“不落幕的咖啡节”

每年陆家嘴国际咖啡文化季都是沪上咖啡圈的固定盛事，全球精品咖啡品牌扎堆亮相，不少爱好者排队数小时，只为尝一口限定新鲜风味。可狂欢总有散场时，想回味同款口感，往往要等上一整年。今年展期已从5天延长到7天，仍有不少咖啡迷大呼“喝不够”。

这份意犹未尽的遗憾，在“百变咖啡馆”COFFEE CUBE找到了出口。凭借“每月轮换精品咖啡品牌”的独创模式，它把节庆限定的狂欢，拉长为触手可及的日常惊喜。如今，COFFEE CUBE新店正式进驻城市地标金茂大厦裙房，后续将有10余家海内外精品咖啡品牌接连亮相。陆家嘴白领与咖啡爱好者不必再等一整年，随时都能喝到来自全球的限定风味。

记者此前走访过位于陆家嘴中心绿地的COFFEE CUBE，它正是脱胎于陆家嘴国际咖啡文化季的创新项目。主办方在十余年运营中发现，短短几天的咖啡节，既让粉丝喝不尽兴，也让远道而来的品牌难以深入触摸上海市场，于是萌生了“拉长展示窗口”的想法。和传统咖啡店不同，COFFEE CUBE正如它的名字“咖啡魔方”，每一次翻转都有新面貌：每月邀请一家精品咖啡品牌“拎包入住”，把咖啡节上短短几天的浅尝辄止，拉长为整整一个月的深度体验。

对咖啡爱好者而言，这是一家永远藏着惊喜的“百变咖啡馆”。每月更新的品牌像拆盲盒，不用飞遍全球，就能打卡各地招牌风味。运营两年多来，这里已经积累了大批忠实粉丝：有人每月专程打卡，只为解锁当月限定风味；有人曾在国外喝过的心仪品牌，在这里重逢了记忆里的味道。

此次落地金茂大厦，是COFFEE CUBE首次进入商务楼宇场景。把“不落幕的咖啡节”直接搬进写字楼，意味着陆家嘴白领不用特意绕路去公园，下楼就能解锁当月全球咖啡限定。

开业首月，率先亮相的是来自澳大利亚悉尼的精品咖啡品牌STITCH COFFEE。凭借扎实的烘焙实力，该品牌多次斩获ASCA澳大利亚咖啡烘焙大赛奖项，是澳洲精品咖啡圈的实力派代表。“这是我连续第四年参加陆家嘴国际咖啡文化季了。”站在金茂大厦的新店中，创始人Nawar Adra难掩兴奋，“金茂大厦是上海的标志性建筑之一，我本身很喜欢标志性的事物，能来这里做慢闪店，我特别开心。”





他特意带来了澳大利亚极具代表性的馥芮白。“我们想把澳洲特色的馥芮白带给大家，尝尝和其他澳式馥芮白不一样的风味，也了解我们的制作理念。”Nawar Adra介绍。据了解，本次慢闪期间，品牌不仅带来全系列意式、手冲咖啡，还带来多款拼配豆、便携周边及非咖啡饮品，既能满足上班族快速取餐的刚需，也能适配深度咖啡爱好者的风味探索需求。

作为陆家嘴金融贸易区的经典地标，1999年建成的金茂大厦以420.5米的高度曾领跑国内摩天建筑，见证了浦东开发开放的历程，是上海最具辨识度的城市名片之一。如今，这座老牌地标正通过内容升级持续焕发新活力：引入COFFEE CUBE后，精品咖啡不再是节庆限定的新鲜体验，而是融入商务日常的生活方式。这也为地标注入了更多年轻气息，让它在与城市公共生活的深度连接中，持续生长出新的生命力。

晨报记者 商依琳