2025 潮匠
香港國際潮玩博覽
HK INTERNATIONAL ART TOYS EXPO

Hong Kong International Art Toys Expo
香港國際潮玩博覽
2025

潮玩設計師，來自12個國家/地區，
近70個品牌。

Country	國家 / 地區	參與品牌數
The Mainland	內地	4
Hong Kong	香港	18
France	法國	2
Indonesia	印尼	3
Japan	日本	7
Korea	韓國	15
Malaysia	馬來西亞	3
Singapore	新加坡	2
South America (Argentinian)	阿根廷	1
Spain	西班牙	2
Taiwan	台灣	2
Thailand	泰國	5
USA	美國	4

Table of Content

內地 P.4-7	阿根廷 P.70
法國 P.9-20	西班牙 P.72-73
香港 P.12-29	台灣 P.75
印尼 P.31-33	泰國 P.77-81
日本 P.35-41	美國 P.83
韓國 P.43-61	
馬來西亞 P.63-65	
新加坡 P.67-68	

内地

內地 Chaos.Sui

設計師介紹 - SC 隋超杰

- SC作品風格輕鬆、配色鮮明、線條簡快。SC尤其擅長IP創造和創意型創作，創作開發了一系列深受年輕人喜愛的IP及IP世界觀藝術作品、潮玩、衍生品等。
- 隨着Web3.0與藝術領域的結合，SC開始在探索人、環境與數字世界的多重關係方面釋放興趣和創作能力。
- SC與多家商業主體進行了實體商業與數字藝術合作，通過藝術的數字新思考、創意和獨特畫風，用IP的視覺語言和羣體號召力賦予商業主體新的品牌力。

品牌介紹

- Chaos.Sui 是獨立的潮流藝術工作室，作品風格輕快、色彩鮮明、筆法鬆弛，畫作不拘泥於審美框架，以創意爲骨，以細節爲筋，嬉畫當代人內裏失常表面穩定的精神狀態，關照人與自己、與他人、與世界的關係，致力於將原創IP的精神內核以商業方式推向大衆。
- 現創作有WAVE DOGGG系列、WAVE LOONG、WAVE OCEAN、雲朵貓及多個獨立IP，以及環保（回收物品畫）系列、致敬傳統（青花）系列等主題系列作品。

品牌logo

品牌創作

內地 G5M6

品牌logo

設計師介紹

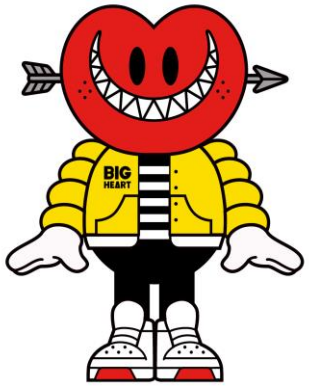
梁洪瑋 (Ave Leung) 跨界藝術家，G5M6主理人

- 2008年開始接觸潮流插畫藝術，十年獨立IP設計師經驗，之後成立藝術創意設計團隊G5M6(鬼五馬六)專注於潮流藝術與商業的跨界結合，為芒果TV設計IP芒果崽，及多款熱門綜藝。
- 2019年創作藝術IP-BigHeart ，至今以藝術家身份專注于藝術作品創作，以極其標誌性的愛心笑臉符號在日漸同化的藝術潮玩市場脫穎而出。

品牌創作

品牌介紹

- G5M6是一個藝術潮流IP孵化團隊，旗下Big Heart 是由跨界藝術家Ave Leung創作一個IP，原型是一枚“大心臟”。
- Big Heart以一種幽默又敏感的方式呈現了人們對於自我及內心的探索，同時去向社會傳表達出愛與包容，傳遞出在逆境時中用樂觀的心態順流而上的態度，從而讓“大心臟”在後疫情時代帶給人們對於身生活的治癒力。



內地 童子山 KIDISM HILL

品牌logo

設計師介紹

魏一番 Wei Yifan

十九番的漫畫代表作《兔子幫》以中國傳統文化“嫦娥奔月”及“月宮玉兔”爲故事背景，創造了一個融合書法、道家思想和功夫的童話世界，是中國大陸第一部由長篇漫畫改編成動畫片的作品，並被迪斯尼購買播放。

- 2016年後旅居杭州、東京、洛杉磯等城市，成爲波普藝術家，開始創作“童子山 Kidism Hill 系列油畫及藝術IP。

品牌介紹

- Kidism Hill 希望通過波普藝術重塑各地山神文化。Kidism Hill 的創作靈感來源於十九番的奶奶在其童年時，講述關於山神的故事。
- “童子山世界”中的第一個山神童子IP“火山先生”，象徵故鄉後山。
- 2013年，開始展示展示“全家福山神”、“哭樹山神”等新的山神童子形象。
- 2016年舉辦了個人首展“長不大主義”，給山神童子系列定調了個“精神內核”。
- 2018年開始爲衆多山神童子形象編撰統一的世界觀，爲之後的動畫影視化做準備。
- 2019年，在英國牛津Glass Tank Gallery 舉辦雙人展“花火山”，從而走上畫廊經濟和架上藝術，“童子山”的藝術IP正式成型。

品牌創作

內地 蒸氣工廠STEAMARTS

品牌logo

設計師介紹 - 項哲青

- 項哲青2008年開始手辦玩具的探索性研究，把手辦玩具與藝術相結合。
- 2012年創立蒸汽工廠STEAMARTS品牌，擅長蒸汽朋克和復古風格。愛油畫，愛手工，愛手繪，愛復古，愛把傳統手工藝與新事物相結合。

品牌創作

品牌介紹

- 蒸汽工廠STEAMARTS在2012年由青年藝術家項哲青創立，全系列作品都有濃濃的蒸汽朋克風格。
- 不同於傳統蒸汽朋克的暗黑，他們的蒸汽朋克更多一份Q萌，不同於西方蒸汽朋克的奔放，蒸汽工廠的作品多一些東方文化的內斂。
- 每個看似酷酷的造型都有一顆單純的心，小人物有大夢想的精神。蒸汽工廠作品分爲四大系列：多比蒂斯系列、十二生肖系列、Artist系列、殺手系列。

法國

法國 EMERGENCY TOYS

品牌logo

EMERGENCY TOYS

設計師介紹 Bertrand Charlot

- Bertrand Charlot在畢業後，負責法國電視節目的動態圖像設計和動畫設計。其後，他開始在一家法國玩具品牌擔任平面設計師，實現了他的童年夢想，為國際和歐洲知名授權品牌工作。
- 他為了更多的藝術自由，開始了自己的藝術玩具品牌Emergency toys。他的藝術作品現在分為兩個方面：一方面是乙烯基藝術玩具和客製化，另一方面是一個新的實驗性研究，稱為toybox，他試圖將裝飾藝術物品與藝術玩具文化相結合。

品牌介紹

- Emergency toys! Because we can’ t wait! This is an emergency! We all urgently need cool and fun art toys!
- Emergency toys！因為我們不能等待！這是一場緊急情況！我們都急切需要酷炫有趣的藝術玩具！
- Emergency toys現在已經三歲，並已經生產了6款限量版的乙烯基玩具, 還有更多即將推出。他們最大的願望是創造最酷的玩具。所有的創作都來自一位設計師，也是Emergency toys的創始人：Bertrand Charlot之手。
- Emergency toys還有另一條藝術產品線，名為Toyboxes。這些大型乙烯基完全雕塑的盒子分為兩部分，並開拓兩種影響的融合：裝飾藝術和設計以及藝術玩具的世界。

品牌創作

法國 JUCE GACE

品牌logo

設計師介紹Juce Gace

- Juce Gace在白天是編劇，晚上是藝術玩具設計師。Juce Gace 的創作方向為我們童年時代的標志性角色和成年後的感知轉變。
- 剛起步時，Juce Gace是一名2D設計師，他在街上貼貼紙並創作限量版徽章。後來他轉向3D設計，並推出了他的第一款藝術玩具 晨起小木偶《A Wood Awakening》。這是一件具有象徵意義的作品，展現了他可愛、有趣和驚喜的風格。
- Juce Gace的目標是引起反應，讓人們笑和開心等等。 他非常認真地對待樂趣！

品牌創作

品牌介紹

- Juce Gace在2020年的設計師玩具獎中榮膺「最佳非授權」類別的提名者，且已經為世界帶來了50款藝術玩具。
- 他曾前往多個國家進行個人展覽、活動和展覽會，並受到Hype Beast的關注。作為一位法國藝術玩具藝術家，他迫不及待地想要與您見面！

香港

香港 78Jo

品牌logo

設計師介紹

- Sunny Tam 慣常在作品中使用大量色塊花紋圖案，希望利用畫面上的元素去留住觀眾的目光。
- 畢業後分別在商業，設計和教學畫廊等藝術相關領域工作。
- 在感受生活和多方面學習多年之後於2018建立個人品牌78JO，受到香港狹小的生活空間影響，創作出小型搪膠玩具波波魚系列。期望一點一滴把藝術元素注入小玩具，融入收藏家的生活當中。

品牌創作

品牌介紹

- 78JO是在2018年由Sunny和Rosie共同創立的一個小型設計師玩具的品牌，由創作、雕塑、上色、包裝到行銷都一手包辦。
- 除了自己的設計外也有和其他品牌合作交流。
- 78JO致力於創造簡單輕鬆的設計師玩具，無論是作為收藏品禮物還是陪伴你的日常，讓我們一起渡過美好的每一天吧！

香港 biu!biu!monster

品牌logo

設計師介紹

- Ronny Yeung 是一名香港玩具設計師,分別在2023年及2024年創立玩具品牌- GilluGillu及biu!biu!monster, 近年活躍參與不同本地及海外展覽。

品牌創作

品牌介紹

- biu!biu!monster 是一個香港玩具品牌
- 主要製作搪膠及樹脂玩具，創作主題圍繞怪獸和神話傳說題材
- 深受日本昭和怪獸及特攝片影響。

香港 Bobo with friends 聲球小夥伴

品牌介紹

- Bobo with friends 的主角「金寶寶」源於設計師 Cting 陪伴了她十八年的狗兒寶寶（BoBo），取名意味為「我家的寶貝」。在 Cting 的少女時期，她常常熬夜畫畫，寶寶則在一旁默默陪伴，這樣的陪伴也激發了寶寶的初步設計概念。慶祝小主人一歲生日的翌日，寶寶卻不幸離世，這讓 Cting 感到心靈缺失。於是，她將對寶寶的思念化為創作的力量，希望重現寶寶的形象，並希望她能陪伴更多孩子的成長，療癒他們的心靈。
- 金寶寶的名字源於 BoBo 的花名，因其金色的毛髮而得名。金寶寶是約瑟嗲里與長毛芝娃娃的混種犬，設計師保留了她的金色毛髮、淡粉紅的大耳朵和圓圓的黑眼睛，並在她的鼻樑中間設計了奶白色心形的毛髮作為標記，讓金寶寶透過可愛的外形傳遞愛。
- 金寶寶與她的白色毛毛寵物，靈感來自 Cting 的另一隻狗弟弟小白。白毛毛是一隻可愛的胖銀狐，設計上保留了其圓潤的身形和黑色大眼睛，將設計師的兩隻寶貝融入角色設計中。
- 除了金寶寶與白毛毛，IP內容還包括副船長紫金喵、土木工程師藍某與守護者熊姬等角色，這些角色共同承載著五行元素，展現出多彩的變化，強調「愛己愛人愛物愛地球愛下一代愛回憶」的精神。

設計師介紹

- 詩婷對創意的熱情源於高中時期，大學畢業後，曾擔任兼職美術老師，指導學生發揮創意。
- 詩婷亦擁有超過十年的媒體工作經驗，曾在電視台從事內容業務及電影後期製作。
- 目前，詩婷正全力投入IP產業，結合藝術手作和媒體創作的能力，致力於IP內容的創作。2024年，與長春社合作舉辦第一個個人IP展覽，展覽內容包括與嘴坊合作的IP聯乘T-shirt、六場藝術工作坊、兩場手偶劇場表演、五條IP定格動畫及一首原創歌曲，這將是一次寶貴的設計、製作與應用經驗。
- 展望未來，將與長春社合作於2025年推出一本以非物質文化遺產為主題的IP繪本，並邀請博士擔任顧問。計劃於2025年4月完成作品，並在出版後舉行線下活動，以推廣教育下一代認識非遺。此刻，也在洽談授權合作，設計毛絨公仔、毛絨掛件及盲盒，期待進一步擴展創意領域。

品牌logo

品牌創作

香港 Mikka 貓法師米卡

品牌logo

設計師介紹

- 鄭琪琪曾為國際知名品牌及大型企業設計操刀，合作客戶有香港鐵路有限公司、香港置地集團及芝寶火機等。
- 其設計作品曾榮獲多項國際獎項肯定，包括香港授權業大獎、香港智營設計大賞、IDA設計獎及ARC設計獎等。

品牌創作

品牌介紹

- 品牌角色「Cataholic Wonderland」創立於2020年，即於該年獲得「最佳香港原創授權角色設計獎」金獎。
- 故事講述一個貓咪樂園，性格背景各有不同的貓咪們都能在這裡和睦相處，關係融合。Cataholic Wonderland希望藉此傳達「和而不同」的理念，將人與人之間的距離拉近，並將快樂傳遞開去。
- 品牌現已促成不少的品牌合作，客戶包括荃新天地、愛護動物協會及始創中心等。

香港 Cax's Toybox

品牌logo

設計師介紹

- Cax Chan畢業於美國三藩市Academy of Art University（舊金山藝術大學），畢業後返港從事美術及設計工作十多年，曾任藝術總監，現為自由工作者，專注個人創作。
- Cax Chan從小喜愛繪畫，尤其喜歡繪畫可愛的角色，創作出IP角色LolliPopi，希望透過可愛的繪圖及立體作品帶給人溫馨療癒的感覺。

品牌介紹

- LolliPopi是CaxChan創作及設計的IP及ArtToy潮玩品牌。
- 自2022年起正式公開發表，參與過多個本地及海外的展覽。
- LolliPopi的創作環繞著主角LolliPopi與他的同伴們在他們的星球及來到地球後的日常生活和冒險故事。
- LolliPopi的造型像布偶娃娃，概念來自於默默陪伴我們的童年時光卻已被我們遺忘了的玩偶朋友。他們現在從宇宙回到了我們的身邊，希望可以繼續陪伴和療癒我們每個人的心。

品牌創作

香港 cdaan made

品牌logo

設計師介紹

- Zane Wong 自小喜愛各種玩具， 並對玩具改造擁有濃厚興趣。 於2017年開始接觸香港設計師玩具文化， 經過理解物料的特性開始自己玩具的創作並於2019成立個人品牌：是但製

品牌創作

品牌介紹

- cdaan made 是但製
- 是但: 隨意地；不認真地
- 是但製的設計在於認真執行一些隨意想法。
- Zane的每一個創作都有自己的故事， 鼓勵人們以新穎而有趣的方式來玩耍。Zane很高興能與大家分享他的設計， 並與同樣熱愛玩具的人交流！

香港 DDED

品牌logo

設計師介紹

- Albert 於2014年創立DDED以方角作為設計風格，曾為多個大型品牌創作網絡及電視廣告，其後更涉獵不同的創作範疇包括神仙玩具、萌物大叔系列等等。

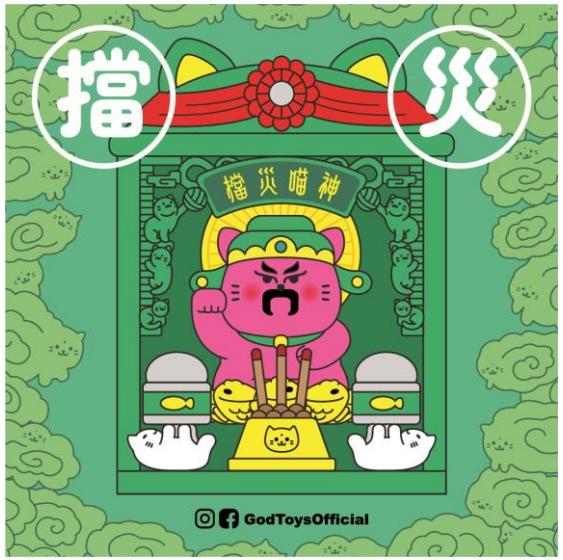
DDED

品牌介紹

- 神台是中華傳統文化的重要象徵，過去許多華人家庭都習慣安放神台，祈求神明庇佑。然而，隨著現代居住空間日益狹小，大型神台櫃已不易擺放，這項傳統文化也因此逐漸式微。為此，「神仙玩具」品牌，將傳統神台櫃迷你化、趣味化，盼能延續這份文化遺產。

- 「神仙玩具」系列巧妙融合了傳統神台與可愛的喵咪元素，每尊「喵神」都擁有獨特的庇佑功效，為善信帶來祝福。神台頂部設有小燈，可隨時「開光」或「關光」，增添儀式感；另附有三支小香，讓信眾隨時上香祈福。包裝盒更可搖身一變成為「簽筒」，方便求簽問喵。即使在蝸居或辦公桌上，這款迷你神台也能輕鬆安置，不僅幫助年輕人傳承中華文化，還能為生活增添一抹好運！

品牌創作



香港 INK TATTOO STUDIO

品牌logo

設計師介紹

- JAN KWOK - 香港紋身藝術家，2005年正式創立《INK TATTOO STUDIO - 北．魂刺青》一直醉心於紋身藝術，深信每一個作品由構思、設計，到刺在皮膚上，整個過程，都是神聖而永恆的。
- 個人擅長暗黑藝術風格。一直堅持原創，經歷多年的創作，認為紋身是很個人化的，力求為每一客人設計出獨一無二的作品。

品牌創作

品牌介紹

- 為了追求更多不同風格的創作，於 2016年創辦《INK UNDERGROUND WORKSHOP - 墨魂 · 地下工作室》，是《INK TATTOO STUDIO》的旗下分支
- 主要是創造一些暗黑而非主流的紋身及作多方面嘗試, 包括 TOYS DESIGN、TEE DESIGN、PRODUCT DESIGN等，同時和多位創作人合作，希望用紋身概念作多方面創作，風格題材主要是暗黑藝術為主。

香港 KWOKIN WORKSHOP

品牌logo

設計師介紹

- 創作者Kin在不同的玩具設計公司工作，在工作過程中學習並吸收到不同玩具設計和生產工藝，得到不同的玩具製作經驗。
- 在玩具公司工作這10年間一直留意潮流玩具的變化，5年前開始設計自己原創角色。在2018年以製作立體玩具為目標，創作出Heddman and Mini Miner。
- 完成產品玩具後，開始積極參加不同的展覽，在這段日子，認識到不同的潮流玩具設計師。在不同的設計師身上學習潮流玩具的製作技巧和市場方向，有助其創作出之後的Gumbio, 以及Gumbio為基礎的美食系列玩具Creambio, Nuggum, Peanut Gum， Sushi Gum的立體造型玩具。

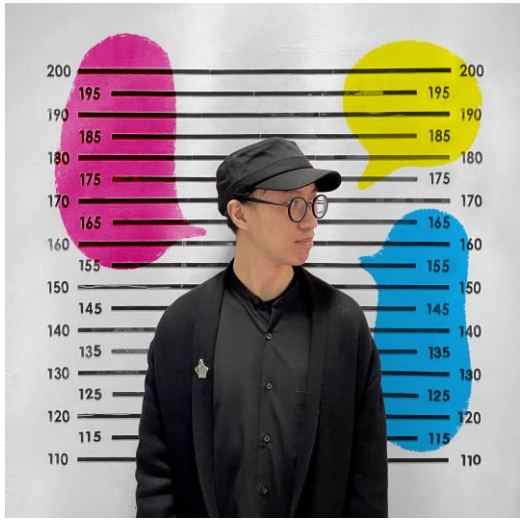
品牌創作

品牌介紹

- 創作者Kin以Kwokin Workshop 品牌開始創作出角色玩具。作品設計意念以創作者的自身經歷和見聞，運用角色作媒介表現出來。
- 在2018年，創作出Heddman and Mini Miner，概念來自可愛但帶刺的刺蝟。
- 2021年設計出的Gumbio算是後續之作，角色變得圓潤順滑，但有一只尖角長出來。表達處世雖然被外界改變得很圓滑，更容易被外界接受，但尖角表達保留著作者對作品的堅持堅硬如角，保留著一種對設計的執著。
- 2022年，開始對創作有另一種的感悟和設計方向。創作出以Gumbio為基礎的美食系列玩具Creambio, Nuggum, Peanut Gum， Sushi Gum的立體造型玩具。

香港 Micbraining

品牌logo



設計師介紹

- Mickey Mic 喜歡畫畫，現為多媒體設計自由工作者，自由工作模式讓其可以安排多一點時間在創作上。自小被日本超級機械人文化及荷李活科幻電影影響，喜愛上科幻及神秘題材。作品圍繞宇宙元素為設計概念。曾參與「Hong Kong Art Toy Story」、「動漫人型設計比賽」、「漫人偶像」及「同航藝術玩具展」等，多個展覽。
- 2019創立自家品牌 - micbraining 開始把自己設計的玩具實體化，以及跟不同潮玩藝術家聯乘合作，推出合作款式的作品。科幻題材令他聯想到螢光及夜光顏色，作品經常運用金屬及螢光色，讓作品在日光及紫外光燈下，可以演繹兩種反差大的神秘感覺。
- 他曾與多個本地及海外藝術家合作推出限量塗裝款式，希望繼續參與更多不同的合作，增加創作靈感及擴闊眼光。

品牌介紹

- 品牌成立於2019年，第一款立體作品是 Space Driver - Nyan，概念來自「身、心、靈」，他是一位在宇宙漫遊的太空人，尋找宇宙誕生的新生命，分享生命的意義，從而在維度上進升更高層次。
- 2020年跟 Mechnoiz Toys 合作，推出復古風打拳機械人 - RoboPunch, 創作概念來自紅藍色拳擊玩具，保留了頭盔可以打開的設計，加入內藏腦部的細節。頭盔背部也加入了隱藏元素，令它可以變形為一隻猩猩。之後繼續發展，為它加入虎頭及佛像頭，創作成 TigerPunch 和 SoulPunch，增加趣味及可玩性。
- 2021年跟 BigClawX 合作，推出日本武士風格的螯蝦武士 - 螯魂。設計融合螯蝦的甲殼及日式武士盔甲，並加入科幻元素。他是一位穿越時空到達戰國時代的未來武士，失落在戰國時代，運用未來科技在當時亂世闖出名堂。
- 2021 開始跟 UCOLLEX 合作，把創作轉化為NFT藝術品，在網上營銷，將實體作品開啟一條新路向，把作品的潛力提升。
- 2023年跟 Mechnoiz Toys 合作，推出半解設計太空人 - Space Frenzy, 創作融入快餐元素，背包是一個大型嘅零食販賣機，而且加入復古遊戲機元素。

品牌創作

香港 Momoneko Artwork

品牌logo

設計師介紹

- 設計師2021年初次接觸Art Toy， 以家中寵物貓創作出吉吉、毛毛、哈比角色， 過去以傳統招財貓作有 特色的創作。
- 2022年以「吉吉俠」首次參加「香港原創動漫人型設計比賽公開組」進入30強，並於 香港動漫節期間展出。
- 2022及2023年參予台北國際玩具創作大展， 2023年參加Thailand Toy Expo，2023年及2024年參加了香港插畫及文創展，
- 2024年11月到日本參予東京Design Festa，
- 今年2025年12月在香港參加Amazing Toy Show， 2025年到台南參加國際玩具博覽會。

品牌創作

品牌介紹

- Momoneko Artwork是由一位超級貓奴由喜愛繪畫主子而成立， 品牌的名稱是源於設計師一隻陪伴十多年後去了彩虹橋的愛貓 - 毛毛而命名。設計師以不同元素加入傳統招財貓進行創作，
- 一開始就嘗試以寵物貓毛毛、吉吉及哈比跟招財貓crossover。當初是從一張手繪圖、雕泥開倒模、做倒件人手打磨再上色， 上色都以真貓毛茸茸及仔細貓紋圖案為核心風格， 務求做到真貓有如化身成招財貓感覺
- 一直以傳統招財貓加入新的創作元素， 今年將熊貓化身為招財熊貓， 想將香港增添熊貓盛事做個紀念。
- 另外將香港美食製作成招財貓的頭飾， 想將香港美食菠蘿油、西多士及燒賣元素與傳統招財貓作crossover。
- 還有新創作是將貓貓幻化成漢堡包 及漢堡神偷喵。

香港 My Mind Studio

品牌logo

設計師介紹

- 仔仔Helren - 自幼熱愛繪畫及創作，深信圖像是人與人之間溝通的橋樑。以畫筆建構世界，並創立了 My Mind Studio
- 旗下擁有兩個品牌
- My Mind
- 謎樣生物幻（Monster Fantasia）

品牌介紹

- 畫者透過扭曲的時間與空間，營造出虛幻而抽象的畫面。其夢幻風格塑造出獨特的幸福感，品牌角色「伊恩兔」象徵著每個人心中隱藏的幸福。
- 謎樣生物幻想（Monster Fantasia）
- 專注於創造獨特而奇幻的生物角色。
- My Mind Studio曾參加不同展覽，如台灣文博會、台北國際玩具創作大展、香港動漫電玩節、泰國玩具展等等，讓夢幻風插畫及產品盛載夢想。

品牌創作

香港 №9THSTUDIO

品牌logo

設計師介紹

- 設計師由2023年由一個 fashion Stylist 轉型成為一個玩具設計師，並創立 N°9TH STUDIO 設計自己喜歡的玩具作品，希望以fashion的潮流配搭造型注入玩具中。
- 本身從事大公司時裝業十多年，由於厭倦沉悶死板的工作。2023年藉着公司遷移到新加坡，放棄到新加坡發展，開始投身玩具行業，希望能在自己喜歡的香港，做喜歡的事，造Made in Hong Kong的作品，帶到海外。

N°9THSTUDIO

品牌創作

- 品牌介紹
- №9THSTUDIO - Nothing Studio 於2022創立， 由設計師 Kailam Chan主理， 產品由設計到生產都是設計師全人手手工打造及塗裝。
- 品牌意思同其產品一樣， 所有所有都是由於零開始， 從概念到實現， 從甚麼都沒有到上色完成品， 每件作品都不只是一件玩具那麼簡單， 是設計師心血結晶的藝術品。
- Kailam 從來不覺得玩具是玩具， 所有設計以藝術品角度去創造每一件作品， 是可以放在家中成為一件有回憶有玩味的藝術擺設。
- 以 Nothing 去創造 Anything, 100%香港製造. Nothing more, Nothing less.

香港 Sleeping Pen 睡睡筆

品牌logo

設計師介紹

- 2018年初開始以睡睡筆之名售賣自家設計插畫寵物postcard和繪畫寵物等創作，而受大眾喜愛。
- 品牌成立未夠一年間已接受報章、電視台和網台的訪問和報道。
- 睡睡筆於2019年被韓國濟州島選為世界藝術家教育計劃的全球10位藝術家之一，並受邀請出席當地的藝術交流和分享活動並獲得個人獎項”Live Drawing & Painting Award Top Artist”
- 由2022年更創作個人角色「魚人叔」，為他繪畫插畫，更推出周邊精品，和向藝術玩具方向發展。

品牌介紹

- 睡睡筆概念來自平時見到啲筆放晒喺枱面唔郁，攤晒喺度冇乜活力咁，就提醒自己唔可以懶，要喚醒佢哋全部起身創作！亦有諧音「睡睡不」的意思

品牌創作

香港 Tatakai Hime 戰鬥姬

品牌logo

設計師介紹

- 戰鬥姬的總設計師是Aaron，他是個愛幻想、勇於挑戰的人，自少已經不喜歡生活在框架之下，就是個反叛的人。
- 他喜歡由零開始，逐步建立屬於自己的東西。
- 2017年，他創立第一個原創品牌-戰鬥姬，一隊勇敢的少女兵團，為拯救人類而踏上戰場。他希望大家都喜愛戰鬥姬，亦希望戰鬥姬屢敗屢戰、不屈不撓的精神，可以感染每一位讀者。
- 2020年，Aaron更推出第二個原創品牌-麒麟波，是個兒童向的品牌，一個為尋找兒時玩伴而展開冒險之旅的小小吉祥物，故事添加了奇幻和冒險元素，希望以淺白的故事向孩子們講述大道理。

品牌介紹

- 戰鬥姬是2017年面世的香港原創品牌。 品牌推出至今，我們圍繞故事製作多個項目，包括：細黏土人偶、模型、攬枕、桌遊、卡牌遊戲、漫畫及動畫等。
- 故事以外星人侵略地球為背景，貓星人因為母星受到太坦星人的攻擊而滅亡，在宇宙流亡已久，斷水斷糧之前找到了地球，因為害怕不能安全生活，所以在降落前先散播病毒，令地球人發狂並自相殘殺，好讓牠們安心留下來。
- 5位主角，分別是偶像歌手萌絵、巫女蛍、主播夏実、富三代宅女寧寧和高中生翼，在全世界發狂的時候，她們卻因為有抗體而對貓病毒免疫，胡裡胡塗下，被徵召入軍隊，組成救世軍團- 戰鬥姬。故事在一個荒廢的農場揭開序幕，半吊子的戰鬥姬們首次出勤，為軍隊搜尋糧食；世事往往是預料之內，這班平凡的少女，當然沒有一下子就成了驍勇善戰的戰士，步步驚險連軍方僅餘的直昇機都丟失了，但大家卻未有言棄，失敗之後反而激發起鬥心，她們誓要為自己愛的人、愛的家，拼命一次！
- 在成為戰鬥姬前，雖然各人都有自己的目標，在尋找的過程中更走了很多冤枉路；但成為戰鬥姬、得到了更多的歷練以後，她們才慢慢找到自己真正的使命，摸到正確的方向。

品牌創作

香港 UNI MIMOO

品牌logo

設計師介紹

- Anna，潮流玩具設計師，UNIMIMOO品牌主理人，於2021年開始以角色Mimoo為創作重心，主力於潮流玩具的創作，希望透過玩具喚醒成年人內心的小孩，讓玩具帶他們回到童年時的無憂，放下成年人的枷鎖。

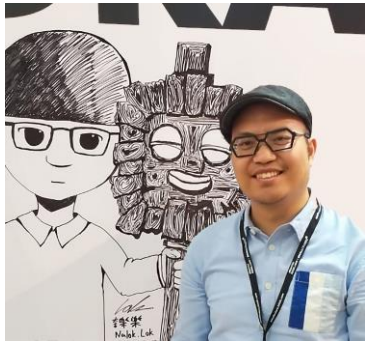
品牌介紹

- UNIMIMOO於2021年創立，初以嘗試新事物的心態，主要製作電繪插圖及油畫分享，
- 後來受到潮玩文化影響，主力創作設計師玩具，希望透過玩具喚醒埋藏在內心的小孩。
- 即使長大了，偶爾仍可回到童年時的無憂，放下成年人的枷鎖。
- 品牌IP「MIMOO」系列作品充斥著夢幻美感。 講述Mimoo被趕到地球生活，遇見了善良的人類而決定守護他們。 常以可愛、活潑形象迎人，同時經常發白日夢，與迷失方向的靈魂展開奇幻旅程。

品牌創作

香港 奈樂樂 Nalok.Lok

品牌logo



設計師介紹

- 奈樂樂（Nalok.Lok），本名關偉樂，於香港出生，香港插畫師協會委員，心靈繪本作家。畢業於香港理工大學設計學碩士課程，之後更獲頒發獎學金到拉脫維亞藝術學院攻讀視藝碩士。
- 他曾奪得多項獎項，備受肯定。他的《跳下去的一秒》於2018年獲得「第六屆動畫支援計劃－初創企業動畫」優異獎。
- 此外，他更曾兩度奪得「日本插畫師協會 Illustrator Of The Year」的獎項, 分別是2022年「最優秀出版插畫賞」及2023年「年度優秀插畫師」。

品牌創作

品牌介紹

- 奈樂樂於大中華區推出了心靈繪本系列，以簡短故事配上精美插圖，探討人的內心脆弱一面之外，更會諷刺現實醜惡一面，讓讀者了解社會及人性的陰暗面，提升面對逆境的復原力並學懂應對。
- 近年來，他除了繼續創作，亦與客戶、政府部門及社福機構如社會福利署、環境保護署、救世軍和生命熱線創作創作插畫，又與不同品牌聯乘活動推廣，更致力培育人才，教授插畫技術，舉辦作家分享會及生涯規劃講座。

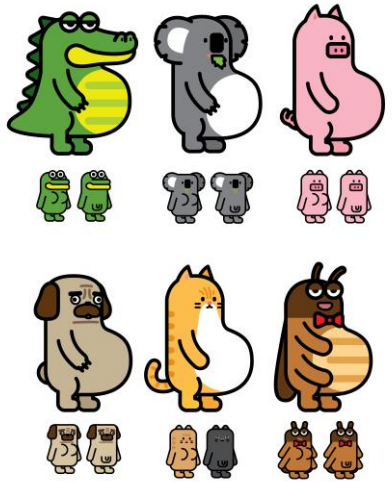
香港 懷孕之動物

設計師介紹

- 「東尼電機」 - 由生活小問題開始，以幽默創意插畫創作出一系列「實用」發明產品及將其量產化及實體化。
- 因為作者東尼終身願望是令一個女子懷孕，可惜無人愛東尼，唯有將愛意投射到可愛的動物身上。
- 一般情況下也很少機會見到動物會有大肚子，原來是十分可愛！於是創作了不同懷孕動物造型，懷孕系列就這樣誕生了！

品牌logo

品牌創作



品牌介紹

- 懷孕之動物系列
- 除了人類會大肚懷孕產子，動物一樣有懷孕的時候！懷孕之動物系列呈現了她們懷孕的可愛造型，玩具更能誕下小嬰孩增加樂趣，亦富有教育意義。

印尼

印尼 Gwen The Corgi

品牌logo

設計師介紹 - Eric Christian

- Eric Christian在塗鴉藝術界以Eric Noah的名稱聞名通過在2017年的GIIAS活動上在Nissa Juke車上現場繪畫以及創作韓國流行音樂歌手太妍（Taeyeon）的壁畫等成就，對城市藝術產生了重大影響，並受到了媒體的關注。
- 他於2008年開始從事壁畫和塗鴉工作，後來從平面設計轉向潮流玩具。受到他的柯基犬Gwen的啟發，他創造了自己的玩具IP 《Gwen the Corgi》。
- 在COVID大流行期間，他將焦點轉向藝術玩具，開發了新的IP，如《Chrlz》和《Papi the Pig》。

品牌介紹

- 受心愛的柯基犬Gwen啟發，Eric將他的2D設計活現為3D藝術玩具。這份雄心開啟了一條獨特的創意之路，使他成為了一名玩具設計師，並在2016年推出了他的第一個玩具IP《Gwen the Corgi》。
- Gwen的角色充滿活力，對新事物總是充滿好奇，有時做出一些愚蠢的事情。

品牌創作

印尼 owange team

品牌logo

設計師介紹 Kong Andri

- Kong Andri 以Owangeboy角色創作衍生玩具，這些玩具展示了各種職業、服裝和圖案。
- 這些玩具保持了原始角色的辨識度，同時也提供了豐富的創意空間。在設計時，Kong喜歡使用明亮飽和的顏色，以突出復古風格。
- 在合作時，他將這個戴著護目鏡的大眼小男孩生動地與其他物件結合，以保持原始角色的美學風格。

品牌創作

品牌介紹

- Owangeboy的故事：Oswasaki教授和Angel兩位獨立的科學家,他們創造機器人以應對新的4.0工業革命。可是，一場突如其來的海嘯摧毀了他們一生的研究及生命，唯獨留下了才華橫溢的機器人男孩Toshiro。
- 作為唯一的倖存者，他找到了新的存在意義 - 繼承創造者的遺產。憑藉他的創造力和智慧，Toshiro開始收集廢料和任何他能找到的東西。於是，Owangeboy（OWasaki-aNGEL Boy）誕生了。

印尼 SILVIA TAMPI ART TOY

設計師介紹 Silvia Tampi

Silvia Tampi 主修視覺傳達。她從事平面設計工作並開始了自己的職業生涯。她從小就開始收集玩具，並將自己的熱情延續到創作自己的玩具。

- 她參與的最近活動包括：
- 雅加達第19屆玩具和漫畫展（2024年3月）
- ACGHK – Elefunpop在香港（2024年7月）
- 設計師藝術玩具博覽會 Vol.2 在雅加達（2024年7月）
- ACGGBA – Elefunpop在深圳（2024年9月）
- 印尼遊戲博覽會（IGX）在雅加達（2024年10月）
- 雅加達第20屆玩具和漫畫展（2025年2月）

品牌介紹

- FATTY BONES 是Silvia Tampi 因對創作玩具的熱情而製作的IP。所有定制的 Fatty Bones 都是手工雕刻和手繪的。
- FUDOG WARRIORS 是Silvia Tampi 的第二個原創玩具。它們象徵著力量和保護、祝福和繁榮、平衡和和諧。它們可以變身調整外觀，與我們共同生活，以保持平衡並保護世界免受黑暗面的侵害。
- FATS ATTACKS 是我第三個原創玩具。它的靈感來自所有用脂肪操縱力量來攻擊我們的垃圾食品。它攻擊所有人類，所有年齡段，以及全世界。人類，當心 FATS ATTACKS，人類的滅絕將很快到來！
- 西遊記系列 是我創作的第四個原創玩具，創作於2025年。在我看來，四名成員，雖然圓胖可愛，但仍保留著他們角色的真實性。

品牌logo

品牌創作

日本

日本 AI BEAR

品牌logo

設計師介紹

- Baron Ueda 是電子遊戲、MARVEL、DC電影和《STAR WARS》系列的粉絲。
- 他獨特電子人物插畫給觀眾留下了深刻的印象。他曾與Google、麥當勞、Nike、Red Bull、Yogibo Racing、布袋寅泰、EXILE、Perfume、川谷絵音、砂田将宏（BALLISTIK BOYZ）等人合作。
- 他曾經挑戰將電子創作、尖端印刷技術和日本傳統融合，為日本庭園茶室中的金色懸掛卷軸和屏風、藤次寺大仏殿的門畫作品進行了描繪。他亦為今年的大阪關西博覽會創作了JR西日本的主題視覺。
- 其次，他還為《魔法風雲會》的神話稀有卡牌“AETHERDRIFT”和玄德社的“JINROU”卡牌進行了繪畫。他為盧卡斯影業認可的《STAR WARSx MANGA》創作了藝術作品。他也是AI BEAR，一款嬰兒熊機器人的創作者。

品牌創作

品牌介紹

- AI BEAR的製造商是 STUFFED BEAR COMPANY（以下簡稱"SBC"），以"BEAR"作為視覺標誌，正在全球取得巨大進展。
- AI BEAR是世界上第一款擁有精密人工智慧的寵物機器人。它比寵物更親近人們，像人類孩童一樣跟人類互動，並且懂得自主學習。它深受各性別、國籍、種族和年齡人士喜愛的產品。
- AI BEAR擁有多種情感表達和個性，其溝通技能會隨著與人互動方式的不同而改變，成為世界上獨一無二的可愛AI BEAR。它的外部由高級德國布料製成。在晦暗的眼睛後方，設有高清攝像頭和投影功能的鏡頭。耳朵也配備了3D環繞音響和定向參數音響，可實現與AI BEAR的清晰溝通。
- AI BEAR不僅僅是一個玩具。它將永遠陪伴在您身邊，與您交談、笑著、旅行，分享珍貴時刻和回憶。
- "與AI BEAR的生活"

日本 Hanamusic

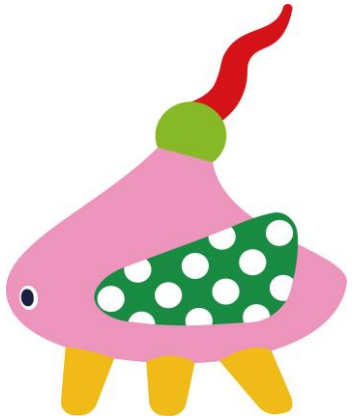
品牌logo

設計師介紹

- Tomoka 和DADA是一對搭檔。
- 他們基於有趣生物的主題創作出色彩繽紛且流行的物品。
- 在2021年，Tomoka 和DADA開始了以棘角蟬為基礎的角色的藝術玩具品牌「Hanamusic」。

～展覽活動～

- 2016年「My Dear Creatures」AOYAMA TAMBOURIN GALLERY
- 2022年「POP UP COLONY」T-BASE GINZA GALLERY
- 2023年「TOTEMS」T-BASE GINZA GALLERY
- 2024年「Bugs Circus」T-BASE GINZA GALLERY
- 2025年 藝術與時尚聯展「NEW ENERGY」



品牌介紹

Hanamusic結合了花朵（hana）、昆蟲（mushi）和音樂（music）的意思。

Hanamusic正在發展一個真實與幻想融合的樹蟬世界觀。

角色：

Sashimi、Muumuu、Togemaru和Tawashi（幼蟲）

日本 HARIKEN / 哈利劍

設計師介紹

- HARIKEN（Kenichi Hariu）以全年穿著綠色並攜帶僅綠色物品而聞名。
- 這代表了他的主題和志向；綠色代表綠色少年。換句話說，這是他初心的幼稚感的提醒。
- 他的綠色就像一棵大樹，將繼續向全世界傳遞正面的能量。
- “STAY GREEN AND NEVER LOSE YOUR KIDS MIND“。

品牌logo

品牌創作

品牌介紹 HARIKEN

- HARIKEN角色們雖然笨拙，但每天都活得充實滿足（=綠色少年）。HARIKEN生產PVC人物、貼紙、鑰匙扣、T袖等物品和內容。
- 樹脂公仔在亞洲主要地區非常受歡迎，並擁有包括中國、台灣、香港、泰國和美國等全球各地的粉絲。
- HARIKEN積極參與海外活動，以“微笑玩具”為主題，向全世界的人們傳播愛和微笑。

日本 KAMAKIRI

品牌logo

設計師介紹　KAMAKIRI

- KAMAKIRI創作了一系列可愛和滑稽的作品，並製作了自己的設計師玩具。他亦有協助品牌塑造書籍和遊戲軟件插圖中的角色設計。
- 他希望他的作品不僅展現美感，還能呈現獨特的街頭氛圍。

品牌創作

品牌介紹

- KAMAKIRI 的代表性角色 GABULIEN 是根據日本漫畫中的一種咬合聲命名的。GABULIEN 的能力是在咬過某物後，能夠將自己的身體顏色變成該物體的顏色。

日本 KENTOO

設計師介紹

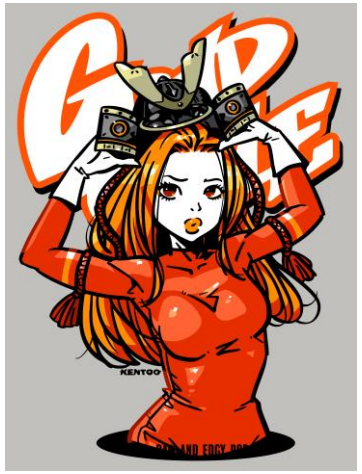
KENTOO 為一位插畫家及角色設計家。

品牌logo

品牌介紹

- KENTOO品牌下的角色融合了日式及美式風格；貼合流行，而且行走極端風格。
- 角色風格可愛但性感型格，且有著搖滾的元素。

品牌創作



日本OFUTON HEAVEN

設計師介紹

- EBI是OFUTON HEAVEN的設計師！
- 來自日本，请多多指教！

品牌logo

品牌介紹

- OFUTON HEAVEN　致力於創作有趣、療愈的原創角色，包括“天使”和 "Coro Chan"。
- 通過原創角色"天使"（Tenshi）和"可樂醬"（Coro chan），創作出既富趣味性又能撫慰人心的作品。

品牌創作

日本 RIBONchan

品牌logo

設計師介紹

- Meruhen Rieko的原創角色 RIBONchan於2016年誕生，其概念為「Märchen＆Happy」。
- 她是一位佩戴著大蝴蝶結的女孩，具有變身成可愛甜點和參與傳統日本活動的能力。
- RIBONchan的創作以日本文化為主題，致力於向日本國內外的人們傳達日本的美好和傳統。
- 希望大家會喜歡我的作品

品牌創作

品牌介紹

- RIBONchan希望透過可愛、獨特的世界觀，宣揚日本文化。

韓國

韓國 ADDNUT studio

品牌logo

設計師介紹

- RVAM80在韓文中意為栗子，以創作角色的頭部形狀命名。
- 我對工作室名稱進行了一些改造，以製作與我的想法相關的東西。
- 我有時候甚至會對工作室的名牌吠叫以獲得靈感。

品牌創作

品牌介紹　ADDNUT STUDIO

- 狐狸角色FOXIN，為ADDNUT STUDIO 的主要角色。儘管擁有其他角色，在首次玩具展覽中，FOXIN受到了公眾最多的關注。
- 它在韓文中也被讀作FOXIN，這意味著像狐狸尾巴一樣柔軟的感覺。FOXIN採用了一種強烈手工製作感覺的著色方法，使其感覺像一個柔軟的毛毛玩具。
- 我們將努力在未來的各個領域與您見面。

韓國 Bream man

品牌logo

設計師介紹

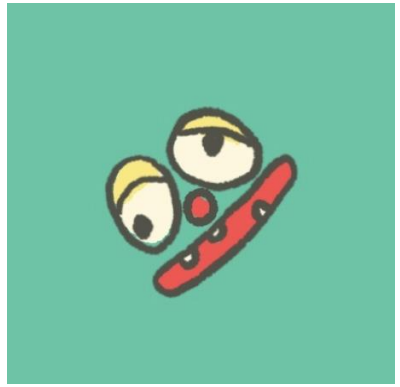
- DUCKHEAD的名字源自於設計師一位從事塗鴉工作的朋友在1999年時所給予的綽號。
- 自2006年以來，設計團隊一直從事企業促銷的現場繪畫等圖像作品，同時也從事著例如人偶等人物模型的工作。
- Nike Air Force 25周年紀念雕塑曾在首爾和北京展出。
- 近年來，他負責為SK C&C、KOLON、PENTECH和SAMSUNG CARD等公司進行插圖工作。
- 從2016年TTF開始，他們成立了“BOOMBOOMPOOM”團隊，並開始製作雕塑。
- 他們以“CITY OF PIGEON”為題在韓國作家名義發表書籍。2017年第二次參加TTF的“BREAM Man”角色相關人物模型。

品牌創作

品牌介紹

- "Bream man" (鯛魚人)
- 鯛魚人的周圍以我們的日常生活為基礎。
- 他的圓眼表現出對他的同情。
- 主要出現的是海鯛、鯊魚、章魚等海洋生物。
- 設計師不喜歡魚，但喜歡它們的個性。
- 他們喜歡表達這樣的個性，因為周圍有很多有趣的人。
- 每個角色的故事都與一本小插圖書一同製作。

韓國 FLUFFY ACORN



設計師介紹

- 設計師從小就喜歡畫畫、玩具和娃娃，自然而然地就選擇了與藝術相關的職業道路，在大學主修繪畫專業。因為一直想製作玩具和娃娃，所以設計師進入大學後很認真地尋找了相關的學習機會。
- 雖然工作時間長，但設計師的銷售工作自2018年開始才真正展開，所以還有很多事情要學習和經歷。
- 設計師覺得每天忙碌與興奮地從事這些各種工作，讓她感到非常幸福。

品牌logo

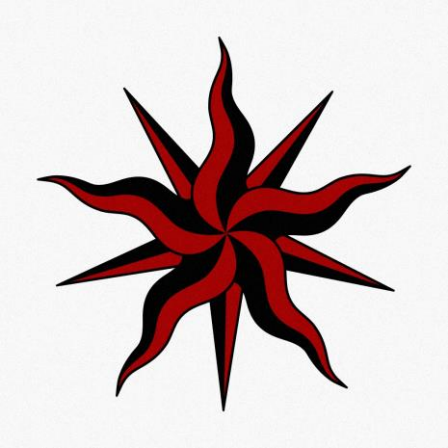
品牌創作

品牌介紹

- 「FLUFFY ACORN」字面上意思是一顆毛絨絨的橡子。
- 當設計師開始製作毛絨絨或小小的朋友時，就取了這個品牌名稱。
- 品牌追求的方向是通過各種作品讓人們感到愉快；每個角色都有一個小故事，設計師希望這些故事讓人們笑容滿面，並一直朝著這個方向努力工作。

韓國 GOGIBO

品牌logo



設計師介紹

- Gogibo 是一位韓國藝術家，專注於黑暗幻想主題的藝術玩具和插畫。他的作品探索現實與想像、美與黑暗的交匯點，旨在通過獨特的世界和象徵性角色創造強烈的視覺衝擊。
- 在藝術玩具領域，Gogibo注重雕塑細節和質感，設計和製作具有敘事分量的人物。它們不僅僅是玩具，更是能產生情感共鳴的藝術品，旨在與收藏家和愛好者在更深層次上建立聯繫。
- Gogibo的插畫也反映了黑暗神秘的氛圍，常常融入哥特式和神話元素。我努力描繪出怪異和美麗特質共存的生物和角色，提供對黑暗幻想類型獨特的詮釋。
- 通過這些作品，Gogibo參與了韓國和海外的各種藝術市場和展覽，尋求與觀眾的有意義的互動。未來，Gogibo希望擴展這些原創世界和角色，提供沉浸式的故事情節和豐富的視覺體驗。

品牌創作

品牌介紹

- GOGIBO以黑暗幻想為核心主題，專注於創作融合想像世界，與情感、雕塑美的藝術玩具。我們的目標是製作超越單純玩具的物件 — 每件作品都有自己的故事並喚起情感，捕捉美與怪誕之間的平衡，以及藏匿於陰影中的想像。
- 每一件作品都擁有獨特的角色和故事，結合黑暗類型的創意與高水準的工藝。從這些黑暗世界中冒出的實體，作為想像中的伴侶或現實的超現實反映，旨在引發情感共鳴並與觀眾建立聯繫。
- 通過設計、故事講述和情感的融合，讓收藏家及藝術愛好者沉浸在一個令人著迷、美麗且深具個人意義的世界中。

韓國 GOMOS

設計師介紹

- 在“生命是一場充滿趣味的探險！”的主題下，作品的世界觀被調整來表達日常生活中所發生的事情。
- 基於冒險、設計和各種想像力，製作了藝術玩具和平面設計。

品牌logo

品牌創作

品牌介紹

- Gomos 在“生活”主題下，用漫畫諷刺並表達日常事物。它表達同理心、震驚和其他情感，並嘗試通過不同角色組合使之更有趣。

韓國 HANDS IN FACTORY - HAZARD

品牌logo

設計師介紹

- 設計師在Hands In Factory擔任插畫師和藝術玩具藝術家。
- 他主要負責一個名為“HAZARD”的系列作品，靈感來自蜥蜴。

品牌創作

品牌介紹

- “HAZARD”系列反映了現代個人的形象，無論他們面臨多少次挫折，他們總是能再次站起來向前邁進，就像一隻反覆失去尾巴但能重新長回的蜥蜴一樣。
- 基於這個故事，Hazard宇宙中的角色也描繪了隱藏自己擔憂、看似不受影響地生活的人的日常生活。

韓國 HANDS IN FACTORY - UPTEMPO

設計師介紹　Jaeheon Lee

- UPTEMPO.
- 藝術玩具藝術家
- HANDS IN FACTORY 總監

品牌logo

品牌介紹

- Hands in Factory 是一家成立於2008年的韓國知名藝術玩具工作室，專注於融合街頭和次文化美學的角色設計和藝術玩具。
- 團隊由設計師UpTeMPO（李在煥）和RocKOON組成。他們共同創作原創系列，如“RUNNING HORNS”和“HAZARD”。
- 他們的作品已獲得國際認可，並與國際品牌如Nike、New Era、Netflix的《怪奇物語》和遊戲《英雄聯盟》進行合作。
- Hands in Factory 將會繼續通過將城市文化與獨特藝術表現相融合，持續對藝術玩具界產生影響。

品牌創作

韓國 KORIENTAL

品牌logo

設計師介紹

- 透過藝術玩具和插圖以最具韓國風格表達自我的藝術家。

品牌創作

品牌介紹

- 藝術玩具系列“KORIENTAL”以韓國神話、傳說和民間故事為創作基礎。
- 每件作品都蘊含著獨特的治癒力和溝通語言。這些被稱為藝術玩具的雕塑作品，承載著神明、英雄與平凡人的故事。

韓國 LeeSeongHeon

品牌logo

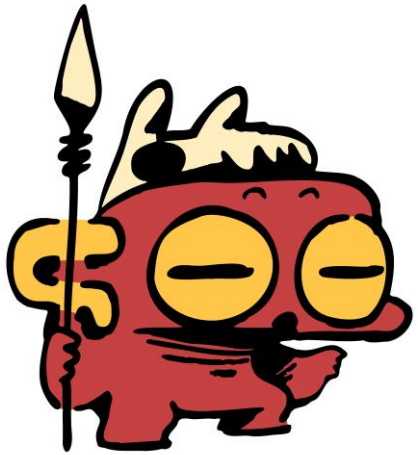
設計師介紹

- 我在韓國從事藝術玩具和插圖藝術家的工作，並以創作作品《Woongle》聞名。.

品牌創作

品牌介紹

- 《Woongle》是生活在一個虛構、未知叢林中的小型人類
- 它們總是被可怕的大型動物追逐。為了生存，它們應該怎麼做呢？



韓國 MUSHBUSH

品牌logo

設計師介紹

- MUSHBUSH專注於「蘑菇」這個主題的奇妙世界。設計師透過這個品牌，把自己的藝術風格延伸到藝術玩具、物品、陶瓷、珠寶、服裝和配件等多種媒介中。

品牌創作

- 品牌介紹
- MUSHBUSH 是一個充滿故事的品牌，靈感來自一個離奇的宇宙，蘑菇象徵著生活中隱藏的奇蹟。
- 透過這個世界中的角色和故事，mushbush 創造了藝術玩具、插圖和生活用品，讓幻想與日常生活之間的界限變得模糊。從陶瓷到時尚和配件，每一件作品都邀請觀衆進入一個充滿好奇心和想像力的有趣、超現實世界。

韓國 MUTE EURO

品牌logo

設計師介紹

- Jeong Seokheon 的作品源自於他在童年時期因收集物品的渴望所產生的根本的問題。他透過觀察自然元素和小生命的誕生與消亡，來探索內心的衝突和慾望。
- 他以 Muteeuro 為筆名，透過名為「K」的角色撰寫觀察日記，捕捉了面對死亡的有限性時所流露出的，對擁有的無盡渴望和痴迷。這些主題以外星人和怪物的身份形式展現，激發了對存在意義的初步探索。
- 目前，他正在研究植物和自然元素的結構與變化，並根據觀察來塑造怪獸的形象，探索自然與人造之間的界限。他的作品以視覺方式重新詮釋了生命形式的演變，展現了自然界固有的美感和神秘感。

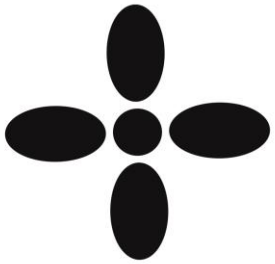
品牌創作

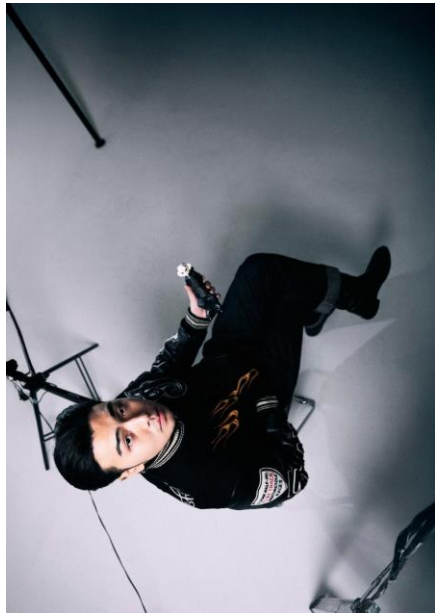
品牌介紹

- MUTE EURO 是一個受到各種植物啟發，創作藝術玩具並展現藝術家個人故事的品牌。
- U.P.P 是三位藝術家共同創立的品牌，他們將各自的個性和想法結合在一起，製作出獨特的生活方式產品。

韓國 noya studio

品牌logo





設計師介紹 Noya

- Noya 最初是音樂公司 [just music] 的 3D 藝術家，後來以玩具藝術家的身份活動。他現在的創作包括Bonky 和 Skeleton 角色，且兼職教授 3D 技術。
- - Coloso線上導師（Nomadsculpt）
- - Notefolio 講師（Nomadsculpt）

品牌創作

品牌介紹

- Bonkey是一個充滿西方風情的骷髏角色；
- Skeledon是生活在毀滅世界的機器人。
- 透過這兩個角色，Noya studio 展現了在破碎世界和對死亡的恐懼中綻放的快樂。

韓國 TOiNZ

品牌logo

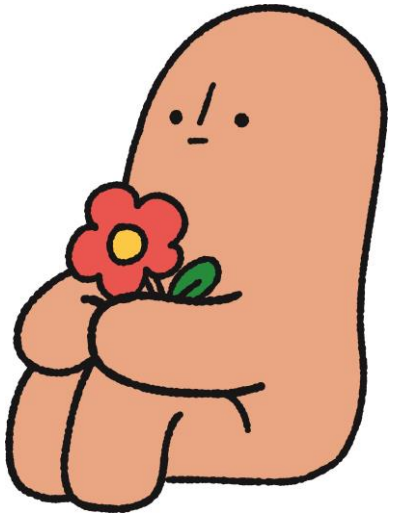
設計師介紹

- TOiNZ是由四位韓國陶瓷藝術家組成的“陶瓷藝術玩具團隊”。

品牌介紹

- 團隊的創作理念是『活著的陶器（陶瓷）』。
- 團隊正在努力創作能讓人們感受到生命的作品。
- 團隊希望作品能夠與觀衆對話、共情和帶來治愈的力量。

品牌創作



韓國 WIGGLE WIGGLE MONSTER

品牌logo

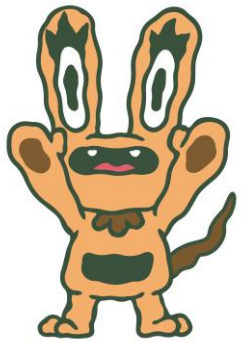
設計師介紹

- Zaycoke 從小時候開始，就一直在創造自己的怪物，並透過繪畫來展現想像力。
- Zaycoke 專注於創作他的標誌性角色 Wiggle Wiggle Monsters ，創作以它們為靈感的藝術玩具和壓克力畫。

品牌創作

品牌介紹

- Zaycoke 專注於創作他的標誌性角色 Wiggle Wiggle Monsters ，創作以它們為靈感的藝術玩具和壓克力畫。



韓國 WON SOHN

品牌logo

品牌創作

設計師介紹

- WON SOHN專注於繪畫、插畫、玩具和陶瓷創作，描繪與自然融爲一體的虛構生命。

品牌介紹

- WON SOHN 創作的每一件作品都是一扇小窗戶，通往一個由大自然和夢想編織的奇妙世界。

馬來西亞

馬來西亞 Little Good Thing

品牌logo

LITTLE GOOD THING

設計師介紹

- AH-B。阿B 。
- 馬來西亞角色設計師/玩具設計師
- 2012年創辦Little Good Thing，
- 藉由插畫，玩具以及角色創作來傳達更多的訊息和好玩的點子。
- 接觸設計師玩具後，開始也讓自己創作的角色實體化成為玩具。

品牌創作

品牌介紹

- <關於Little Good Thing>
- 主要將心中覺得好玩的點子和角色實體化成為玩具，希望透過玩具可以把最初接觸玩具的那份喜悅也傳達給大家。
- 同時Little Good Thing也有對其他設計師玩具進行客製化，其中以仿木化塗裝較廣為人知和喜愛。仿木化塗裝也有和台灣，泰國，香港，新加坡，印尼設計師品牌合作推出不同的玩具商品。

馬來西亞 Little Poupees Studio

設計師介紹

- Moon Lee 是一位熱愛創作的設計師。從小對畫畫與手作充滿熱情，Moon 將這份熱愛轉化爲角色創作，並通過作品傳遞情感與故事。她的角色靈感多來自家人，使每個作品都帶有真實的情感與連結。

品牌logo

品牌介紹

- Little Poupees Studio 不只是一個角色品牌，它是一段段故事的集合，一個充滿溫度與個性的創作空間。每一個角色都有靈魂，每一個產品都希望帶給人陪伴與共鳴。品牌透過限量公仔、品牌聯名與社羣互動，讓這些角色走入生活、走進人心。

旗下的主要角色有：

- OliGal，一個倔強又富有主見的小女孩，代表着對夢想的執着與不服輸的勇氣。
- Pipimiao，OliGal 最親密的夥伴，穩重卻總願意陪伴她一同冒險，他們的關係就像我們每個人心中最默契的朋友。
- Luca Boy，一個溫柔懂事的小男孩，象徵着純真、善良與家庭的溫暖。
- 品牌相信，情感纔是最打動人的設計。Little Poupees Studio 期待與你一同打造充滿溫度的美好世界。

品牌創作

馬來西亞 Primordial Creation

設計師介紹

- Hector Lim 對雕塑和手工藝術感興趣，從小就受到科幻電影和模型雜誌的影響，
- 在網絡和模型相關書籍上搜尋更多資料，然後以自己的風格構思，設計和創作屬於自己的作品。
- 創作構思傾向於魔幻生物，常常將神秘而奇異的生物融入作品中，以探索奇幻世界的無限可能性。

品牌logo

品牌介紹

- Primordial Creations 專注於雕塑模型的創作，尤其是神話故事中的奇幻生物，將傳說中的生物以細膩的雕塑形式重新賦予生命。

品牌創作

新加坡

新加坡 VYNC WORK

品牌logo

設計師介紹

- Vincent Ow 以藝術家名字 VYNC 自 2017 年以來活躍於社區。其獨特的繪畫風格“The RAGING” 最為著名。這種風格可以在《The World of Dualle》和《Vee5》等作品中發現。
- VYNC 的創作透過非動畫的形式來探索情感的連結。在 Vee5 的世界裡，神經機械學和機器人技術巧妙地融入到日常生活中，而小型機器人助手則盛載了情感共鳴。在 Dualle 的世界中，角色們佩戴著雕刻的面具，象徵著內心的情感和社會的二元性。作品反思了我們如何展現或隱藏自己的感受。
- VNYC曾與 Dimoo 和 Skullpanda 等 Pop Mart 藝術家合作，還與 Riot Games 和 Levi’s 等品牌攜手合作。
- 值得一提的項目包括為 Netflix 系列《英雄聯盟：奧術》量身打造的樂高木製迷你人偶，以及《Paper Royals》系列——這是與 RunIt Decks 和 WinnieYippie 共同創作的角色主題 Bicycle 撲克牌。他也為新傳媒的「風車：新加坡內容創作者獎」設計並製作了獎盃。

品牌創作

品牌介紹

- VYNC WORK 專注於以人物為主的收藏品，透過原創藝術玩具設計來探索二元性、情感和轉變的主題。
- VYNC WORK 以 Vee5、Bee3 和 Dualle 系列等 IP 而聞名，它透過樹脂和乙烯基融合了故事敘述與雕塑。每一件作品都帶有其大膽的視覺語言和藝術家獨特的繪畫技巧“The RAGING”。
- 透過國際展覽、藝術家合作和品牌夥伴關係，VYNC WORK 不斷成長為藝術玩具領域中敘述情感共鳴故事的平台。

新加坡 WINNIEYIPPIE

品牌logo

設計師介紹

- Winnie Yip 以 WINNIEYIPPIE 為藝名，專注於視覺藝術和玩具設計。她的作品探討自我認同、脆弱性、關係和情感等概念。Winnie 經常在作品中將自己描繪成一個角色，來表達她對成長的思考。
- 2020 年，Winnie 進入設計師玩具的世界，推出了 IP Bubble Butt Girl (BBG) 和 Cabbit。這是一個可愛又有點憤怒、情緒多變卻又堅定的角色。她的設計曾在國際客製展和商業項目中展出，例如梅賽德斯奔馳（新加坡）、李維斯（中國上海）、Secret Fresh（菲律賓馬尼拉）
- 自2016年以來，Winnie的作品在本地和國際展覽中展出。2023年，她在馬尼拉的 Secret Fresh 舉辦了第二次個人展

品牌創作

品牌介紹

- Winnieyippie 是一個充滿創意的品牌，將個人表達和趣味藝術完美結合。
- 這個品牌專注於自我認同和情感探索，透過設計師玩具、藝術作品和合作，讓奇幻的角色活靈活現。
- 每一件作品都能引發更深的聯繫，鼓勵大家擁抱自己的故事。
- Winnieyippie 透過大膽的設計和有意義的創作，持續吸引著人們的目光。

阿根廷

阿根廷 CERRITO

設計師介紹 CESAR ZANARDI

- César 的作品著重於角色設計，帶有恐怖又可愛的風格及幽默元素。他自稱這種風格為“sicodelica”。他最具代表性的作品之一是《CERRITO，南美妖怪》。
- César 在日本的角色/玩具設計領域積極參與各種大型活動、團體展覽和個展。他還在日本合著出版了《南米妖怪図鑑》（Ed. Rokurin-sha），亦推出了名為“ちび南米妖怪”（Qualia）的扭蛋玩具系列。

品牌logo

品牌創作

- 品牌介紹
- “CERRITO, South American Yokai”是以César Zanardi 創作的神秘剪影為基礎的多元藝術項目。CERRITO以奇異角色設計感染觀衆，角色設計帶有濃烈的拉丁美洲和流行文化元素，並承載迷幻、搖滾美學和對妖怪的想像。
- 作為品牌，CERRITO 推出了愈來愈多產品系列，包括這個神秘生物的不同版本，從 軟糖膠 人物、扭蛋、服裝、配飾，到葡萄酒等。

西班牙

西班牙 6·Forest Studio

設計師介紹

- Javier Fassi 完成學業後，曾在阿根廷和西班牙的不同廣告代理機構工作。後來，他於一家領先遊戲公司擔任了藝術總監的職位，隨後加入了Colección SOLO，擔任設計和視覺傳播部門的主管。
- 2017年，Javier與David Cantolla 共同創立了6·Forest Studio，專門從事藝術創作，且主攻雕塑。在6·Forest Studio，他們探索並應用新的技術和材料來創作藝術品。
- 目前，6·Forest Studio已與全球50多位藝術家合作，並在藝術雕塑和玩具藝術市場上獲得了非凡的認可。

品牌logo

6·FOREST STUDIO

6·FOREST STUDIO

品牌創作

品牌介紹

- 6-Forest熱衷於將藝術賦予生命，其多專業團隊多年來一直致力於與藝術、動畫、插畫和角色設計相關的項目。
- 6-Forest專注於創作高品質的雕塑和藝術玩具，與以獨特風格和原創性為名的國際知名藝術家和插畫家合作。

西班牙 StickUp Monsters

品牌logo

設計師介紹

- Javier Jiménez來自西班牙南部格拉納達。2012年，當他意識到自己的使命是創作角色並講述故事時，他決定追求藝術事業，專注於設計產品，進一步發展他的角色故事，主要專注於PVC玩具和收藏品。

品牌創作

品牌介紹

- StickUp Monsters 是由藝術家Javier Jiménez創立的獨立玩具品牌。受民間傳說和城市藝術的影響，Javier將這兩個元素融合在一起，創造出與世界各地收藏家共鳴的獨特角色和故事。
- 這些角色通常外表可愛，但內心卻帶有一絲淘氣。StickUp Monsters 重新詮釋古老的民間故事，賦予它們新的激動人心的轉折，以及受卡通啟發的現代設計。
- StickUp Monsters 宇宙是一個不斷擴展的世界，每個新角色都與其他角色有著某種聯繫，建立了友誼、愛情，甚至競爭的關係。

台灣

台灣 Mr.MiD9/半夜先生

品牌logo

設計師介紹 MR.MID9 半夜先生

- MR.MID9 / 半夜先生 曾任某知名遊戲公司原畫設計師，專攻概念藝術創作與角色設定，負責遊戲的怪獸魔王原畫設計。
- 2022年開始，半夜先生 嘗試用3D輔助創作，將歷年的藝術創作立體化雕塑化，期待能把【藝術創作想說的故事】，轉化成平易近人的【設計師玩具】。
- 半夜先生 獲得了超過120個藝術相關獎項，及受邀參加150多個展覽。

品牌創作

品牌介紹

- 半夜先生所有創作靈感源自遭受人類無情汙染與戰爭迫害，而受傷的大自然與瀕危的小動物。
- 他喜歡躲在角落觀察人性，審視世界；喜歡可愛浪漫，帶點邪氣黑色幽默；喜歡創作藏匿符號暗示元素的畫面；喜歡畫畫，喜歡機器人，喜歡大怪獸。

台灣 Shabon Lee studio 夏波米工作室

設計師介紹

- Leon Lee 2011年投入文創的珠寶設計業，並且創立品牌夏波米銀飾。
- 因為想要銀飾不只是銀飾，要玩一點特別的，就開始構思創作可玩可動的玩具公仔，並且在2015年第一次參加TTF玩具展並且看到玩具的可能性。
- 2018年九月Shabon Lee的第一款的MIA喵星人誕生，從那之後其創作的媒材變得更多樣化也善用我們擅長的金屬工藝去創造出更多可能性！
- Mia喵星人就是Shabon Lee金屬工藝跟設計師公仔的完美結合，不會拘泥於單一創作媒材，而是依照目前的主題而去創作更好的造型＆媒材

品牌介紹

- 《SHABON LEE夏波米》
- 設計師擅長使用金屬元件創作，善用廢棄素材＆老舊玩具鑄造成金屬，創作出可玩可動的設計師公仔/金屬工藝設計。
- 理念：速食時代總是追求更新更快 ，但其實陪伴過我們的玩具，那些元素雖然老了、舊了，卻是童年的寶貝，透過讓形體火化重生我們希望保留這份美好，重新改造塑形成更有趣的藝術創作

品牌logo

品牌創作

泰國

泰國 Greenie & Elfie

設計師介紹

- TOO NATTHAPONG是Beboydcg動畫公司的聯合創始人，對卡通角色的魅力深感著迷。
- 他畢業於藝術大學，並在他心愛的職業道路上展開了長達20年的旅程。
- 目前，他計劃通過圖畫書、動畫、藝術/設計等方式創建和擴展Greenie和Elfie的世界。

品牌logo

- 品牌介紹
- Greenie : 來自仙境的小精靈Greenie，總是帶著燦爛的微笑。她四處旅行、嬉戲，讓身邊的任何人因為她的樂觀而感到快樂。如果你想成為她的朋友，別忘了為Greenie帶來一些馬卡龍，因為這是她最喜歡的人類糕點。
- Elfie：一般的大象可能有著車子那麼大，但Elfie是一隻擁有巨大心靈的小象。任何與他見面的人都會為他的心靈所折服。作為Greenie的摯友，他總是陪伴在她身邊。Greenie擁有俏皮和淘氣的特質。有趣的是，他願意為了薯條而犧牲。在神秘森林中，大部分的小象可以改變顏色並聚集成群，但對於Elfie來說，只有Greenie就足夠了。
- 故事從前，在奇幻森林中，好朋友Greenie和Elfie，置身於一片美麗的地區，到處都是神奇植物和古怪的魔法生物。但有一天，善良、一棵巨大的樹洞，一個小精靈和一隻勇敢的大象被快樂沖昏了頭，然後...跨越了籬笆。
- 這兩位朋友，感到困惑、驚奇，眼睛瞪得大大的。這個新世界充滿了從未見過的一切：人們、房屋、咖啡館、車輛、音樂、食物。這個新世界充滿了發現和故事，兩位摯友Greenie和Elfie展開了一段旅程。

品牌創作

泰國 Janny And Toys

設計師介紹 Sonsawan （Janny）

- Janny的旅程始於對角色設計的深深熱情和著
- 她通過藝術玩具和各種收藏品來表達這種熱情。

品牌logo

品牌介紹

- Janny於2018年創作了我的第一個原創角色King Ducky Pupkin（KDP）—一隻頑皮的南瓜鴨。
- 多年來，她不斷創作更多角色，並參與各種活動和展覽。

品牌創作

泰國 Kaze Studio

設計師介紹

- Koson Kajeekailas自小對流行文化擁有深厚的熱情。憑藉超過20年的遊戲和主題公園設計經驗，他最終創立了Kaze Studio，打造充滿喜悅、幽默和溫馨故事的想像力角色世界。
- Koson相信出色的角色設計不僅僅局限於視覺，而是能與人們建立情感聯繫，邀請他們進入一個充滿奇蹟和趣味的世界。

品牌logo

品牌創作

品牌介紹

- 成立於2016年，Kaze Studio 旨在通過設計創造快樂和有趣的體驗。
- 他們的作品以清晰的線條、鮮豔的色彩和獨特的個性而著稱，且常常融入互動元素和故事情節。
- 從實體人物到數字格式和混合媒體，Kaze Studio努力設計在視覺上吸引人，且具令人振奮和引人入勝的玩具。
- Kaze Studio相信藝術玩具能夠成為想像力和日常生活之間快樂的橋樑。

泰國 MossyJanny

設計師介紹

- MOSSY對通過藝術敘述故事有著深厚的熱情。
- 他的旅程始於對超級英雄卡通的熱愛，以及一直畫畫的習慣。
- 隨著時間的推移，Mossy開發了反映自己某些部分的原創角色，尤其是透過像穿著超級英雄服裝的孩子一樣俏皮、懷舊的設計。

品牌logo

Mossy Janny™

品牌創作

品牌介紹

- 2018年， Mossy推出了自己的第一批可收藏藝術玩具， 從“Moody Boy”和“DV Boy”開始，並從那時起不斷擴展角色世界。
- Mossy的目標是通過藝術和設計，將快樂、想像力和一絲童真帶回人們的生活中。

泰國 TANGENT

設計師介紹

- Tangent自小就喜歡畫畫和雕塑。長大後，他嘗試設計自己的角色。

品牌logo

品牌創作

品牌介紹

- Tangent的第一個角色是一隻背上長有水晶的刺猬。
- Tangent喜歡水晶發光的方式，因為水晶讓玩具看起來非常突出。
- 當香港公司採納Tangent的設計並將其製作成PVC玩具並在北京出售後，其作品變得更廣爲人知。

美國

美國 Candie Bolton

設計師介紹

- Candie Bolton是一位自學成才的藝術家，以其受傳統和現代日本文化啟發的多彩藝術而聞名。
- Candie的專業生涯始於一家改裝車店的平面設計工作，從那裡她接觸到了低俗藝術的世界。這最終將她帶入了玩具領域。
- 2014年她開始使用噴槍和製作PVC玩具。

品牌logo

品牌創作

品牌介紹

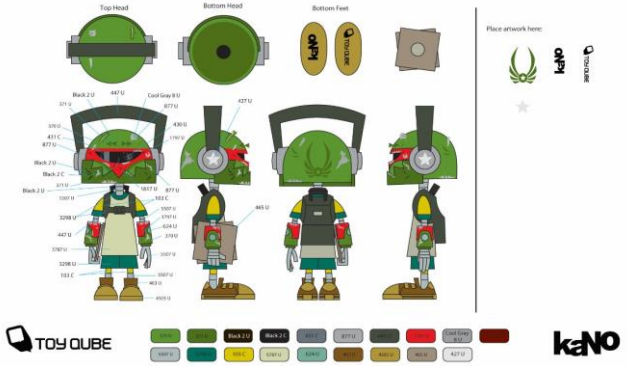
- 坎迪現在以她創新的SOFUBI（軟乙烯基玩具）而聞名。她擅長設計和繪製SOFUBI，並創作受動畫啟發的畫作。
- 多年來，她的才能使她贏得了許多獎項，包括以化鯨設計贏得的“最佳Sofubi”獎，以及她與Sanrio合作在2020年設計師玩具獎中獲得的“最佳授權”獎。

美國 kaNO kid Studio

品牌logo

- 設計師介紹
- kaNO在紐約街頭出生長大，自幼便接觸藝術，牆上的塗鴉與電視裡的卡通，為他的創意童年定下基調。
- 秉持純正紐約小孩的作風，kaNO畢業於藝術設計高中，並於1999年在視覺藝術學院取得動畫藝術學士學位。從銀幕到畫廊，乃至全球玩具貨架，kaNO的風格鮮明可辨。隨著創作領域擴展，其客戶與展覽清單也不斷延伸。
- 2010年，kaNO舉家遷居洛杉磯，以自由角色設計師身份為華納兄弟、卡通頻道及孩之寶等工作室工作。不製作卡通時，他會在加州伯班克藝術工作室創作油畫、接洽委託案，並為個人品牌「kaNO kid」設計產品。

品牌創作



品牌介紹

- kaNO kid 是一個藝術品牌，致力透過玩具、街頭藝術、服飾及媒體等多種媒介，展現紐約城市生活的精神。

美國 KEITHING

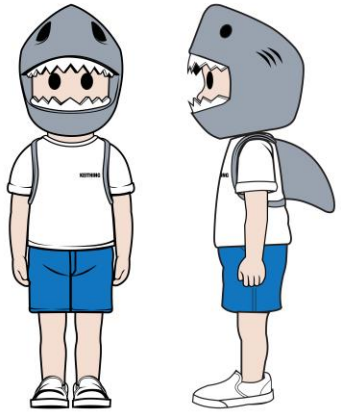
品牌logo

KEITHING

設計師介紹

- KEITHING（又名Keith Poon）身為品牌主理人、創意總監及藝術家，於2004年在紐約創立ToyQube。
- 自此，ToyQube始終位居全球藝術收藏品產業的前沿。
- 企業宗旨是為顧客提供優質獨特的收藏品，同時持續與頂尖設計師、藝術家、人偶及品牌合作拓展專案。

品牌創作



品牌介紹

- ToyQube 於2004年在紐約成立。
- 自設計師玩具風潮興起之初便屹立至今，持續為收藏家提供頂尖設計師玩具及世界知名藝術家的突破性藝術雕塑作品！

美國 MUMBOT WORLD

設計師介紹

- MUMBOT 是一位獨立當代/新媒體藝術家、玩具設計師、說故事者、世界構建者，同時是 MUMBOT WORLD 及國際創意社群 GHOST CLUB 的創辦人。
- 榮獲第十屆 Designer Toy Awards「年度突破藝術家」大獎，其毛絨玩具作品進駐全美 40 餘家高端零售商與特色店舖，包括 Newbury Comics、Hot Topic 和 Box Lunch。
- 2024 年 1 月，毛絨玩具 AUGHOSTUS 隨 Axiom Space 的 Ax-3 任務進入太空停留 21 天。MUMBOT 作品於全球展出，獲多本書籍及獨立刊物收錄，經常擔任專題討論講者，並於 2024 年紐約 Pictoplasma 發表主題演講。
- 主持《Ghost Coffee w/MUMBOT》播客節目，積極支持創作者，推動更易普及的 web3 技術，串聯實體與數位領域，持續以藝術家身份創新進化，參與這場創意運動的推進歷程。

品牌介紹

- 品牌透過 MUMBOT WORLD™ 角色宇宙的多媒體藝術作品、體驗與故事，為世界增添些許歡樂、神秘與魔法。

品牌logo

品牌創作