



藏在木头玩具里的，不仅仅是中国人的智慧，还有游小卫独特的生意经。

## 藏在木头里的智慧

文/本刊记者 谢晓飞 图片提供游家木玩

在第三届“最美浙江人·文化新浙商”的颁奖典礼上，年轻的玩具设计师游小卫与彩妆大师毛戈平、王星记扇业董事长孙亚青、横店影视集团董事长刘志江等文化浙商同台得奖。作为游家木玩的掌门人，游小卫就像一匹黑马，杀出了中国木玩业的外贸困局，打开了国内市场的一片天地。

### “中国难题”其乐无穷

位于浙江省西南角的云和是一个只有 10 万人的小县城。县城虽小，却生产着销往全世界 100 多个国家和地区的木制玩具，产量占中国木玩业半壁江山。

走在云和县的大街小巷以及新兴的工业园区，大大小小的木制玩具企业、作坊星罗棋布。浙江金尔泰玩具有限公司的新厂房有 15000

多平方米，位于杨柳河工业园区。如果单从工厂来看，金尔泰与别的木玩企业并无不同，但是走进金尔泰的产品展厅，立刻能从其古香古色的陈设中感受到不一样的文化氛围。

中国书法穿插整个空间，木格子间摆放着各式各样的木制玩具，展厅正中挂着“游家木玩”的匾额，电视里正播放着各款木玩的具体玩法，厚重的原木长条桌上摆放着木玩样品……

金尔泰玩具公司的总经理、游家木玩的掌门人游小卫拿起一个红木制作的九连环，交给记者试一试，记者摆弄一番，不得要领，一个环都解不出来。

游小卫一边向记者现场演示解环，一边讲解：“九连环是中国四大益智玩具之一，在古代，能解九连环之人常被视为智商超群！其实，这里面涉及的是数学问题，九连环的解法用的是二进制原理，解的过程

- ① 木玩桌游《九宫格》。
- ② 中国四大古典益智玩具之《九连环》。
- ③ 游家木玩展厅古香古色。
- ④ 中国四大古典益智玩具之《华容道》。
- ⑤ 益智木玩《立体四子棋》。
- ⑥ 益智木玩《伤脑筋十三块》。
- ⑦ 游家木玩店里，总是挤满了顾客。



包含拓扑学原理。九连环的研究者周伟中自创了一句口诀，很好地解释了这个过程，叫‘上俩下一个，再动后一个；上一个下俩，再动后一个’。”

根据这句口诀，记者也很快解下了一个环，内心一下子涌出一股成就感来。游小卫又向记者介绍了另外三款经典益智玩具：七巧板、鲁班锁和华容道。这些玩具被西方人称为“中国的难题”（Chinese Puzzle），蕴涵的都是数学原理，比如七巧板运用了几何学原理，鲁班锁是立体几何图形的拼接，华容道更复杂些，在有限空间里的图形调用的是图论和运筹学。

满屋子玩具，有 1000 多款，每一款都有不一样的玩法，不一样的乐趣，简直就是一个中国益智玩具博物馆。游小卫说：“大部分玩具都是从中国古老的玩具中获得的益智灵感进行的再次研发。其中，有 40 多款，我们获得了专利。”

在游小卫的讲解与演示下，记者对这些由木头制作的，蕴涵着中国人智慧的玩具萌生兴趣，玩得不亦乐乎。

## 高手在民间

就像这些益智玩具一样，游小卫的创业经历也充满了挑战和惊喜。

1996 年夏天，18 岁的游小卫从龙泉市中等职业技术学校毕业，来到云和县艺发玩具厂上班，开始了自己与木玩的不解情缘。3 年后，他在朋友的支持下，租了一间狭小的民房，成立了金尔泰木制作工艺厂，开始了自主创业。

创业 8 年，这间小工艺厂一步步发展壮大，成为一个拥有 5000 多平方米厂房、200 多个员工，年生产值达 6000 多万元的木玩企业。那时，和云和县其他木玩企业一样，金尔泰也是以加工出口订单为主。

“接单做出口的时候，我发现益智玩具占比非常大，老外喜欢在闲暇时喝咖啡玩益智游戏，这种建立在‘闲情逸致’上的木玩市场，大大超出了我的想象。”于是，游小卫开始有意识地调整金尔泰的产品结构，专攻益智类玩具。

游小卫亲率设计团队，开始钻研益智玩具的开发。深入其中，这群年轻人立刻被中国古典益智玩具的无穷魅力所吸引。“九连环、七巧板、华容道、鲁班锁等中国古老的智力游戏和古典益智玩具把数学知识和游戏玩具结合起来，极具开发思维智力的独特功能。”游小卫意识到这是祖先留给我们的一笔珍贵财富。

游小卫四处寻找研究民间玩具的高手。在一次展会上，他认识了中国玩具协会益智玩具研究委员会主任余俊雄，这位充满活力与敏捷思维的老人对中国古代玩具的研究与痴爱立刻折服了游小卫。

经余俊雄介绍，游小卫还结识了七巧板研究世家的第三代传人傅起凤老太太，七块不同形状的木块，在傅老太太的手中，瞬间变化为骏马、蝴蝶、飞机、书法……令人拍手称赞，更令人叹为观止的是几代傅家人共收集了 3000 多个七巧古谱及答案，傅老太太自己又新创造了 1000 个图案和七巧书法 900 图。

游小卫聘请余俊雄、傅起凤等玩具专家、高手作为金尔泰玩具的研发顾问，并让设计团队以更时尚、休闲的方式来设计产品。

## 游天下，赚“闲”钱

有了好的产品，游小卫决定要大干一场。他开始四处参展，主攻礼品市场，并在大中型城市的商场超市设专柜进行品牌化销售，但结局都是“卖不动”。

亏得一塌糊涂的游小卫非常郁闷，明明就是很棒的益智玩具，为什么不受欢迎呢？带着困惑，他和家人一起去上海的朱家角古镇旅游散心。当走在古镇的青石板路上，流连着眼里美景的时候，他的心开始慢慢平静下来。



① 益智木玩《橙色之恋》  
② 益智木玩《鼓形锁》  
③ 益智木玩《太空球》

#### 游小卫创业经验谈:

1. 传统文化是宝库, 很多优秀的产品其实就藏在民间, 藏在传统文化里。
2. 渠道定位很关键, 游家木玩正是通过定位于景区、候机厅、候车厅等休闲场所开体验店, 赚“闲”钱, 迅速打开了国内市场。
3. 培养人才是保障, 深入学校开展订单式培养合作, 发掘、培养真正对木玩有兴趣的后备人才。

走累了, 找了家饮品店歇脚, 老爸拿出一盒立体四子棋要和他切磋几盘, 两人对弈起来, 越玩越开心, 连邻桌的人都凑过来看他们下棋。

“这个立体四子棋, 太好玩了, 在哪儿买的呀?” 一旁的年轻人忍不住问起来了。游小卫突然灵感迸发, 我为什么不在朱家角古镇开一家体验店?

“成年人愿花时间玩玩具, 肯定是在有闲的时候, 这部分消费群体多集中于旅游景点或候机、候车厅, 所以开在这些地方, 一定比在商场、超市设专柜更合适。”

游小卫为玩具体验馆取名“游家木玩”, 并注册了商标。取这个名字一是表达这是游氏家族打造的原木益智玩具, 二是表明金尔泰开始转战旅游市场。

在四处开店之前, 游小卫去了一趟丽水职业技术学校, 出资赞助国际贸易专业的社团活动, 举办了一场古典益智玩具大比拼活动。通过比赛, 他挑选了10个对木玩真正有兴趣和天赋的学生, 并聘请他们利用暑假去云南大理、丽江开店。如今, 游家木玩的品牌总监郑春晖就是当时挑选出来的佼佼者。

这群充满干劲和玩乐精神的年轻人, 带着游小卫的任务兴致勃勃地来到了美丽的大理。在大理古城谈下一间店面, 自己动手装修, 用木板组合出大大小小不同规格的格子作为产品陈列架; 找来老窗格用粗麻绳挂在横梁上, 就成了好看的屋顶; 旧课桌刷上油漆, 再铺上蜡染桌布, 非常温馨有格调……

作为领队, 郑春晖给大家分了工, 一些人装修店面, 一些人先在门口摆摊预售, 没想到, 反响非常好, 几天时间就把装修费给卖出来了。

就这样, 靠着一支学生军团, “游家木玩”在旅游胜地云南开了好几家店。络绎不绝的游客来到店里, 只需坐下来玩上几盘游戏, 就再也挪不开脚了, 最

后总是会带几套久攻不下或适合集体娱乐的玩具回家。由13块木头组合的“伤脑筋”, 一盒98元, 单店单月就能卖几百盒, 非常受欢迎。

前段时间, 徐峥在大理拍戏, 经常收工后来到“游家木玩”店里玩游戏, 最后他为剧组的工作人员买了一堆益智木玩。

这种休闲、益智、趣味的体验式消费, 令中国益智木玩重新走近现代生活, 也令“游家木玩”生意火爆, 很多顾客最后都成了加盟商。目前, 游家木玩在全国已开设了50多家分店。

为了满足快速的市场拓展需要, 游小卫与各地高校建立了订单式的培养合作, 以成立“游家木玩创业俱乐部”的方式, 在为大学生提供实践平台的同时, 也为企业培养研发、设计、营销等后备人才。

很多益智木玩都是古代遗珍, 并不受专利保护, 仿品不是很快就出来了? 面对记者的问题, 游小卫非常自信, 他说: “我们做的不仅仅是产品, 而是文化, 产品很容易仿, 但文化却很难复制。”

深更半夜玩“伤脑筋”, 一直拼不出来, 会不会懊恼得一夜睡不着觉呢? 而游家木玩有24小时开通的客服, 让顾客随时寻求帮助、解开谜团。游家木玩承诺: 凡是购买正品游家木玩产品, 可享受阳光式终身售后服务。“比如: 如果华容道的‘曹操’不小心弄丢了, 别担心, 打给客服, 将免费获得补发; 我们还建立了微信平台, 鼓励玩家参与到玩具的设计中来。比如, 一套华容道, 我们不断设计新的布阵, 便有新的玩法, 那么买回去的玩具, 就不会玩会了就丢一边, 而是充满生命力的玩具……”游小卫如数家珍, 这些细节, 或许就是游家木玩成功的秘诀。