



2025年 AI玩具行业词条报告

头豹分类/制造业/文教、工美、体育和娱乐用品制造业/玩具
制造

AI玩具：智能玩具破圈增长，成为家庭教育与陪伴新引擎 头豹词条报告系列

 付淑芳 · 头豹分析师

2025-07-11  未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/玩具制造

摘要 AI玩具行业结合人工智能技术与传统玩具，提供个性化学习和娱乐体验。其商业模式创新，从硬件销售转向“硬件+订阅服务”，企业角色升级为平台运营者。市场需求旺盛，受80、90后父母及独居人群推动。竞争环境多元化，科技巨头、传统企业和新兴企业共同参与。行业规模受大模型技术爆发和政策推动快速增长，初创公司受资本青睐。未来，情感经济崛起、IP授权与场景创新将推动AI玩具市场规模持续扩张。

行业定义

AI玩具是指将人工智能技术与传统玩具结合，通过深度学习、自然语言处理等技术，使玩具能够与用户进行智能互动，提供个性化学习和娱乐体验的产业。这类产品包括机器人玩具、智能毛绒玩具等，它们能够理解用户的问题并给出准确回答，感知用户情绪并作出相应回应。其商业模式不仅限于一次性销售，还可通过内容订阅、数字配件销售等方式实现长期互动和价值创造。

行业分类

AI玩具可以根据形态分类。

根据形态分类

主要可分为AI挂件、AI毛绒玩具、AI陪伴机器人。

AI挂件

将挂件佩戴在传统玩具上，使用户能通过长按与玩具进行语音交互，能满足客群想要和玩具对话的需求，主要面向儿童。代表产品有跃然创新的BubblePal和实丰文化的AI魔法星。

AI毛绒玩具

毛绒玩具内置AI硬件，使其能够以震动、声音等方式与消费者交互，主攻儿童和年轻女性，通过低单价持续渗透市场。目前该赛道有传统玩具厂商和初创型科技团队。

AI陪伴机器人

相比于传统机器人强调“弱陪伴”，主要面向年轻女性和老人，技术要求高，价格昂贵。

行业特征

AI玩具的行业特征包括商业模式创新、市场需求旺盛、竞争环境多元化。

1 商业模式创新

传统玩具行业从“被动交互”转向“主动陪伴”，催生“硬件+订阅服务”模式，通过内容更新、AI功能调用费等持续盈利。企业角色从“制造者”升级为“平台运营者”，整合AI算法、芯片、内容IP等资源构建生态闭环。

【1】硬件销售模式（用户购买AI玩具的硬件设备，通常为一次性交付）：例如Moflin作为一款内置AI芯片的毛绒玩具，通过自身的AI功能和可爱的外形吸引用户购买。

【2】订阅服务模式（用户定期支付订

阅费用，获得AI玩具的持续服务和功能更新）：例如跃然创新的BubblePal除硬件销售外，还采取会员订阅模式，用户购买产品后获赠3年的会员订阅服务，订阅期满后续订费用为99元/年。

2 市场需求旺盛

市场对智能互动与情感陪伴功能的玩具需求激增，儿童教育、成人情绪价值及适老化场景成为核心增长点。一方面，80、90后父母对科技的接受度高，愿意为教育型产品支付溢价。另一方面，据贝壳研究院预测，到2030年，中国独居人口数量将达1.5亿至2亿人，独居率或将超过30%。除独居老人外，不少年轻人也开始选择独居，预计20-30岁的独居青年将从2010年的1,800万人增至2030年的4,000-7,000万人。“孤独经济”的兴起使得消费者愿意为陪伴型产品付费。

3 竞争环境多元化

随着“人工智能+”行动持续推进，作为新兴赛道之一，多家厂商入局AI玩具市场。目前，AI玩具行业的竞争格局呈现'金字塔型'结构，科技巨头如字节跳动等占据高端市场，传统企业如奥飞娱乐等把控中端市场，新兴企业如FoloToy、跃然创新等在细分赛道中竞争。

发展历程

中国AI玩具行业从2023年的技术试水，到2025年的市场爆发，经历了从“功能创新”到“价值重构”的跃迁。核心驱动力包括技术降本（如开源模型）、政策扶持（如“人工智能+”战略）以及市场需求升级（从“玩”到“陪伴”“教育”）。未来，行业将向垂直场景（如银发经济、STEAM教育）和全球化纵深发展。



萌芽期 · 2023-01-01~2024-01-01

AI大模型技术（如ChatGPT、通义千问）开始渗透至消费电子领域，部分初创企业尝试将语音交互模块集成到玩具中。AI技术从实验室走向实际应用，核心是语音识别（ASR）与自然语言处理（NLP）的结合，硬件成本高但功能单一（如语音问答、故事播放），为AI玩具的发展奠定基础。

启动期 · 2024-01-01~2025-01-01

（1）跃然创新推出首款AI智能挂件BubblePal，通过语音交互实现毛绒玩具的“拟人化对话”，成为行业标志性产品。（2）大象机器人与面壁智能合作，将端侧大模型应用于仿生宠物，实现脱离网络的自然语言交互，技术门槛显著降低。（3）奥飞娱乐推出 AI喜羊羊、实丰文化推出 AI魔法星，传统玩具巨头加速AI转型，依托IP优势抢占中高端市场。产品频出，功能定位从简单的语言交互到情感陪伴。

高速发展期 · 2025-01-01~至今

2025年上半年，中国AI玩具赛道完成5起亿级融资（如跃然创新获超2亿元融资），头部企业估值快速攀升。资本爆发，场景多元化，适老化陪伴机器人/AI宠物等细分赛道崛起。

产业链分析

AI玩具产业链的发展现状

AI玩具上游为硬件提供商和技术提供商；中游为AI玩具制造厂商；下游为消费者。

AI玩具行业产业链主要有以下核心研究观点：

大模型降价潮降低AI玩具生产成本；模型开源、芯片/模组厂商争先布局，加快AI玩具普及。

一方面，随着新架构新技术的应用，大模型推理成本显著降低，致使其定价普遍下滑。2024年，以字节跳动火山引擎、阿里云、百度云为代表的云厂商掀起大模型价格战，降价幅度普遍达90%以上。技术成本下降有利于节约AI玩具的生产成本。另一方面，AI玩具市场的爆发离不开上游芯片和模组厂商的技术创新和生态支持。例如：（1）乐鑫科技生产的ESP32-S3、ESP32-P4等芯片集成2.4GHzWiFi和蓝牙5.0，支持双核240MHz处理器，且内置AI加速指令，支持本地神经网络计算等，能够轻松应对复杂的计算任务和多任务并行处理需求，目前ESP32芯片已应用在字节跳动推出的AI玩具“显眼包”和跃然创新推出的AI玩具“BubblePal”中，实现低成本高能效的本地AI交互。（2）2025年1月，广和通推出AI玩具大模型解决方案，该方案深度融合豆包等AI大模型、内置广和通Cat.1模组，助力智能玩具实现AI化升级。该解决方案无需外接MCU即可实现音视频及图像传输、语言识别、自然语言处理和机器学习，通过拟人/拟动物/拟IP形式与用户进行视/听/触多维度交互。2025年2月，广和通宣布其AI玩具解决方案通过火山引擎接入DeepSeek开源模型，满足AI玩具场景在多模态交互、自然语言处理、情感分析、教育功能等方面需求。目前该解决方案已应用至奥飞娱乐的AI玩具“AI智趣喜羊羊”中。

AI玩具赛道市场参与者众多：一方面，传统玩具企业联合大模型/上游硬件厂商加快智能化转型；另一方面，资本注入助力初创企业产品快速落地。

【1】传统玩具厂商依托自身供应链优势和IP资源，通过与大模型厂商/硬件厂商合作实现智能化转型。例如：2025年3月，实丰文化与百度智能云达成战略合作，推出新一代AI玩具——AI魔法星；移远通信的AI玩具整体解决方案已成功落地奥飞娱乐旗下潮玩品牌“玩点无限”的“AI智趣喜羊羊2.0”等多款产品。【2】大量资本涌入助力AI玩具初创企业（如跃然创新、贝陪科技、萌友智能、珞博智能等）以垂直深耕抢占市场。据不完全统计，2024年以来，中国AI玩具赛道已有27家创业公司获得融资。例如：成立于2024年的贝陪科技，聚焦AI大模型教育陪伴的相关玩具硬件，公司已获五源资本的天使轮融资、青山资本独投的天使+轮融资、并于2025年6月已完成顺为资本独投的Pre-A轮融资，累计融资金额近千万美元。公司已于2025年4月30日推出可豆陪陪AI玩具——友爱兔和好奇熊（毛绒形状，配备“超能眼镜”，主要功能有自然对话的儿童AI大模型、NFC游戏启智卡和家长小程序，主要面向全球2-8岁儿童），上线两周内就跻身天猫玩具榜单TOP3。

产业链上游环节分析

生产制造端

硬件提供商、技术提供商

上游厂商

乐鑫信息科技（上海）股份有限公司

珠海全志科技股份有限公司

上海移远通信技术股份有限公司

深圳市广和通无线股份有限公司

瑞芯微电子股份有限公司

炬芯科技股份有限公司

博通集成电路（上海）股份有限公司

珠海泰芯半导体有限公司

珠海市杰理科技股份有限公司

深圳市中科蓝讯科技股份有限公司

北京百度网讯科技有限公司

杭州深度求索人工智能基础技术研究有限公司

深圳玄源科技有限公司

阿里云计算有限公司

联发科软件（上海）有限公司

上海润欣科技股份有限公司

上游分析

芯片、模组厂商争先布局，降低AI玩具开发门槛。

AI玩具市场的爆发离不开上游芯片和模组厂商的技术创新和生态支持。【1】**多家芯片厂商推出应用在AI玩具中的解决方案**：例如（1）中科蓝讯作为领先的智能音频芯片及AIoT解决方案提供商，依托强大的芯片研发能力和AI技术积累，打造了完整的“芯片+算法+内容”一体化解决方案。公司自研的AB6003G芯片不仅具备低功耗、高性能的特点，更能深度优化神经网络加速器，实现本地化AI运算能力，让玩具产品能够快速响应用户的各种交互需求。同时，公司与百度智能云、火山引擎等AI平台深度合作，将大模型引入玩具终端，赋予玩具产品更丰富的教育内容和更自然的交互体验。（2）乐鑫科技生产的ESP32-S3、ESP32-P4等芯片集成2.4GHz WiFi和蓝牙5.0，支持双核240MHz处理器，且内置AI加速指令，支持本地神经网络计算等，能够轻松应对复杂的计算任务和多任务并行处理需求，目前ESP32芯片已应用在字节跳动推出的AI玩具“显眼包”和跃然创新推出的AI玩具“BubblePal”中，实现低成本高能效的本地AI交互。【2】**模组厂商纷纷针对AI玩具市场推出一体化解决方案**：例如（1）2025年1月，广和通推出AI玩具大模型解决方案，该方案深度融合豆包等AI大模型、内置广和通Cat.1模组，助力智能玩具实现AI化升级。该解决方案无需外接MCU即可实现音视频及图像传输、语言识别、自然语言处理和机器学习，通过拟人/拟动物/拟IP形式与用户进行视/听/触多维度交互。2025年2月，广和通宣布其AI玩具解决方案通过火山引擎接入DeepSeek开源模型，满足AI玩具场景在多模态交互、自然语言处理、情感分析、教育功能等方面需求。目前该解决方案已应用至奥飞娱乐的AI玩具“AI智趣喜羊羊”中。（2）2025年1月，移远通信针对AI玩具市场推出的AI智能解决方案充分利用其强大的无线通信能力和全链路音频算法，并深度融合豆包大模型等先进AI技术和丰富数据资源，实现了智能玩具与云端AI的无缝衔接。2025年2月，公司全面完善和升级了该方案，深度融合火山引擎AI大模型能力，集无线通信模组、音频算法、物联网平台和收费管理平台于一体，为玩具的智能化升级提升从硬件、算法到平台的一站式服务。

大模型降价潮和开源趋势有望降低AI玩具开发成本和推动AI玩具快速普及和创新。

一方面，大模型厂商作为技术底座的核心提供者，凭借其在算法、算力和多模态交互领域的优势，为行业注入底层动力，而大模型服务费用大幅下降（随着新架构新技术的应用，大模型推理成本显著降低，致使其定价普遍下滑。2024年，以字节跳动火山引擎、阿里云、百度云为代表的云厂商掀起大模型价格战，降价幅度普遍达90%以上）及开源模型（如DeepSeek）的高性能、低成本特性，使得中小厂商无需自研算法即可接入先进的AI能力，加速了AI玩具智能语音交互、情感陪伴等功能规模化落地。另一方面，开源生态催生大量技术集成方案商，通过提供芯片模组、实时音视频能力等一站式解决方案，将AI玩具的开发周期从数月压缩至数周，甚至可能推动个人开发者DIY制作。

产业链中游环节分析

品牌端

AI玩具制造商

中游厂商

奥飞娱乐股份有限公司	实丰文化发展股份有限公司	北京抖音信息服务有限公司	深圳跃然创新科技有限公司	北京贝陪科技有限公司
深圳市亿家亿伴智能科技有限公司	深圳三耳猫科技有限公司	北京奇点灵智科技有限公司	上海珞博智能科技有限公司	
零动未来（深圳）科技有限公司	北京萌友智能科技有限公司	松下电器（中国）有限公司	卡西欧（中国）贸易有限公司	
特斯拉（上海）有限公司	苏豪弘业股份有限公司	南京华麦机器人技术有限公司	广东星辉玩具有限公司	深圳贝仕达克技术股份有限公司
深圳市火火兔智慧科技有限公司	宝可梦（上海）玩具有限公司	广东高乐股份有限公司	北京泡泡玛特文化创意有限公司	
深圳市优必选科技股份有限公司	深圳市大象机器人科技有限公司	灵起科技（深圳）有限公司	北京爱宾果科技有限公司	杭州手滑科技有限公司

中游分析

传统玩具厂商依托自身供应链和IP资源，通过与大模型厂商/硬件厂商合作实现智能化转型；初创企业聚焦情感陪伴、教育等细分市场，以垂直深耕抢占市场。

一方面，传统玩具厂商依托自身供应链优势和IP资源，向智能化方向转型。以汕头澄海为代表的玩具产业带正经历“智慧智造”变革（2025年6月，在“中国玩具礼品之都”举办的、以“集群聚势·AI破界”为主题的AI玩具产业和发展会议上，汇聚了全球AI技术厂商、知名IP方和产业链上下游企业，共同探讨AI玩具生态构建与创新发展路径，加速传统玩具制造向高端制造转型升级），实丰文化、奥飞娱乐等企业通过与大模型厂商合作，将经典IP（如“喜羊羊与灰太狼”）升级为AI交互产品。例如：【1】2025年3月，实丰文化与百度智能云达成战略合作，推出新一代AI玩具——AI魔法星（适用于低年龄段儿童），目前公司还有桌面机器人、智能宠物等多种形态的AI玩具项目在研。此外，为满足更广泛消费者的陪伴需求，公司将加大研发力度，将AI玩具产品矩阵进一步拓展至成年人、老年人。【2】奥飞娱乐与移远通信联手为经典IP注入科技，移远通信的AI玩具整体解决方案已成功落地奥飞娱乐旗下潮玩品牌“玩点无限”的“AI智趣喜羊羊2.0”等多款产品，其中“AI智趣喜羊羊”发售价为479元，远超普通毛绒玩具，凸显智能化溢价。目前，奥飞娱乐已在AI玩具领域规划了多类产品，覆盖百元内、200-300元、500元以上三大价格带。【3】星辉娱乐已在动态玩具系列中储备了VR遥控、语音遥控等技术；博通集成已与奥啍比合作，将火山引擎豆包大模型融入玩具，搭载博通集成的bk7252n与BK7258芯片，推出玩具AI智能套件；汤姆猫与西湖心辰联合打造“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，汤姆猫AI童伴机器人于2024年12月上线。**另一方面，初创企业（如跃然创新、贝陪科技、萌友智能、珞博智能等）聚焦细分场景，以敏捷创新+垂直深耕抢占市场。**例如：【1】跃然创新于2024年7月推出的BubblePal智能挂件，凭借语音唤醒、低功耗设计和动态表情屏等，累计销量已突破25万台。目前，其首款端到端AI玩具CocoMate即将发布。【2】贝陪科技致力于打造懂孩子、懂家长的智能陪伴产品，公司于2025年4月30日推出可豆陪陪AI玩具——友爱兔和好奇熊（毛绒形状，配备“超能眼镜”，主要功能有自然对话的儿童AI大模型、NFC游戏启智卡和家长小程序，主要面向全球2-8岁儿童），上线两周内就跻身天猫玩具榜单TOP3。【3】成立于2021年的玄源科技，专注于消费级AI机器人研发，致力于打造覆盖儿童、成人及老年全场景的智能伴侣生态。2025年5月，公司推出首款AI陪伴机器人Yonbo，在海外众筹平台Kickstarter上线首日就突破百万美元众筹额。**除传统玩具企业和初创企业外，AI玩具赛道还涌现一些跨界竞争者。**例如：【1】TCL于2025年发布结合多模态交互和情感算法的AI ME概念陪伴机器人，预售首日订单突破1.5万。【2】特斯拉以OptimusGen2机器人为技术原型，推出“TeslaBot摆件”等产品，结合自动驾驶算法与精密机械设计，打造高端互动玩具。【3】上海电影合作跃然创新开发“大闹天空”、“哪吒闹海”等经典IP的AI玩具。

行业受资本热捧。

据不完全统计，2024年以来，中国AI玩具赛道已有27家创业公司获得融资，IDG资本、红杉中国、高瓴创投、与字节跳动关联的锦秋基金等均参投。例如：（1）成立于2024年的贝陪科技，聚焦AI大模型教育陪伴的相关玩具硬件，公司已获五源资本的天使轮融资、青山资本独投的天使+轮融资、并于2025年6月已完成顺为资本独投的Pre-A轮融资，累计融资金额近千万美元。（2）成立于2021年的跃然创新，获得的4轮融资均在2024年完成，参投方有红杉中国、华山资本等。（3）成立于2022年的萌友智能，在2024年获得2轮融资，金额达300万美元，参投方有真知创投等。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

消费者

渠道端

消费者

下游分析

全年龄段需求爆发。

AI玩具可满足不同年龄用户的需求，消费市场呈现爆发式增长（跃然创新首款AI对话交互式挂件玩具BubblePal自2024年7月正式发售以来，累计销量已突破25万台；FoloToy在2025年一季度销量达2万+台，超过去年全年的销量，2025年公司销售目标为30万台）。

【1】对于儿童而言，AI玩具可提供教育和情感陪伴功能。据美国玩具协会调查，约70%的父母愿意为孩子购买提供独特互动体验的智能玩具。中国市场上，某电商平台数据显示，AI早教玩具市场呈现快速增长态势，面向3至6岁儿童受众的AI产品，在2025年1月份销量环比增长达600%。

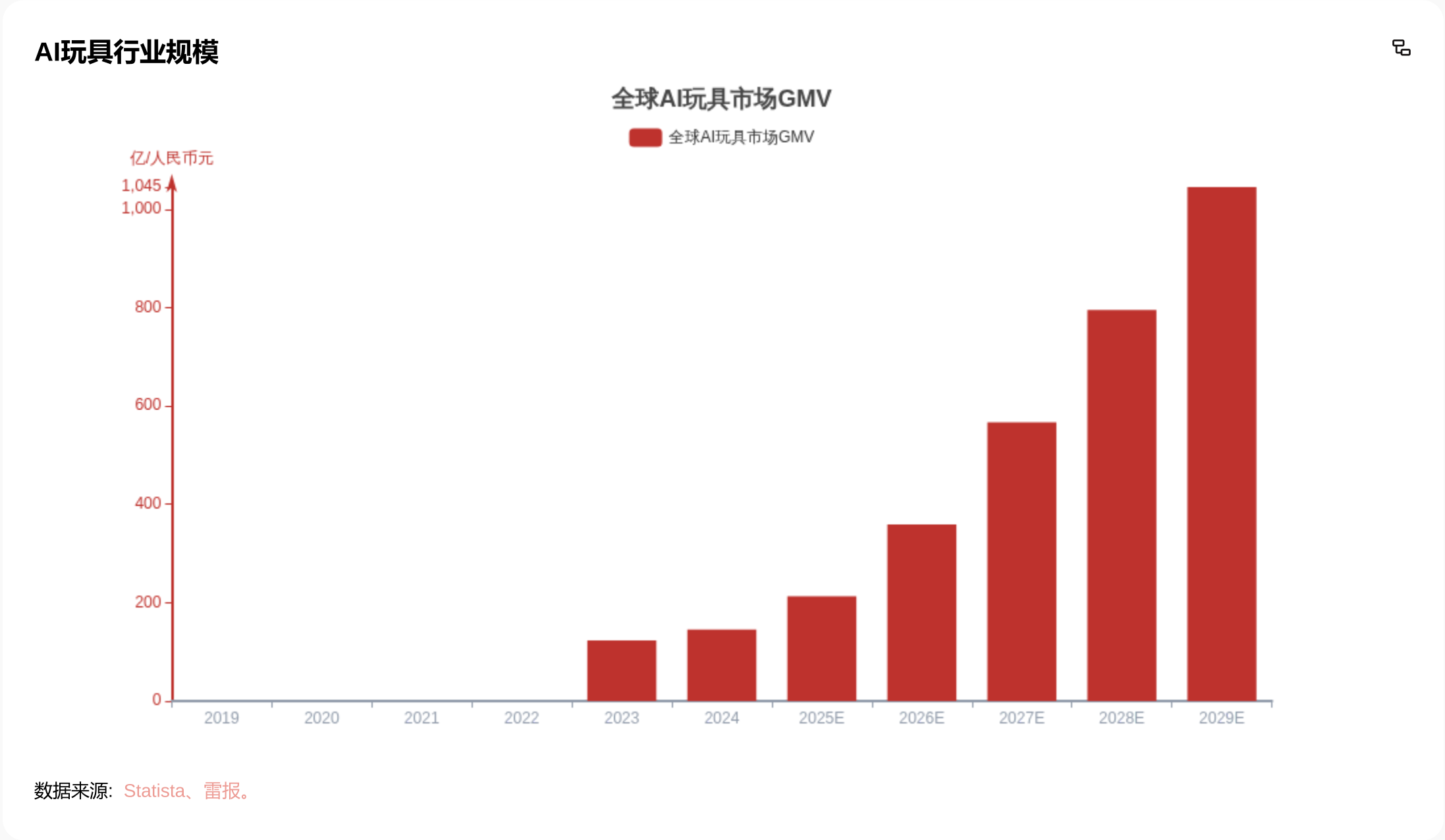
【2】对于成年人而言，随着情绪消费崛起，购买解压玩具、和毛绒玩具说话等成为了年轻人缓解压力的重要方式之一。据MobTech调查，8.3%的男性和8.6%的女性会选择捏泡泡纸/玩解压玩具释放压力；2.8%的男性和5.5%的女性会通过和毛绒玩具互动释放压力。此外，在男性情绪消费品类TOP10中，手办模型和解压玩具占比分别为27.8%和18.1%；女性情绪消费品类TOP10中，毛绒玩具、解压玩具占比均为21.9%。这种情绪经济的崛起，正推动AI玩具向情感交互领域深度渗透，为行业开辟出"科技+情感"的新型消费赛道（如Ropet目标用户为27-35岁女性）。

行业规模

AI玩具行业规模的概况

2023年—2024年，AI玩具行业市场规模由123.54亿人民币元增长至145.37亿人民币元，期间年复合增长率17.67%。预计2025年—2029年，AI玩具行业市场规模由212.73亿人民币元增长至1,044.87亿人民币元，期间年复合增长率48.87%。

规模预测



AI玩具行业市场规模历史变化的原因如下：

大模型技术爆发、“人工智能+”行动实施等直接驱动AI玩具市场发展。

大模型技术的爆发性发展与政策对“人工智能+”行动的强力推动，正以前所未有的力度重塑全球AI玩具市场格局，成为驱动行业快速扩张的核心引擎。【1】从技术层面看，大模型（如豆包、百度智能云多模态框架）的突破性进展显著降低了AI玩具的研发门槛与硬件成本。以芯片成本为

例，部分新兴公司凭借创新的技术路线，将AI芯片的成本降低了90%，边缘计算芯片与低功耗AI模组的普及，使得语音唤醒、情感识别等复杂功能可嵌入百元级玩具，从而推动产品从“科技噱头”转向大众消费品。例如，百度智能云为澄海玩具产业提供的“双智能中枢”方案，通过云端算力与轻量化端侧模型结合，既实现数学解题、英语对练等教育功能，又通过情绪识别技术赋予玩具主动关怀能力，提升了玩具的附加值。这种技术普惠化直接催生“硬件+订阅服务”的新型商业模式，如AI魔法星的连续对话功能与故事包更新服务，使企业收入结构从一次性销售转向长期用户粘性运营，形成持续增长的商业闭环。

【2】政策层面，“人工智能+”行动的顶层设计为行业提供制度保障与发展方向指引（中国人工智能核心产业规模已接近6,000亿元）。2025年《政府工作报告》明确提出“支持大模型广泛应用”，地方层面如广东省工信厅发布的《关于征集人工智能赋能玩具产业技术路径及应用场景清单的通知》，从低成本硬件、多模态交互技术到教育文化产品开发，系统性规划AI玩具的技术路线图。政策红利不仅体现在资金扶持（如研发补贴最高达数百万），更通过标准化建设（如儿童玩具安全法规）降低企业合规风险，同时鼓励跨界融合（如“AI+国潮”战略），推动传统制造业向智能制造转型。

AI玩具初创公司大量涌现，且受资本青睐，市场上产品频出。

近年来，AI玩具初创公司凭借技术革新与情感消费趋势的双重驱动呈现爆发式增长，资本市场亦积极响应，2024年以来，该领域投融资事件超27起，超10家公司获投，其中乐享智能、维他动力等机器人玩具初创企业单笔融资达亿级规模，反映市场对“AI+玩具”赛道的强烈信心。资本助推下，初创公司加速推出相关产品。例如：跃然创新于2024年7月推出的BubblePal智能挂件，在抖音平台销售额突破2,000万元，复购率达40%；贝陪科技于2025年4月推出可豆陪陪AI玩具；珞博智能推出情感陪伴机器人Fuzozo芙崽，融合五行哲学设计，具备”性格演化“能力，在2025年京东618预售一周销售额超93万元。

AI玩具行业市场规模未来变化的原因主要包括：

情感经济崛起填补社交与陪伴缺口，带动AI陪伴类玩具消费。

据2023年《柳叶刀》心理健康专刊调查表示：36%的美国人感到严重孤独，较2018年上升13%；日本15-39岁人群中孤独率达32.4%；27%的欧盟公民表示缺乏亲密社交关系；中国都市白领群体中，28%存在中度及以上孤独症状。

孤独感指数上升催生了AI玩具在情感陪伴领域的广泛应用。陪伴类机器人玩具、宠物玩具等精准切入职场青年、留守儿童及银发群体的社交需求，将AI玩具从“功能工具”升级为“情感伙伴”，形成差异化竞争力。数据显示，00后和90后已占据毛绒玩具消费的79%，AI技术的加入正重塑传统玩具的消费逻辑。

IP授权与场景创新构建商业闭环。

2024年，全球IP授权市场规模已超3,600亿元，成为AI玩具渗透的核心驱动力。通过“IP+AI”模式，传统玩具厂商（如奥飞娱乐、实丰文化）将经典IP（喜羊羊、故宫文创）升级为具备对话、AR互动功能的智能产品，单款售价可达普通玩具的5倍（如喜羊羊超能铃铛娃娃399元）。同时，订阅制服务（如BubblePal的故事包更新）和“硬件+月费”模式（LOVOT月费880元）构建了长期用户粘性，形成“硬件销售+增值服务”的盈利闭环。IP的高溢价能力与AI技术的场景延展性共同推动市场持续扩张。

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《生成式人工智能服务管理暂行办法》	网信办等	2023-07-01	5
政策内容	旨在规范生成式人工智能技术的健康发展与应用。			
政策解读	该办法为AI玩具行业的规范化发展提供了法律框架。一方面，政策要求AI玩具在语音交互、情感陪伴等功能中严格规避违法不良信息，确保内容符合社会主义核心价值观，倒逼企业优化算法设计和数据筛选流程；另一方面，对数据安全和隐私保护的强化要求，促使企业加强用户信息合规管理（如儿童身份数据加密），降低法律风险。此外，政策推动的“技术发展与治理协同”将引导AI玩具企业通过自主创新提升技术壁垒（如国产芯片适配），同时规范行业竞争秩序，减少低质仿冒产品对市场的冲击，助力行业向高附加值、可持续方向升级。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《2025年政府工作报告》	国务院	2025-03-01	8
政策内容	报告强调“稳中求进”，提出持续深化改革开放、推动产业升级和科技创新，重点支持人工智能、量子科技等前沿领域突破，并通过“人工智能+”行动促进数字技术与实体经济融合。同时，报告明确要扩大有效投资、优化营商环境，强化制造业高质量发展，为新质生产力培育提供政策支撑。			
政策解读	政府工作报告中提出的“人工智能+”战略和数字技术融合政策，为AI玩具行业注入强劲动能。政策支持下，AI芯片、大模型技术等核心能力将加速落地，推动智能对话、情感交互等功能升级，提升玩具的教育属性和陪伴价值。同时，报告强调扩大内需与消费升级，促使AI玩具从儿童市场向全年龄段拓展（如老年关怀、青年情感陪伴），并借助跨境电商扩大国际市场份额。此外，政策对数据安全性与隐私保护的规范要求，也将倒逼企业完善合规体系，推动行业向高质量、可持续方向发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《信息化标准建设行动计划（2024—2027年）》	网信办等三部门	2024-05-01	4
政策内容	到2027年，信息化标准工作机制更加健全，标准体系布局完善，基础能力提升，形成高质量的信息化标准 and 专业化人才队伍，显著增强标准实施效果和国际影响力。			
政策解读	政策明确要求制定人工智能芯片、消费电子芯片等应用标准。AI玩具依赖的芯片（如语音识别、图像处理芯片）需符合统一接口和性能标准，降低开发成本，提升硬件兼容性。例如，国产AI芯片的标准化将加速其在玩具中的应用，推动国产替代。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》	国务院	2022-12-01	7
政策内容	消费和投资规模再上新台阶，完整内需体系全面建立；新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化基本实现，强大国内市场建设取得更大成就，关键核心技术实现重大突破，以创新驱动、内需拉动的国内大循环更加高效畅通。			
政策解读	通过促进消费提质升级和培育新型消费模式，为AI玩具行业注入强劲动力。政策明确提出扩大服务消费、拓展投资空间，推动传统消费向智能化、个性化转型，直接利好AI玩具的教育属性和情感陪伴功能。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》	科技部等六部门	2022-07-01	5
政策内容	为落实《新一代人工智能发展规划》，系统指导各地方和各主体加快人工智能场景应用，推动经济高质量发展，现将《关于加快场景创新 以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》印发给你们，请结合实际，认真贯彻落实。			
政策解读	技术赋能产品创新：（1）多模态交互升级，政策推动AI芯片、传感器等硬件成本下降（如国产芯片崛起），使AI玩具实现语音、视觉、触觉等多模态交互，提升拟人化体验。（2）情感计算突破，通过情绪识别与生成技术，AI玩具可主动感知用户情感状态（如儿童孤独感），提供陪伴对话，增强情感联结。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

AI玩具竞争格局概况

目前仅有奥飞娱乐、实丰文化、跃然创新、贝陪科技、珞博智能、萌友智能等少数厂商已推出的AI玩具厂商，市场竞争分散。随着各大厂商加速研发，2025年有望成为AI玩具产品爆发期，市场竞争格局将逐渐明朗。

AI玩具行业竞争格局的历史原因

市场起步阶段，各大厂商处于加速研发期，竞争高度分散。

当前AI玩具赛道呈现高度分散的市场格局，仅有奥飞娱乐（如IP联动的智能玩偶）、实丰文化（AI语音交互玩具）、跃然创新（教育类机器人）、贝陪科技（儿童陪伴型AI设备）、珞博智能（仿生机器人）及萌友智能（互动宠物玩具）等少数厂商完成产品落地，尚未形成头部企业主导的垄断态势。这种分散格局的形成，主要源于技术壁垒与市场教育的双重制约：一方面，AI玩具需融合自然语言处理、多模态交互、情感计算等前沿技术，研发周期长且成本高，中小厂商难以独立攻克；另一方面，消费者对AI玩具的“教育+娱乐”双重期待尚未完全兑现，市场仍处于认知培育阶段。此外，目前赛道玩家市场定位和发展路径差距较大，加剧市场竞争分散。例如：（1）实丰文化以AI魔法星切入低龄儿童市场，通过抖音平台实现商业化落地，并计划拓展至覆盖成年人、老年人的AI陪伴产品矩阵，试图以全年龄段覆盖打破细分市场局限；（2）奥飞娱乐依托IP优势推出AI智趣喜羊羊，通过京东、天猫等电商平台分层布局，计划将产品划分为百元入门级、200-300元中端及500元以上高端三大价格带，以差异化定价策略抢占不同消费层级；（3）手滑科技自2017年以“IP+智能硬件”模式切入儿童陪伴机器人市场后，逐步向成人情感陪伴及AI可穿戴设备领域延伸，并针对中国市场激烈竞争制定海外扩张战略，其首款成人向AI产品预计于2025年进入欧美市场。这些差异化策略反映行业玩家在目标用户、技术路径和商业模式上的多元探索。

AI玩具行业竞争格局未来变化原因

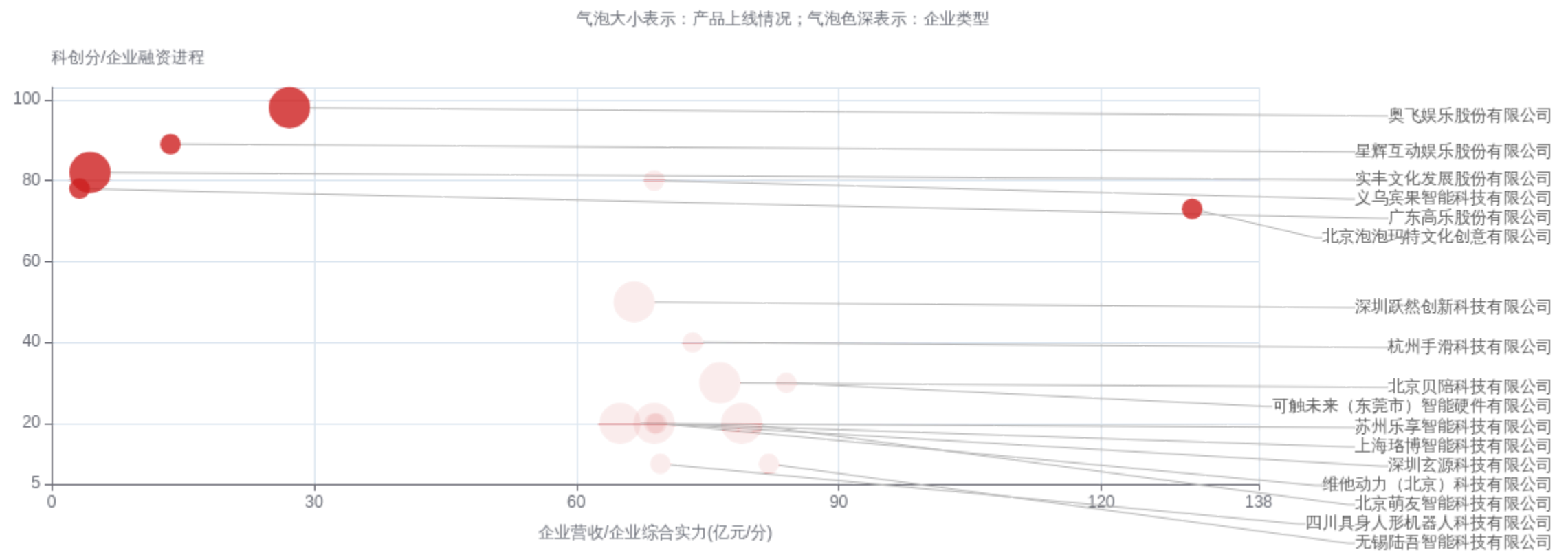
技术迭代加速和需求升级，2025年有望成为AI玩具的爆发拐点，市场竞争将从“小众探索”转向“规模化争夺”，市场集中度有望提升。

未来，AI玩具市场或将形成由IP生态型企业与技术导向型新锐品牌双轨主导的竞争格局，两类企业的差异化定位与协同创新将共同推动行业从“功能堆砌”向“体验深化”转型。

【1】IP生态型企业以奥飞娱乐为代表，依托“喜羊羊”“超级飞侠”等经典IP的用户基础，通过AI技术将角色拟人化（如赋予语音交互、情绪识别能力），构建“内容+硬件+订阅服务”的闭环模式。其核心优势在于：内容壁垒——通过动画、游戏、周边等多维度内容生态，延长产品生命周期（例如通过订阅服务提供角色语音包、互动剧情更新）；规模化效应——借助IP的高知名度降低市场教育成本，快速打开大众消费市场（如通过电商平台以百元级价格带覆盖下沉市场）；场景扩展——从儿童教育娱乐向家庭陪伴、亲子互动延伸（例如开发“超级飞侠”家庭协作型AI玩具，强化家长端控制功能）。

【2】技术导向型新锐品牌以硬科技为核心竞争力，通过差异化功能抢占细分市场。例如，贝陪科技通过情感交互算法（小样本学习、多模态情绪识别）让AI玩具能感知用户表情、语调并作出拟人化反馈，满足儿童情感陪伴需求；萌友智能的互动宠物玩具通过AI模拟真实动物行为（自动避障、环境感知），填补传统宠物玩具的功能空白。这类企业的优势在于技术迭代速度快（如通过OTA升级新增功能），但用户认知门槛高（需通过教育营销普及技术价值）、成本结构刚性（高研发投入可能导致利润率低于IP型企业）。

两类企业的竞合关系将深刻影响行业格局：一方面，IP型企业可能通过“低价+内容”策略挤压技术型企业的中低端市场空间，而技术型企业则以“高端体验”争夺高净值用户；另一方面，双方存在互补性——IP型企业可借助技术伙伴提升产品智能化水平（如奥飞娱乐与AI算法公司合作开发“超级飞侠”语音交互模块），而技术型企业则可通过IP授权降低市场推广成本（如珞博智能与知名IP联动推出限量版机器人）。



上市公司速览

奥飞娱乐股份有限公司（002292）

泡泡玛特国际集团有限公司（09992）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.0亿元 >	-2.3	36.8

实丰文化发展股份有限公司 (002862)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	8072.0万元 >	22.1	38.2

广东高乐股份有限公司 (002348)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5251.9万元 >	14.8	20.1

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
531.9亿 >	130.4亿 >	106.9	66.8

星辉互动娱乐股份有限公司 (300043)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.7亿元 >	12.8	38.4

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司 (300459)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.3亿元 >	-18.4	91.6

企业分析

1 奥飞娱乐股份有限公司【002292】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	147869.9697万人民币
企业总部	汕头市	行业	娱乐业
法人	蔡东青	统一社会信用代码	91440500617557490G
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	870278400000
品牌名称	奥飞娱乐股份有限公司	经营范围	广播电视节目制作经营；电视剧制作；电视剧发行；电影发行；音像制品制作；音像制品复制；电子出版物复制；互联网信息服务；网络文化经营；玩具制造；玩具销售；玩具、动漫及游艺用品销售；母婴用品制造；母婴用品销售；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；广告制作；广告发布；广告设计、代理；电影摄制服务；电子产品销售；文具制造；文具用品批发；文具用品零售；塑料制品制造；塑料制品销售；五金产品制造；五金产品零售；五金产品批发；家用电器销售；服装服饰批发；服装服饰零售；日用百货销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；货物进出口；技术进出口；体育用品及器材制造；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售；食品生产；食品销售。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)≡

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	1.21	1.02	1.14	1.05	1.09	1.09	1.03	1.02	1.03	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	41.5478	41.2868	40.1785	34.4321	40.9856	43.0091	40.0452	33.101	30.9737	/
营业总收入同比增长(%)	29.7971	8.3851	-22.0366	-3.9746	-13.1548	11.6594	0.4704	3.0866	-0.8563	/
归属净利润同比增长(%)	1.923	-81.9178	-1908.7178	107.3673	-474.9267	7.3782	58.8557	154.6336	-404.6562	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	73.8007	68.7246	78.1725	66.5742	69.23	49.3468	47.5677	51.7032	57.2835	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.2136	0.9202	1.0478	1.0593	0.9371	1.1878	1.1206	1.1878	1.4078	/
每股经营现金流(元)	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.0919	-0.0278	0.0998	0.1331	0.1694	/
毛利率(%)	49.4202	42.5413	38.531	46.593	31.338	26.2555	31.0332	37.7203	42.1469	/
流动负债/总负债(%)	75.672	93.0627	90.0755	96.3839	97.2387	87.3779	87.0772	88.8094	90.3359	/
速动比率	0.5942	0.4899	0.6193	0.5597	0.5365	0.832	0.6941	0.7526	0.9319	/
摊薄总资产收益率(%)	7.2434	0.8195	-22.4799	1.6095	-7.6651	-7.2657	-3.111	1.6057	-6.1952	/
营业总收入滚动环比增长(%)	-12.7029	15.0346	-3.2669	-2.4936	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-86.7628	-872.3366	-2369.47	-341.0252	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	11.74	1.88	-37.32	3.01	-12.41	-13.67	-5.37	2.84	/	/
基本每股收益(元)	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.06	-0.19	0.0332
净利率(%)	14.1988	1.8821	-59.5713	3.816	-19.0033	-15.4357	-6.5836	3.0821	-10.7059	/
总资产周转率(次)	0.5101	0.4354	0.3774	0.4218	0.4034	0.4707	0.4725	0.521	0.5787	/
归属净利润滚动环比增长(%)	-58.3434	-224.9511	-5507.4246	-79.1863	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.1197	1.1187	1.5457	1.5271	1.5182	1.6617	1.6684	1.6557	1.6621	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	172.5626	187.1686	188.2255	216.0735	197.217	151.8283	155.8104	154.0173	140.2033	/
营业总收入(元)	3360668382.81	3642464104.89	2839790072.06	2726920351.65	2368198964.01	2644316753.12	2656755010.83	2738759205.55	2715305959.99	657559257.96
每股未分配利润(元)	1.3741	1.3774	0.1253	0.217	-0.1314	-0.4229	-0.539	-0.5079	-0.7033	/
稀释每股收益(元)	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.06	-0.19	0.0332
归属净利润(元)	498444367.91	90129598.1	-1630190056.08	120100514.12	-450288851.86	-417065559.92	-171598809.76	93642611.74	-285288015.74	49101524.51
扣非每股收益(元)	0.26	-0.12	-1.31	0.05	/	/	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.0919	-0.0278	0.0998	0.1331	0.1694	/

公司竞争优势

▪ 竞争优势

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

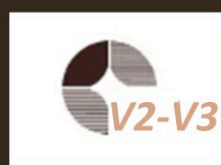
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588