

关注“一老一小”③

覆盖全龄，玩具业“花式”满足多元需求

——来自广东省的调查

本报记者 郑 杨

智能玩具热度飙升、文创潮玩不断迭代、适老玩具撬动银发市场……当前，玩具正从儿童益智娱乐工具进化为全年龄段的情感载体、社交货币、智能伙伴，科技创新与IP赋能成为产业核心增长点。面对教育属性、智能陪伴等新需求，玩具产业如何满足“一老一小”消费者的新期待？

在玩具展会逛一圈，今年市场变化真不小：从国民IP懒羊羊到潮玩明星“耙老师”，经典玩偶纷纷变身有个性的AI伙伴；遥控机器狗升级为“花式撒欢”的智能萌宠；拆盲盒能奏出整副象棋、麻将，玩具从“好看的摆设”变为“好玩的载体”……

近年来，昔日“孩童专属”的玩具正进化为全年龄段的情感载体、社交货币与智能伙伴。《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，2025年国内市场玩具（不含潮玩）零售总额达1035.3亿元，首次突破千亿元大关。随着银发经济蓬勃发展，适老玩具凭借对老年人身心健康、社交需求的精准契合，成为极具潜力的新兴消费热点。

与此同时，出生率走低叠加成本高压、市场竞争白热化，也让行业面临重重考验。在机遇与挑战激烈碰撞、行业加速洗牌的关键节点，如何跳出同质化竞争、引领消费新风潮？从益智娱乐到智能陪伴，玩具产业如何更好满足“一老一小”群体的消费新需求？广东作为我国最大的玩具生产和出口基地，不断探索产业升级方向。

找到新潮流“入场券”

玩具市场的天花板越来越高，赛道越来越宽了。在“中国潮玩之都”东莞和“中国玩具礼品之都”汕头澄海，国潮元素、IP赋能、AI智能，成为众多玩具企业切入新消费市场的“入场券”。

依托个性化设计和情感投射，潮玩契合消费者为情绪价值买单的意愿，成为拉动玩具消费增长的主引擎。《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，2025年潮流与收藏玩具国内市场零售总额为676.9亿元，比上年增长45.4%。

然而，当潮玩爱好者的收藏柜里早已摆满相似的治愈系“大眼睛”，行业的增长点究竟在哪儿？在东莞“中国潮玩之都”的核心区域石排镇，记者看到了行业的尝试——以国潮文化为内核、原创IP为载体，一批头部企业开辟出高价值、差异化的新赛道。

在城仕（东莞）文化科技有限公司（TOYCITY）选品中心，锚定不同圈层消费者的10多个原创IP，以盲盒、太空舱等丰富品类呈现。“弘扬国潮文化是我们的品牌定位，国潮玩具在国内外市场都很受欢迎。”公司行政经理郭远斌指着一个个熊猫形象的IP“耙老师”告诉记者，“我们依托传统文化对IP进行深度开发，小熊猫系列盲盒设计了生动的对战场景，引导小朋友学习象棋；耙老师研习游记系列盲盒用熊猫演绎传统文化，反响相当好。”

在石排镇的“中国潮玩之都·漫博中心”，吾独友偶、摩动核、拼酷等品牌展馆聚集一堂。这些从石排走向世界的品牌，同样通过深耕国潮文化、滋养原创IP，在小众细分赛道各领风骚。

吾独友偶在展厅开起了“中药铺”，其热门IP“本草纲目”系列潮玩将灵芝、人参等药材设计成玩偶，消费者可沉浸式体验“望闻问切”，上市两年来销售额突破2亿元；凭借国风机甲定位驰骋金属模型赛道的摩动核，构建起IP开发与模玩研发融合的创新生态，曹仁、吕布等中国英雄走向世界。“国潮产品具有很高的可玩性和文化魅力，可让小朋友在快乐体验中了解中医文化和历史人物。”漫博中心运营部工作人员徐雅静说。

由最初的小众收藏变为大众兴趣消费热点，潮玩行业竞争已从“制造稀缺”转向“制造共鸣”。“潮玩市场变化很大，国内潮玩赛道热度初起时可以说有品就能卖，如今已是供大于求，越来越卷。”郭远斌坦言，“想留住消费者，以前只需专注于好玩，提供单向的情绪价值，现在则需要精细化的场景打造和持续的情感连接。”

能凝聚共鸣的IP，成为影响消费决策的核心因素。“IP不仅是文化符号，更是一种情绪表达方式；既是新的消费入口，也是品牌与用户间的重要连接点。”TOYCITY创始人郑波表示。《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，IP是消费者选择潮玩时最关注的因素，本土原创IP人气日益提升。潮玩品牌纷纷打造原创IP矩阵，加速迭代上新，迎合国内消费者日益高涨的文化自豪感，也精准契合海外市场对中国文化

愈加浓厚的探索热情。

“卷”在喧嚣里的潮玩，找到了国潮文化这个爆点；“卷”在沉默中的传统玩具，则借上了AI这股东风。

过去一年，传统玩具市场因缺乏爆款带动显得冷清，而AI玩具凭借“陪伴”这一核心价值，撬动了全年龄段消费需求。随着我国人口老龄化程度持续加深，养老需求从物质保障向精神愉悦延伸，满足老年人益智娱乐、情感陪伴的玩具大有可为。

在塑料玩具产出约占全球三分之一的汕头，不少传统企业抢抓机遇，杀入AI玩具赛道。在澄海，AI玩具出口占比从2024年的不足10%跃升至2025年的30%，“AI+陪伴”“AI+科教”“AI+IP”“AI+国潮”等品类迅速涌现。“如果还只靠低价跑量，竞争力必将被推薄。”汕头市澄海玩具协会常务副会长黄伟腾认为，接上AI这个“外挂”，澄海玩具就处在最具爆发力的赛道上。

广东群宇互动科技有限公司便是植根澄海玩具产业链成长起来的“AI赋能者”。公司推出的潮汕英歌舞机器人、会讲潮汕话的AI狮头鹅等融合当地文化的AI玩具圈粉无数，还与厂家深度合作，研发了桌面机器人、AI宠物等AI智能产品。

“传统玩具企业不变思路只有死路一条。”群宇互动广州分公司总经理李勃分析，传统玩具技术迭代慢，企业在低价竞争中不敢研发推新，导致市场热销产品仍是多年前的款式，越来越难跟上消费潮流。很多厂家想要接入AI，却在技术门槛和研发成本面前望而却步。行业痛点就是市场机会。群宇互动通过“AI+硬件”协同创新，形成标准化AI模块，帮助玩具厂快速落地AI产品。

AI如何让传统玩具焕发新生？“开始喷雾！跳个舞！”随着李勃对一款智能机器狗下达指令，机器狗就欢快地跳起舞，氛围灯也随情绪同步变化。“这款产品以前是遥控版本，价格战下利润微薄。升级为能聊天、会卖萌的AI版本后，利润显著提升。”李勃说。玩具企业通过与群宇互动合作，产品附加值大幅提升，研发周期缩短，技术投入成本降低，更有信心用技术溢价对冲成本压力，摆脱低端内卷。

业内人士分析，受技术成熟度和成本等因素限制，AI玩具同质化、交互体验不佳等问题普遍存在。为破解堵点，以奥飞娱乐、实丰文化等为代表的企业率先探索，带动行业迈入AI技术与IP内容深度融合的新阶段。

手握“喜羊羊”“超级飞侠”等经典IP的奥飞娱乐，从2024年底起便陆续推出多款“AI+IP”智能玩具，依托IP粉丝基础，大幅降低了市场推广和用户培育成本。公司产品经理辛庆介绍，迭代后的产品融入大量科教内容，满足了父母对孩子“玩中学”的深度需求。

跨界融合驶向蓝海

广东玩具产业在全国独占鳌头。2025年，广东规模以上玩具制造企业实现营业收入795亿元，占全国比重超四成；玩具出口额897亿元，占全国出口总额的36%。

潮玩化、智能化、IP化三大风口红利，集中涌向玩具产业，新消费需求的广阔蓝海就在前方，但对于广东玩具这艘“巨轮”来说，要扭转传统发展航向，并非易事。

在玩具年产值超500亿元、塑料玩具产量约占全国50%的澄海，玩具生产经营单位约6万家，面对大起大落的外贸行情、处于历史高位塑料原料成本和瞬息万变的市场，众多企业深陷“接单难、盈利难、发展难”困境。而在生产全球约1/4动漫衍生品、全国约85%潮玩的东莞，面对变幻的时尚风潮，潮玩企业也纷纷感叹，下一个爆款的诞生就像开盲盒隐藏款一样难测。

如何破局？广东玩具行业意识到，单打独斗无法摆脱低质竞争，唯有打通产业集群内外资源，跨界融合、抱团发力，才能真正抢占价值链高端，在新蓝海中破浪前行。

跨界融合首先在产业集群内部。“潮玩周转很快，如果创意迟迟不能落地，风口一下就过去了。”徐雅静告诉记者，石排镇近两年打造了潮玩中心、漫博中心两大平台，贯通了全产业链，周边“5公里半径”高效协同生态圈可满足潮玩“设计—打样—

生产—销售”全流程需求，实现10天到20天快速交付，更可在IP热度持续火爆时向市场提供源源不断的产品。

记者在漫博中心看到，品类齐全的选品中心、沉浸式的消费体验馆，以及创意孵化、AI打样、人才服务、出海赋能等关键环节支持一应俱全。徐雅静说，过去潮玩圈子比较封闭，大企业各自为王，外人想要进入很难。而今，资源共享、协同互补的产业生态吸引了来自全国各地的潮玩爱好者、设计师和品牌聚集，前来寻求入驻或合作的客户络绎不绝。

产业集群内的跨界融合，让代工起家的石排传统玩具快速向新兴的潮玩产业转型。记者在广东狼博旺实业有限公司看到，宝可梦、三丽鸥等国际IP授权的二创产品琳琅满目，从防撞角小摆件到萌趣小夜灯，无不融入了创意与实用性。“公司最初仅做代工，近年来深耕二创，打造了专业的设计团队和销售渠道，掌握了定价权，利润显著提高。目前二创产品销售占比已超一半。”狼博旺董事长助理翁玉婷说。如今，石排潮玩产业集群快速发展，集群内159家企业总产值达172.3亿元，同比增长11%；培育自有品牌企业超30家，拥有原创IP超120个。

产业集群间的壁垒也在破除。近两年，不仅广东汕头、东莞、深圳等玩具产业带联动紧密，广东与长三角等省外产业集群的交流协作也日趋频繁。各具特色的产业基因优势互补，共同在市场变局中抢占先机。

东莞潮玩IP与汕头世界积木制造基地联动，在国潮积木热门赛道上彼此赋能。记者在TOYCITY展厅看到，原创IP“耙老师”与汕头品牌联合开发的“耙老师联名街景”国潮积木，憨态可掬的耙老师游水坊、逛食肆，主打一个“巴适”，收获了好销量与好口碑。“澄海正从‘世界工厂’转向‘智慧创造’，而在品牌化与高端IP原创方面，仍需与东莞等产业带协同合作。澄海的供应链网络与柔性生产能力，可与东莞的原创设计及高端制造形成互补，共同开拓国内外市场。”澄海玩具协会会长黄逸贤表示。

精致的塑胶脸，柔软的毛绒身，当前塑胶毛绒潮玩大火，精工质感成为溢价的关键。澄海塑胶玩具与扬州毛绒玩具由此开启了“软硬融合”的跨域联动。在两地行业协会推动下，近日，澄海首家毛绒玩具公共厂房——汕头市绒聚供应链管理有限公司落地运营。“我们把扬州的精细打版、原创设计和品质标准带到了平台，让扬州毛绒和澄海塑胶结合起来，打造兼具市场竞争力、情感温度和创意的产品，实现1+1>2的协同效应。”该平台负责人、扬州帝腾玩具礼品有限公司总经理张亚波说。

创新引领重构生态

玩具升级为智慧伙伴进入全年龄段生活场景，不仅符合行业摆脱内卷、夺回定价权的期待，更契合城市以创新场景牵引消费与产业升级的方向。由于玩具互动场景包容度较高，AI玩具被普遍视为大模型落地的绝佳场景。当前，从东莞到汕头，都在举城市之力推进“AI+玩具”生态打造。一场以AI能力为支点撬动制造升级、商业模式创新、应用场景落地的全方位变革，正加速玩具产业突围蝶变。

今年启动“鸿蒙之城”建设的东莞，正打造统一的城市数字底座，系统推进“AI+玩具”“AI+无人车”等应用场景全域落地。今年3月，东莞市人工智能玩具场景创新中心正式启动。该中心可谓“强强联合”——茶

山镇作为全国精品毛绒玩具产业集聚地，产业规模超100亿元；东莞、深圳两大移动端产业强市共建的国家级人工智能应用中试基地，则拥有打通AI技术转化落地“最后一公里”的硬核能力，立足开源鸿蒙等技术底座，为玩具等产业集群打造了若干垂直场景赋能中心，形成“技术落地—场景验证—产业推广”闭环。

前不久，在东莞举办的应用场景创新展上，该中心展示的全链路AI潮玩解决方案引发广泛关注，潮玩企业在其赋能下开发的兼具长期记忆、情绪感知、教育与收藏等功能的小把AI等陪伴潮玩，展现了“AI+潮玩”的广阔前景。据介绍，在该平台上，企业可获得IP定制、AI模型调用等全周期服务。“我们聚焦企业面临的AI产品研发门槛高、量产周期长等共性问题，降低企业创新成本，期待吸引更多企业合作共赢。”国家人工智能应用中试基地代表、中国联通广东省分公司副总经理吴伟斌表示。

汕头澄海聚力用一块AI芯片激活一座“玩具之城”。“AI玩具的风口是澄海拓展国内国际双循环，进一步擦亮‘中国玩具礼品之都’品牌的有利契机。”澄海区委书记王楚彬介绍，澄海拥有完整的玩具产业链条，能够快速承接AI技术落地，不用重构产业体系，只需在现有基础上植入AI大模型，优化交互功能，就能实现产品迭代升级、产业转型升级。澄海已联动产业链上下游打造玩具智能体平台，提供“开箱即用”的AI工具，帮中小企业抢滩AI玩具新蓝海。

澄海玩具的升级同样得到城市数字底座的支撑。“汕头以打造‘中国AI玩具之都’为目标，将玩具产业智能化升级纳入全市数字经济核心布局。”汕头市政府副秘书长陈馥忠表示，当地将聚焦智能设计、智能生产、智能检测三大领域，系统推进“AI+玩具”生态建设，推动玩具从“静态玩赏”向“动态交互”跃升。当前一系列举措扎实推进：汕头AI玩具创新中心揭牌，澄海玩具协会启动AI玩具产业需求“揭榜挂帅”，围绕技术研发、算力补贴、数据服务等多维度的AI玩具产业赋能新落落地……政府、企业、行业协会多方联动的新格局已初步形成。

《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示

2025年

玩具（不含潮玩）

国内市场零售总额为1035.3亿元

首次突破千亿元大关

同比增长5.8%

潮流与收藏玩具国内市场零售

总额为676.9亿元

同比增长45.4%

56.8%

受访消费者表示IP是选择潮流玩具时最关注的因素

多维度调查手记

「玩」出生命

从孩子的玩伴，到年轻人的“情绪创可贴”，再到老年人的心灵慰藉，玩具产业的边界正在消融。它不再只是一门制造生意，更成为一个关乎情感连接、文化表达与科技融合的丰富生态。然而，蓬勃新生态的另一面，是行业对“有产品缺品牌、有市场缺溢价、有创新缺差异”的深层焦虑。

摆脱困局，始于对“人”的重新发现。新一代父母对儿童玩具的期待早已超越“玩伴”而转为“成长伙伴”，追求教育与精细化体验的婴童玩具新市场加速形成；随着人口老龄化程度进一步加深，能延缓认知衰退、排解孤独的适老玩具崭露头角，成为潜力巨大的蓝海……机遇当前，如果仍然短视地陷于模仿，必然无法回应家庭为“确定性”投资、老龄社会为品质生活付费的多层次需求。

如何跳出旧格局、“玩”出新天地？广东汕头、东莞等地的探索，为行业多维度开辟新赛道带来了启发。

一方面要打破“孩童专属”的传统认知，挖掘全年龄段需求。如今很多人对定价不菲的AI玩具买单，身为家长，他们需要能教古诗、带运动的AI早教玩具，以舒缓育儿压力，把控亲子时光；身为子女，他们需要能唠家常、提醒吃药的AI适老玩偶，来获知父母身心状况、丰富长辈晚年生活。许多AI玩具活跃期短、退货率高，症结就在于没有找准用户核心痛点。针对儿童市场，有效解决“学中玩”难点；针对银发市场，开发健康监测、认知训练等实用功能……成功出圈的AI玩具证明，只要用心挖掘细分需求，就能开辟出高价值赛道。

另一方面要通过跨界联动，开辟“玩具+”新场景。玩具的舞台，早已不再局限于玩具店。东莞潮玩IP“篮球女孩”LAURA走进家居品牌打造的卧室空间，莞产手机与潮玩IP联名变身盲盒，石排镇的潮玩选品中心接待着渴望IP赋能的来访者……当玩具打破产业边界，与服装、家居、电子、文旅等产业梦幻联动，变为融入日常的生活方式，价值必将得以指数级放大。

玩具是创造快乐与智慧的产业，不断发现新需求、创造新体验，就是其生命力的源泉。广东企业的先行探索，为整个行业增添了信心。汕头市澄海区玩具协会已发出倡议，呼吁行业告别“无意义内卷”，转向“卷质量、卷服务、卷技术、卷品牌、卷创新”。当长远眼光取代了短期逐利，良性竞争替代了无序内耗，玩具产业必将在科技与文化的双轮驱动下驶向广阔的新消费蓝海。

图① 广东群宇互动科技有限公司赋能汕头传统玩具厂家打造出多款畅销AI玩具。

本报记者 郑 杨 摄

图② 东莞市石排镇的中国潮玩之都·漫博中心，成为潮玩生产性服务业集聚区。

本报记者 郑 杨 摄