

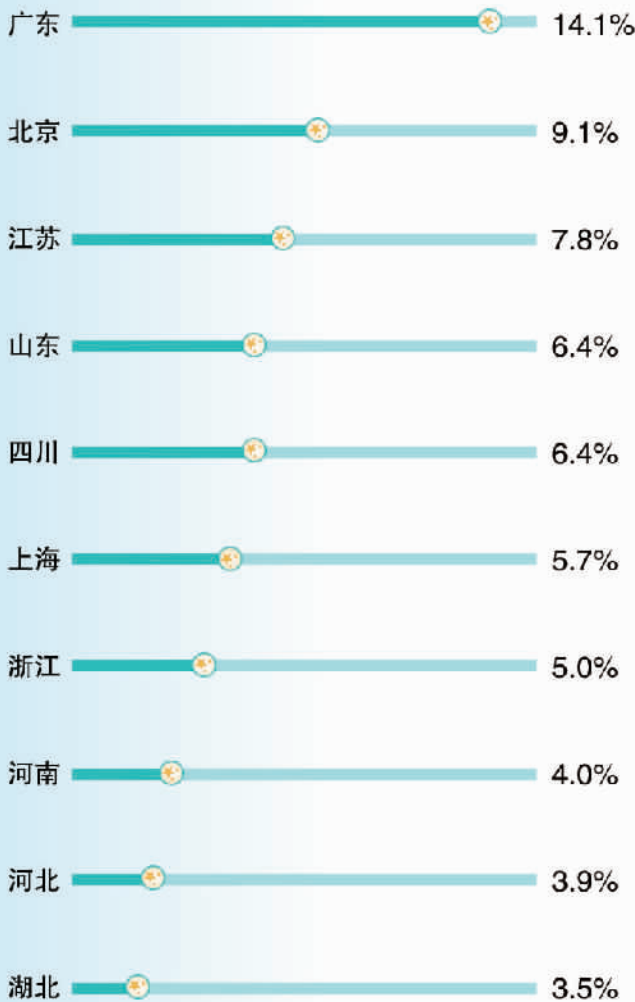
在这里读懂中国消费



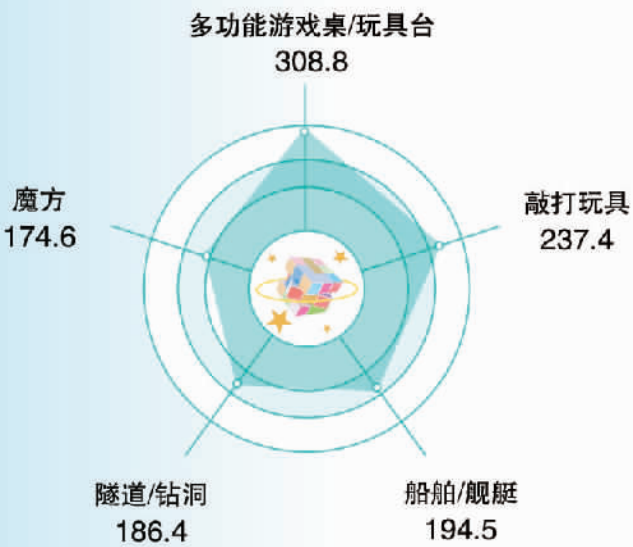
玩具产业“玩”出新天地

1 总体消费情况

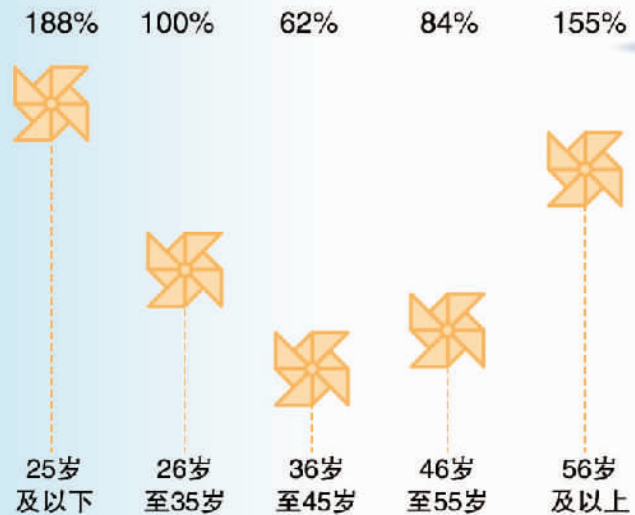
玩具成交额占比TOP10省份



广东消费者玩具消费偏好指数TOP5



各年龄段消费者玩具成交量同比增速



35岁以下消费者是玩具消费主力，其成交额占比超五成，25岁及以下消费者的成交量增速远高于其他年龄段群体。相较于功能性、实用性，兴趣消费、情绪消费正在演变为年轻人消费的核心驱动力。



更多内容 扫码观看

数据周期：
2025年8月16日
至10月14日

玩具成交额增速TOP5品类



玩具成交额占比TOP5品类



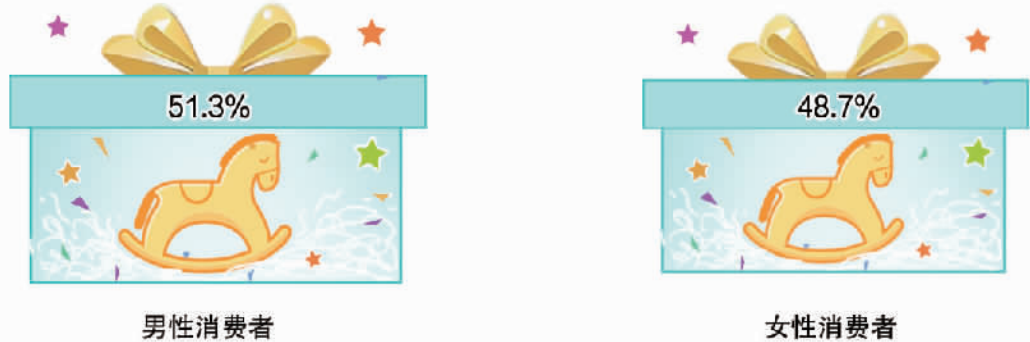
北京消费者玩具消费偏好指数TOP5



江苏消费者玩具消费偏好指数TOP5



不同性别消费者玩具成交额占比



不同性别消费者玩具偏好指数TOP5

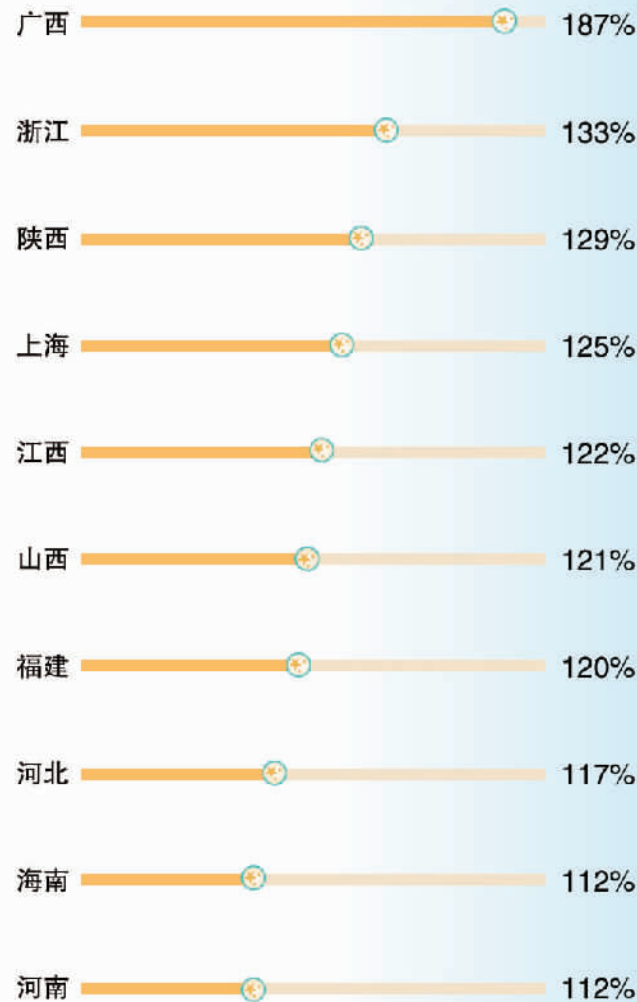
男性消费者



女性消费者

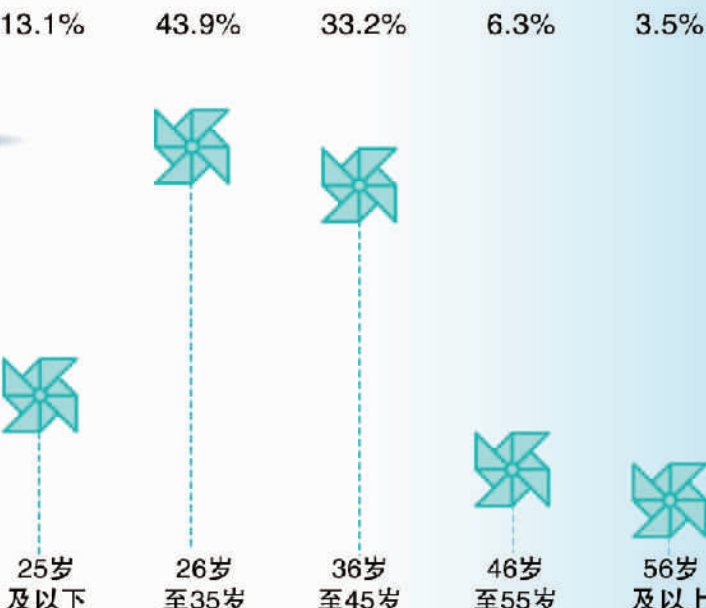


玩具成交量同比增速TOP10省份



具有情绪价值、社交价值、收藏价值的潮流玩具，进入高速发展阶段。潮流盲盒成交额占比位居第一，Cosplay装扮的成交额增速位居第一，这两类玩具都具有很强的IP属性，对品牌的IP运营与创意设计提出了更高要求。

2 消费者特征 各年龄段消费者玩具成交额占比



说数

在数字经济与文化消费融合发展的环境下，玩具不再是小朋友的专属，而是逐渐覆盖多年龄段的情绪消费的一个载体。以拉布布为代表的潮流玩具正在全球“圈粉”。从盲盒收藏的营销方式，到IP联名的跨界组合，潮玩以个性设计和社交属性吸引众多爱好者。数据显示，玩具产品成交额占比前5名品类中，包括潮流盲盒、毛绒玩偶和卡通周边等。AI技术的发展给玩具行业带来产品形态的创新改变。玩具不再是静态的陪伴，而是充满互动式的沟通载体。百科问答、故事播放、点读图书……AI玩具可以通过深度学习、语言处理、情感计算等技术，实现与用户的智能交互，提供个性化体验。数据显示，AI玩具近期成交额增速超10倍。儿童无人机、智能公仔等玩具也颇受消费者喜爱。随着玩具新产品、新业态不断涌现，对行业发

展也提出新要求。潮流玩具不仅仅是商品，更是年轻消费者表达态度的一种生活方式。相关玩具产品的设计、制作和营销要更加符合消费者彰显个性化的情感需求。要在产品品质和文化内涵挖掘上下功夫，避免同质化玩具蜂拥而上。通过与文旅等产业的融合发展，不断延长潮玩IP的产业链，打造主题乐园、餐厅、市集等，扩大多元消费场景。同时，保障创新成果转化，完善知识产权保护体系。面对AI等新技术的应用，在积极拥抱创新的同时，也要做好安全监管。特别是针对未成年人开发的玩具产品，要确保AI生成式内容的可靠性。在数据收集和处理过程中，确保用户的隐私数据不被泄露。在生产AI玩具的基础上，相关厂商还要延长服务链条，做好后续产品系统更新迭代等工作，不断增加消费者黏性和产品附加值。