玩具产业"玩"出新天地

超10倍

Cosplay装扮

早教玩具

9.8%

潮流盲盒 14.0%

▼ 北京消费者玩具

真煮玩具

泥瓦匠玩具

231.1

193.5

卡牌

178.2

172.2

169.4

水动力玩具

儿童沙画/胶画刮画

消费偏好指数TOP5

超10倍

棋类玩具

卡通周边

6.6%

▼ 玩具成交额增速TOP5品类

超10倍

儿童无人机

9.7倍

智能公仔

点读机

5.4%

▼ 江苏消费者玩具

消费偏好指数TOP5

形状配对扭扭蛋

数字屋/形状盒/多孔认知玩具

--174.5

150.1

水枪

140.3

-131.8

25岁

及以下

儿童仿真乐器玩具

在数字经济与文化消费融合发展的环境下,玩

以拉布布为代表的潮流玩具正在全球"圈

AI技术的发展给玩具行业带来产品形态的创

具不再是小朋友的专属,而是逐渐覆盖多年龄段的

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

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

括潮流盲盒、毛绒玩偶和卡通周边等。

隧道/钻洞 144.3

毛绒玩偶

9.7%

超10倍

AI玩具

▼ 玩具成交额占比TOP5品类

→ 在这里读懂(中)国消费





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 ▼ 各年龄的消费者玩具成交额占比

13.1% 43.9% 33.2% 6.3%

26岁

至35岁



56岁 及以上 至55岁

3.5%

□ 吉亚矫

说数

48.7%

女性消费者

情绪消费的一个载体。

男性消费者

176.6 军舰/航母 坦克/军事战车

及以上



51.3%

男性消费者

▼ 不同性别消费者玩具偏好指数TOP5



★



热胀冷缩/感温玩具



▼ 不同性别消费者玩具成交额占比

• 女性消费者



158.3



船舶/舰艇



飞机模型



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

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

展也提出新要求。潮流玩具不仅仅是商品,更是

36岁

至45岁

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。



188% 100% 62% 84% 155%

25岁 26岁 36岁 46岁 56岁

至45岁

至55岁

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。

至35岁

及以下



数据周期: 2025年8月16日 更多内容 扫码观看 至10月14日

音乐玩具

宝宝布书

儿童串珠/绕珠 婴儿健身架



粘土/超轻粘土