

证券研究报告 | 传媒 | 2025年01月23日

互联网传媒团队·行业深度报告

AI玩具的胜负手：AI之大脑，IP之魂

分析师

郝艳辉

登记编号：S1220524050002

张丰淇

登记编号：S1220524070002



- **AI玩具市场：爆发前夜，空间广阔。**我国玩具市场已达千亿规模，成为全球重要的玩具生产国和消费国，预计未来五年仍将保持稳健增长。IP玩具、以及基于IP的角色类玩具，增长有望跑赢其他品类，市场份额持续增长。随着AI大模型能力的持续进步，其对话交互能力、答疑解惑能力、甚至情感陪伴能力，有望从线上迁移至线下，AI玩具成为AI大模型的实物载体之一，AI玩具在玩具市场的份额有望持续提升。我们测算，假设28年国内AI玩具渗透率达到20-25%，则AI玩具市场规模有望达到300-400亿元。
- **产业趋势和商业模式：**今年的CES展上，众多AI玩具、AI宠物、AI机器人和AI机器狗等涌现，我们认为核心原因仍是底层AI技术进步的强支撑，让AI在实物端得到大规模应用。商业模式层面，由于成本端增加了大模型调用成本和AI芯片成本，因此AI玩具的定价较普通玩具更高，且已有AI玩具向C端用户收取AI功能订阅费，同时偏AI技术服务类厂商还可以向B端客户销售“机芯”或玩具AI SaaS服务。
- **IP+AI玩具：AI玩具或为IP授权带来增量。**一方面，参考海外AI角色扮演对话平台Character.ai，用户更喜欢对话的角色仍以知名动漫或游戏IP为主，表明用户天然对已知IP角色的认可度和喜爱度更高。另一方面，不同于App或网页端，AI玩具由于直接非免费出售给消费者，属于盈利性商业行为，可能更需要获得明确的IP授权后，才能确保不侵权，因此IP授权费将成为AI玩具公司的重要支出。泡泡玛特、布鲁可和卡游等玩具/潮玩公司的授权/版权费大致占收入的5%，由于AI玩具新增了语音对话等场景，IP授权费可能更高。迪士尼和万代南梦宫等海外IP/玩具公司，丰富IP资源构筑壁垒，积极探索AI和玩具、机器人等的结合，增加已有业务的趣味性。
- **国内上市公司的AI玩具布局：**（1）奥飞娱乐：手握丰富IP矩阵，外接大模型打造AI玩具已落地；（2）汤姆猫：多元推进AI+IP布局，AI机器人强调情感陪伴；（3）实丰文化：获取IP授权+接入大模型，传统玩具厂商转型时刻；（4）上海电影：经典IP资源丰富，“IP+AI玩具”拓展商业化潜力。
- **风险提示：**AI大模型生成内容的不确定性；AI玩具的实际用户需求不足；AI玩具市场竞争加剧。

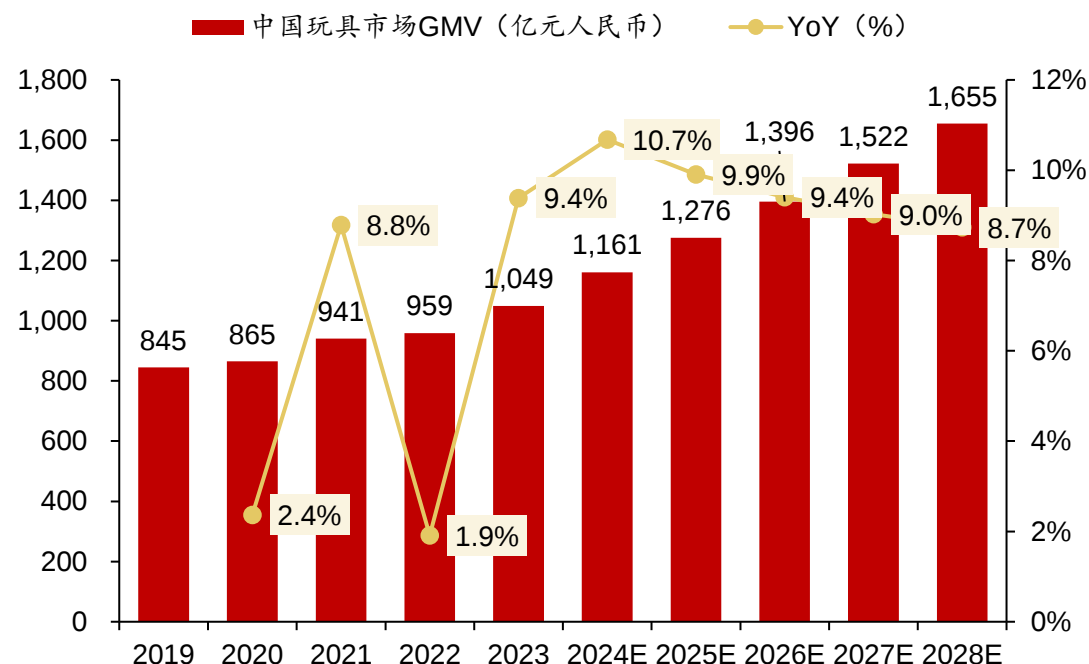
目录

- **AI玩具市场：爆发前夜，空间广阔**
- 产业趋势和商业模式：AI玩具是大模型的具象实体化
- IP+AI玩具：AI玩具或为IP授权带来增量
- 国内上市公司AI玩具布局
- 风险提示

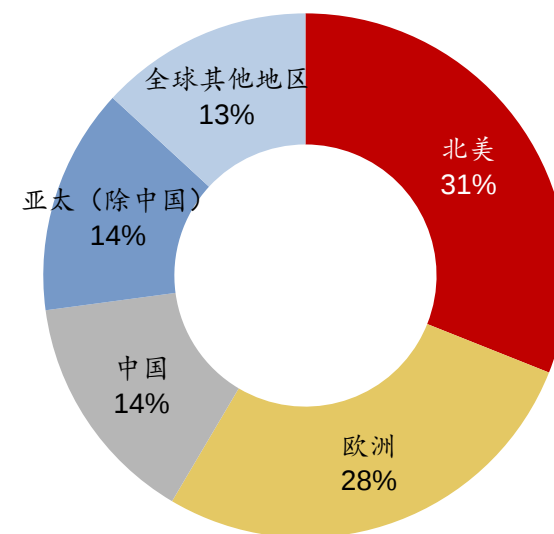
中国玩具市场：行业规模超千亿，预计仍将保持稳健增长

➤ **我国玩具市场仍是增量市场，玩具生产和消费均处前列。**23年我国玩具市场规模已突破千亿达到1049亿元人民币，预计28年市场规模达到1655亿元，23-28年CAGR达到9.5%，保持稳健增长态势。根据布鲁可招股书，中国已成为目前全球玩具最大的生产国家和消费规模最大的国家之一，以产量计算生产了全球大部分玩具，玩具产能/供应链是重要优势。近年来，我国玩具市场的增长主要得益于，本土企业研发、产品品质和IP商业化能力的持续提升，以及新型玩具品类的出现。

图：我国玩具市场GMV预计未来5年保持稳健增长



图：中国玩具市场占全球14%的市场份额



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/486032202103011033>