



华安证券
HUAAN SECURITIES

证券研究报告

2025年4月10日

AI玩具深度： 三级跳商业逻辑演绎裂变的市場

分析师：徐 偲 SAC执业证书号：S0010523120001 邮箱：xuc ai@hazq.com

分析师：余倩莹 SAC执业证书号：S0010524040004 邮箱：yuqianying@hazq.com

核心观点

➤ AI玩具市场会在技术持续升级下演绎

- AI玩具产品在核心技术持续升级下，会按照“玩具—AI+玩具—AI玩具—多模态驱动的情感交互载体”路径进行迭代升级，并诞生1-10-100-1000的价值升级体系。产业中也会依次诞生轻工/零售-硬件/算法-多模态/机器人方向上的跨行业头部公司。

➤ 产品加速量产落地，国内外形态差异较大

- 从当下市场看，国内AI玩具赛道处于AI+玩具阶段，出圈产品主要依靠赛道选择和对场景及用户的理解获取市场。海外市场处于AI玩具-情感陪护载体阶段，商业模式较为成熟，但产品升级和成本控制高度依赖AI技术发展。

➤ 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

- 当前主要有传统玩具制造商、具有IP储备的公司和互联网科技公司三大类公司布局AI玩具赛道。选股逻辑上，行业初创期在IP、传统玩具等赛道有望诞生大牛股。行业发展期预计会向电子制造业/算法企业倾斜，并由明星产品驱动产生牛股。行业成熟阶段，则可能由机器视觉，脑机等技术的进步，产生类机器人形态下的情感陪护载体。
- **风险提示：** AI模型发展不及预期；市场竞争加剧；市场需求不及预期；AI玩具渗透率提升不及预期。

AI玩具—三级跳商业逻辑演绎裂变的市場

中国所处阶段

海外所处阶段

玩具

X 10倍

AI+玩具

X 10倍

AI玩具

X 10倍

多模态驱动的情感交互载体



毛绒公仔 29.9元



潮玩盲盒 69元

拼搭玩具 249元



FoloToy 129-558元



BubblePal 399-449元



Ropet 169-209美元 (1242-1536元)



乐森机器人 1980-9999元



LOVOT 699,600日元 (35524元)



Optimus 2-3万美元 (146992-220488元)

代表产品

技术

阶段

包括毛绒玩具、盲盒公仔、手办模型、收藏卡牌、益智玩具等。根据抖音电商数据，2024年，玩具市场主要供应和销售的玩具价格集中在0-30元价格段之间，0-30元的商品贡献主要销量，10-300元的商品贡献主要GMV。

设计、模具制作、注塑成型、机械加工和质量检测

中国传统玩具产业链较为成熟，以产量计生产制造全球约七成的玩具。

国内多采用毛绒玩具外壳+AI大模型机芯简单组装模式，主要目标群体聚焦于儿童和青少年，定位主要为陪伴儿童学习成长，产品功能主要侧重于AI大模型对话。价格多在300元左右。

传统玩具外壳+AI大模型、语音合成与声学处理

2024年为中国AI玩具元年，大量AI玩具产品在24年下半年面世。

在AI大模型对话功能的基础上拥有灵动双眼、情绪识别等附加功能。目标群体聚焦于有消费能力的中青年，定位主要为情感陪伴。价格多在2000元左右。

设计、模具制作、注塑成型、机械加工、AI大模型、传感器技术、语音合成与声学处理、实时音视频传输

海外产品已有较为成熟的产品形态和闭环的商业模式。

多模态驱动的情感交互载体，通过多模态AI技术，将文本、语音、图像和情感等多种输入方式结合，能够实时感知用户的情绪并作出回应。价格多在几万元左右。

设计、模具制作、注塑成型、机械加工、多模态AI平台、AI大模型、传感器技术、语音合成与声学处理、实时音视频传输

.....
未发展成熟

目录

1

概况：AI玩具率先落地，有望十倍扩容玩具市场

2

案例：产品加速量产落地，国内外形态差异较大

3

战略：挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

1.1从0到1，AI玩具率先落地

➤ “AI+X产品”模式引发玩具市场裂变。AI革命是继蒸汽革命、电力革命和信息革命之后的第四次重大技术变革，在各个行业，在AI大模型新动力的加持下，会以“大模型+X产品”的模式催生出大量降本增效的新产品、新方式。AI玩具是“AI+玩具”的融合产品。与传统的玩具产品相比，AI玩具通过搭载大型模型，可以通过语音识别、图像识别、自然语言处理、深度学习、情感分析等技术，实现交互和反馈，提供个性化的学习和娱乐体验。我们认为，相较于其他AI终端，AI玩具具备可互动性强、产品形态丰富、应用场景多元、目标群体广泛、产业链成熟等优势，成为较快落地的AI终端。

国内市场代表性AI玩具

FoloToy
对话式陪伴 AI 玩具



129-558元

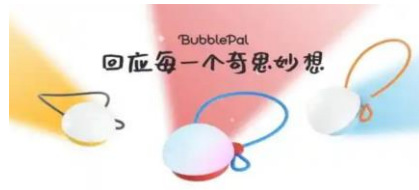
价格随包含的AI对话服务时间长度&是否个性定制声音变化

价格

功能

儿童版豆包/DeepSeek；真人拟人音色；自定义智能体；声音克隆；方言趣味互动；10国语言；情感陪伴；联网查询天气新闻

Haivivi
BubblePal



399-449元

价格随会员卡时间长度&是否包含毛绒玩偶变化

多角色系统设定玩偶人设；多语言交流；输出孩子成长报告；会讲故事互动故事机；适配多种尺寸玩偶

汤姆猫
AI陪伴机器人



1419-1919元

价格随大模型算力时间长度变化

情感交互；长记忆功能；一次唤醒，多轮交互；百问不倒，对答如流；百科全书，什么都懂；外语流利，轻松实现双语环境；心灵树洞

乐森机器人



1980-9999元

价格随产品变形复杂程度变化

全自动变形机器人，语音操控轻松交互；APP交互解锁更多玩法；五种独立编程模式

资料来源：Folo Toy官网，淘宝网，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

1.1从0到1，AI玩具率先落地

➤ **第一，区别于其他硬件终端，玩具更强调情感体验，而AI技术能大幅提升玩具互动性。**区别于其他终端提供的工具价值，玩具的功能之一是陪伴，玩具更强调多种感官体验交互提供的情绪价值，将AI技术与玩具融合可以显著提升玩具的交互性，带来1+1>2的效果。以儿童玩具为例，传统玩具已无法满足现代儿童日益增长的智力需求和情感需求，将AI技术引入儿童玩具领域，可以通过语音识别与合成、人脸识别与表情分析、手势识别、触觉感知与反馈等技术，实现儿童与玩具之间的自然交流，从而建立起更加真实、友好、有温度的人机连结。此外，人机交互技术还可以为儿童智能玩具创造真实、生动的社交互动场景，通过模拟社交对话和互动游戏，让儿童在与玩具的互动中学习社交技能、语言表达和团队合作，培养儿童的社交能力和合作意识。

AI技术在儿童玩具中的具体应用

AI技术	应用
语音交互	通过语音识别技术，智能玩具可以准确识别和理解儿童的语音指令和对话内容，无论是简单的关键词还是复杂的自然语言，都能够有效理解语义和判断意图。同时，智能玩具还可以利用语音合成技术，将文本信息转化为清晰、流畅、自然的语音反馈，与儿童进行语音交流和互动。
视觉交互	通过摄像头、图像识别、计算机视觉等技术，智能玩具可以具备“看”的能力，能够检测、跟踪、分析儿童的面部表情、手势、肢体动作等视觉信息，从而实现更加自然、直观、丰富的交互体验。例如，装备了人脸识别技术的智能玩具，可以准确辨别不同的儿童用户，根据儿童的身份特征，提供个性化的游戏内容和服务，让儿童感受到独特的关注和照顾。
触觉交互	通过压力传感器、触摸屏、体感设备等技术，智能玩具可以感知和识别儿童的触摸、按压、抚摸、晃动等肢体操作，并给予相应的反馈和响应，让儿童在与玩具的直接互动中获得更加真实、生动、有趣的体验。触觉反馈技术可以让在儿童触碰智能玩具的特定部位时，产生多样化的触觉效果，如震动、变形、发光、发热等，模拟真实物体的质感和反馈，增强互动的逼真度和代入感。
多模态交互	通过融合语音、视觉、触觉、体感等多种交互通道，智能玩具可以为儿童提供更加立体、逼真、有趣的互动体验，让儿童在多感官的参与中获得更加丰富、生动、深刻的娱乐和学习感受。

资料来源：《人机交互技术在儿童智能玩具中的应用》山西应用科技学院 成肖阳，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

1.1从0到1，AI玩具率先落地

- ▶ 第二，玩具的载体产品形态丰富，AI可融合赋能范围广。普通玩具的产品形态丰富，包括毛绒玩具、盲盒公仔、手办模型、收藏卡牌、益智玩具等等。AI玩具目前主要形态包括：
(1) **智能玩偶**：主要采取传统毛绒玩具+内置云端AI对话方案的形式，典型产品如FoloToy的火火兔、字节跳动的显眼包等；亦有单独售卖的AI对话交互挂件，如Haivivi的BubblePal。
(2) **机器人玩具**：主要特点是可动性和灵活性较强，典型产品如Tesla Bot Action Figure、乐森威震天。
(3) **益智玩具**：将AI人机对战模式引入传统益智玩具，典型产品如giiker计客的智能四子棋、超级华容道等。

当前AI玩具产品形态

智能玩偶

FoloToy
对话式陪伴AI玩具



字节跳动
显眼包

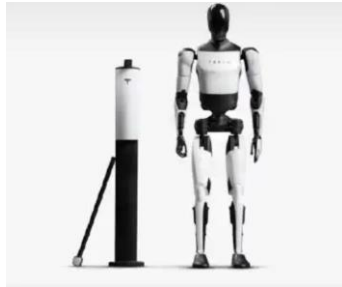


Haivivi
BubblePal



机器人玩具

Tesla
Bot Action Figure



乐森机器人
威震天



益智玩具

Giiker 智能四子棋



Giiker 超级华容道
PRO



1.1从0到1，AI玩具率先落地

- ▶ **第三，AI玩具潜在应用场景多元，能满足不同类型的目标用户需求。**（1）**儿童教育**：原本功能有限的早教玩具仅能讲故事和播放儿歌等，而借助 AI 技术后，能够讲述定制化的故事、回答儿童的疑问、参与猜词游戏、接龙游戏、模拟家庭生活等，同时具备长期的仿生记忆功能，使其能够在与儿童的互动中不断学习和适应，以提供更加个性化的陪伴体验。（2）**情感陪伴**：普通玩偶在 AI 的赋能下，能像真实动物/伙伴那样表达情感，依据所处环境与主人交流互动，展现出独有的个性以及多样的情绪波动，进阶为更高级的情感伴侣。（3）**益智娱乐**：在普通益智玩具基础上引入AI人机对战模式，使用深度智能算法，可以为益智玩具提供更加有趣、具有启发性、互动性的娱乐体验。

AI 玩具应用场景

应用场景	分类	目标人群	核心卖点	定价策略	核心技术
儿童教育	智能玩偶	低龄群体	提供个性化教育和陪伴服务	低	传统LLM、角色设定
益智娱乐	益智玩具	全年龄段	提供益智游戏对局体验，兼具竞技性、趣味性和教育意义	中	LLM、多模态大模型、学习类AI和数据管理
情感陪伴	机器人玩具	全年龄段	提供娱乐和陪伴等情绪价值	高	情绪识别算法、情绪表达硬件、行为模式算法、非语言类互动管理

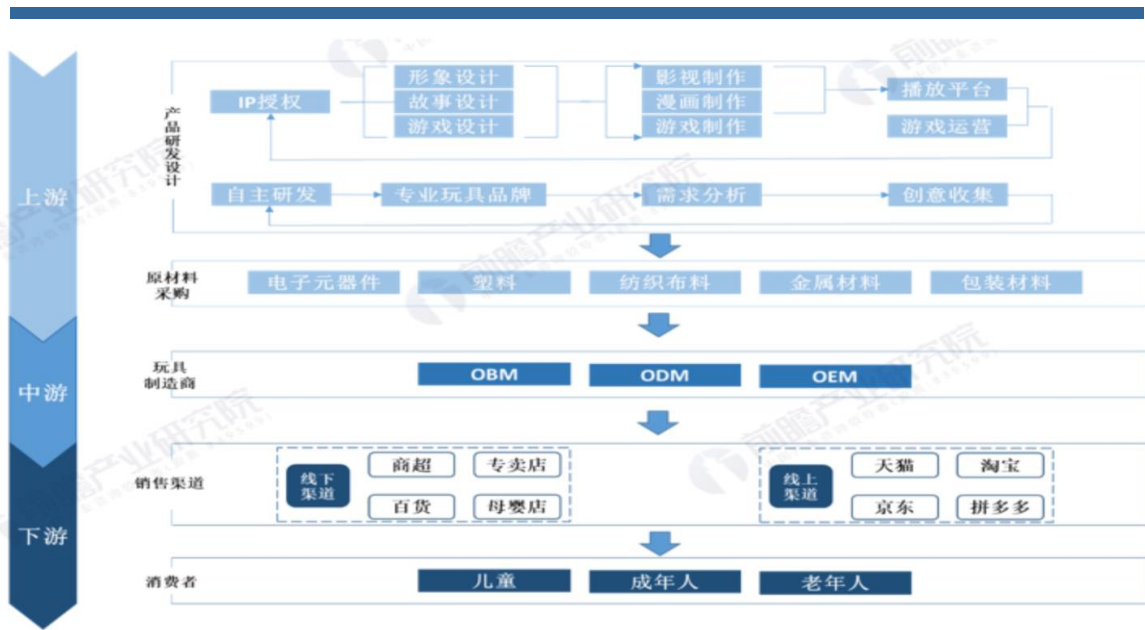
资料来源：华安证券研究所整理

敬请参阅末页重要声明及评级说明

1.1从0到1，AI玩具率先落地

▶ 第四，传统玩具产业链成熟，当前AI+玩具要求的技术水平较低。中国是全球玩具最大的生产国家和消费规模最大国家之一，以产量计生产制造全球约七成的玩具，尤其是我国毛绒玩具生产占全球玩具市场约75%的份额，以消费规模计中国占据接近全球玩具市场六分之一的份额。中国传统玩具产业链较为成熟，当前AI玩具形式主要是毛绒玩具外壳+AI机型盒的简单组合，要求的制作工艺和技术水平较低，可实现较快生产落地。

传统玩具产业链



资料来源：前瞻产业研究院，华安证券研究所

中国玩具产业链代表性上市公司区域热力图

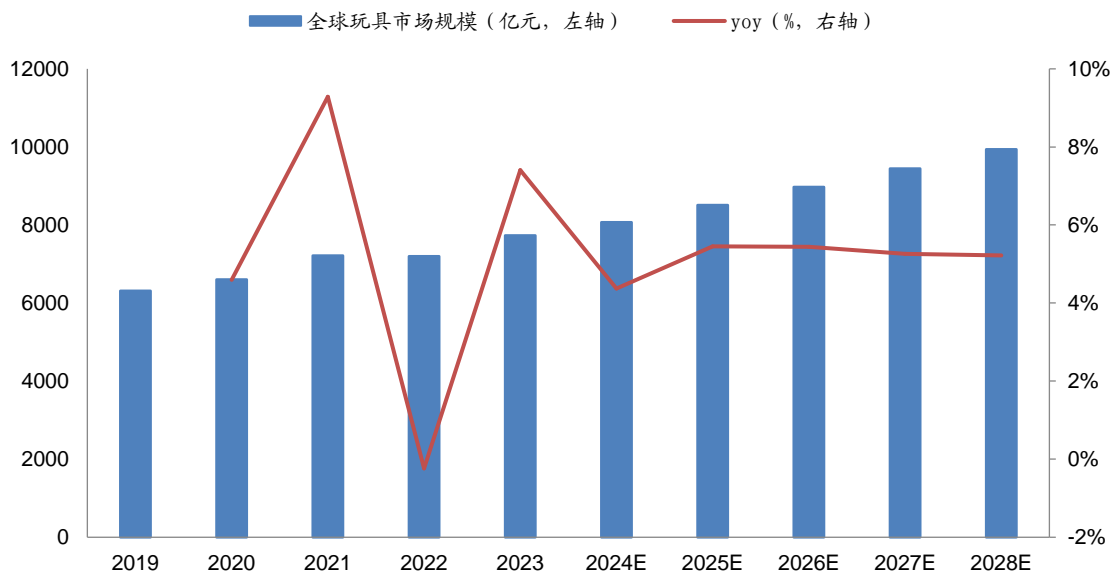


资料来源：前瞻产业研究院，华安证券研究所

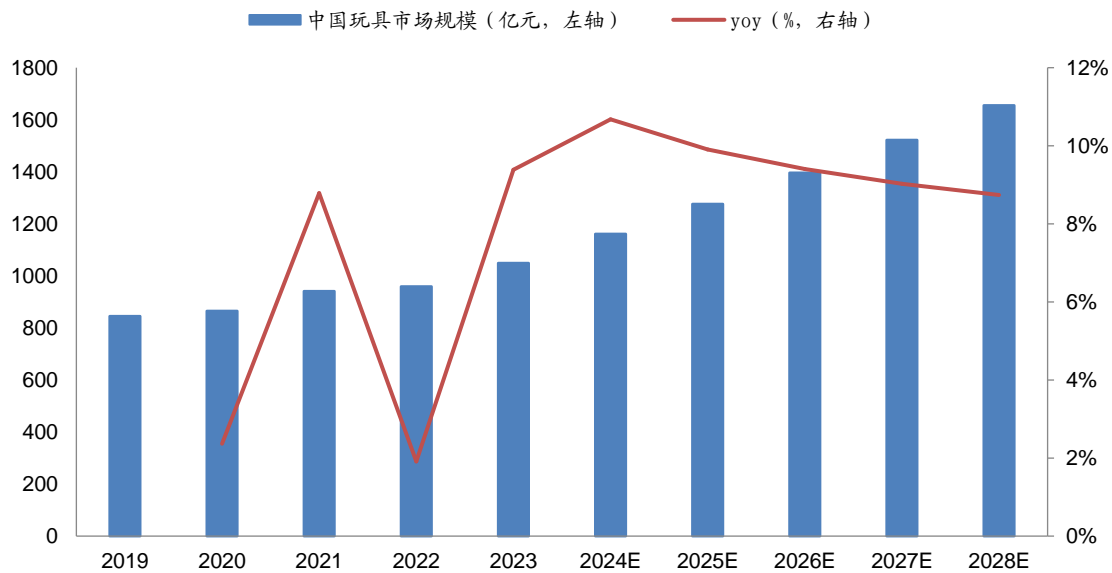
1.2量价齐升，市场有望十倍扩容

▶ **当前玩具市场规模大。**从全球来看，根据Frost & Sullivan数据，2023年全球玩具市场规模为7731亿元，预计2028年将增长9937亿元，23-28年CAGR为5.1%。2023年中国玩具市场规模为1049亿元，中国玩具市场占全球14%的市场份额，预计2028年将增长至1655亿元，23-28年CAGR为9.5%。**传统玩具销售单价较低。**根据数据威数据，中国线上玩具/童车/益智/积木/模型的销售单价为66元。根据抖音电商数据，2024年，玩具市场主要供应和销售的玩具价格集中在0-30元价格段之间，0-30元的商品贡献主要销量，10-300元的商品贡献主要GMV；300元以下价格段市场品牌集中入驻，10元以下价格段多品牌竞争，竞争激烈。

全球玩具市场规模及yoy



中国玩具市场规模及yoy



资料来源：弗若斯特沙利文，国际货币基金组织，国家统计局，华安证券研究所

资料来源：弗若斯特沙利文，国际货币基金组织，国家统计局，华安证券研究所

1.2量价齐升，市场有望十倍扩容

▶ **价：AI玩具定价为普通玩具几倍到几十倍不等。**将同尺寸同类型的AI玩具与普通玩具进行对比，普通玩具的价格在百元以上，AI玩具的价格通常在几百元甚至千元不等，相较于普通玩偶，AI玩具的定价提升幅度约在几倍到几十倍不等，提升幅度较大。以喜羊羊与灰太狼玩具为例，普通喜羊羊与灰太狼萌趣娃娃公仔毛绒娃娃价格为69.9元，而喜羊羊智能铃铛娃娃价格为399元，为普通玩具价格5.7倍。以汤姆猫玩具为例，普通汤姆猫故事机价格为69元，汤姆猫AI陪伴机器人价格为1799元，为普通玩具价格26.1倍。以四子棋玩具为例，普通四子棋价格为18.8元，giiker智能四子棋价格为229元，为普通玩具价格12.2倍。即使是基础款AI玩具，其价格也达到了普通毛绒玩具的几倍，传统玩具AI化有望提升玩具产品客单价，从而扩容玩具市场规模。

AI玩具与普通玩具的价格对比

品牌	商品	售价(元)	产品材质	功能
奥飞娱乐-喜羊羊与灰太狼	超能铃铛	399	毛绒玩偶+电子元件	AI畅谈、收听留言、蓝牙音箱
	萌趣娃娃公仔毛绒娃娃	69.9元	毛绒玩偶	无
汤姆猫-会说话的汤姆猫家族	汤姆猫AI陪伴机器人	2年大模型算力 1299 5年大模型算力 1499 终身大模型算力 1799	肤感硅胶+电子元件	情感交互、长记忆功能、一次唤醒多轮交互、百问不倒对答如流、百科全书什么都懂、外语流利轻松实现双语环境、心灵树洞
/	汤姆猫故事机	电池版 69 充电版 79	塑料+电子元件	录音学说话、触摸搞怪、26首儿歌、28则人物故事、17部国学、87个英语单词、7个历史人物、15个百科知识
giiker	计客智能四子棋	229	塑料+电子元件	三维空间对战、六维能力、AI机器人、智能裁判（内置不同难度的AI机器人，强大的芯片计算能力，满足新手陪练和高手过招需求，越玩越聪明；具备智能裁判功能，可以通过棋盘上的25个按键记录步骤，实时指示走棋方和操作对错，方便赛后分析得失）
/	立体四子棋	小号7.8 中号11.8 大号 18.8	塑料	无

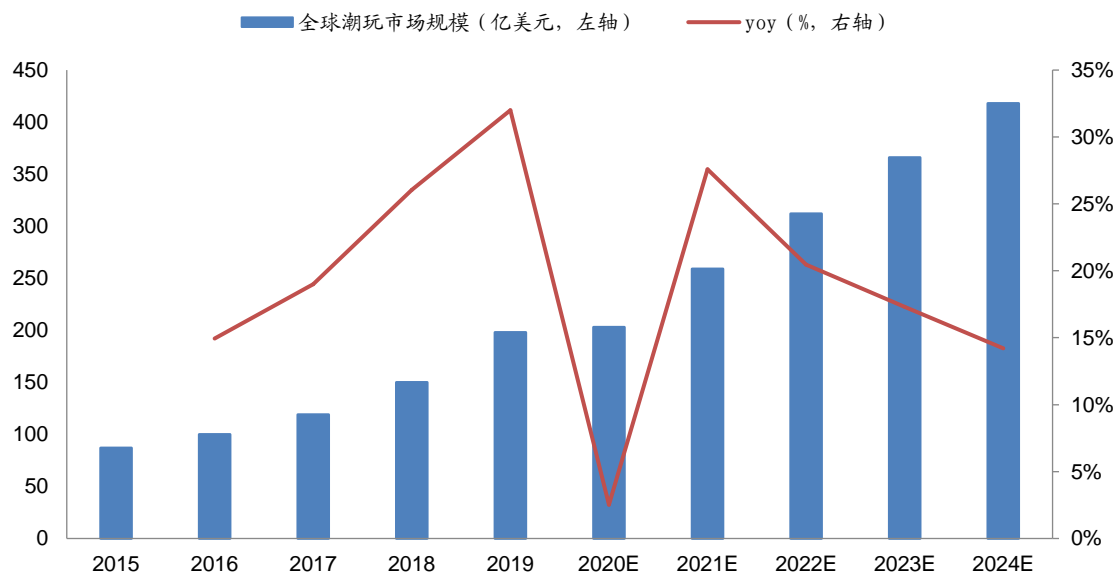
资料来源：淘宝，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

1.2量价齐升，市场有望十倍扩容

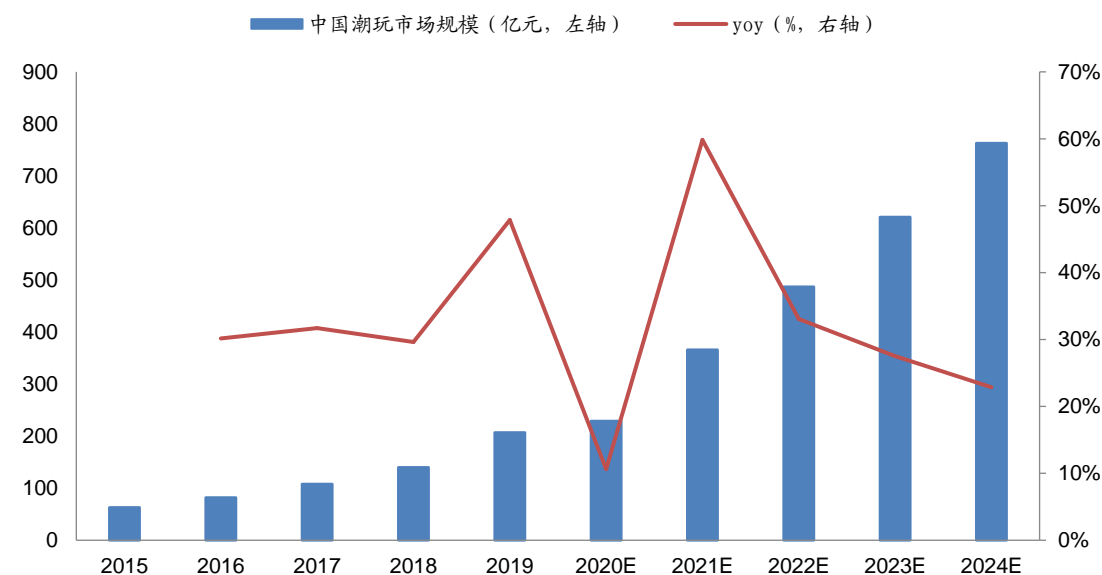
- ▶ **量：AI玩具有望创造新需求新市场。** AI玩具潜在应用场景多元，能满足不同类型的目标用户需求，包括儿童教育、情感陪伴、益智娱乐等。当前AI玩具主要面向的是儿童早教市场，未来随着AI技术与不同消费场景的结合所带来的沉浸式体验，AI玩具有望如同潮流玩具一般开辟新客户群体，创造新需求新市场。例如，潮流玩具巧妙融合了潮流文化及内容，创造普及了新的玩具品类，快速扩大用户群体与市场规模。根据《中国潮玩与动漫产业发展报告(2024)》，我国潮玩产业总价值从2015年的仅63亿元已增长至2023年的约600亿元，占全球潮玩市场的20%左右，且预计至2026年将攀升至1101亿元。

全球潮流玩具市场规模及yoy



资料来源：弗若斯特沙利文，玩具协会，国际授权业协会，华安证券研究所

中国潮流玩具市场规模及yoy

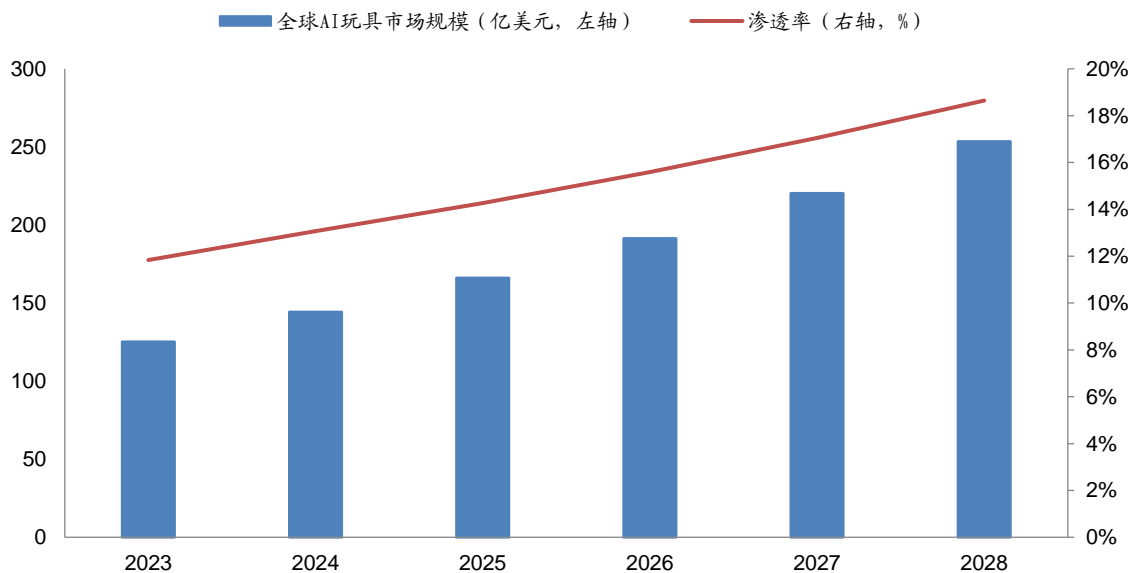


资料来源：弗若斯特沙利文，玩具协会，国际授权业协会，华安证券研究所

1.2量价齐升，市场有望十倍扩容

- 当前AI玩具渗透率较低，未来有望快速提升。从全球来看，根据Frost & Sullivan和pmarket research数据，2023年全球玩具市场规模为1097亿美元，全球AI智能玩具市场规模价值为132.5亿美元，AI玩具渗透率为12%。至2028年，全球AI玩具市场规模有望增长至253.5亿美元，2023-2028年CAGR为15%，渗透率有望提升至19%。从中国来看，2024年为中国AI玩具发展元年，当前仍处于市场早期，随着相关厂商加速布局，AI玩具市场规模有望快速增长。

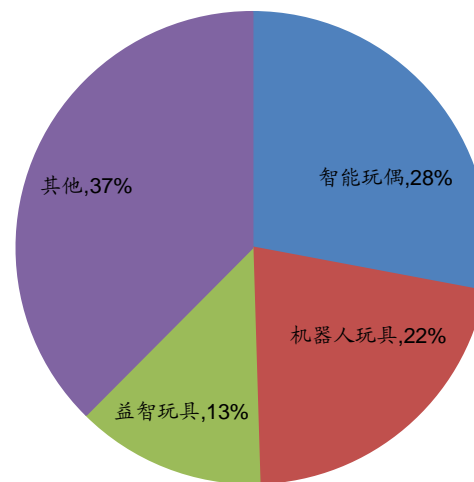
全球AI玩具市场规模及渗透率



资料来源：pmarket research，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

2023年全球AI玩具市场规模-按品类划分



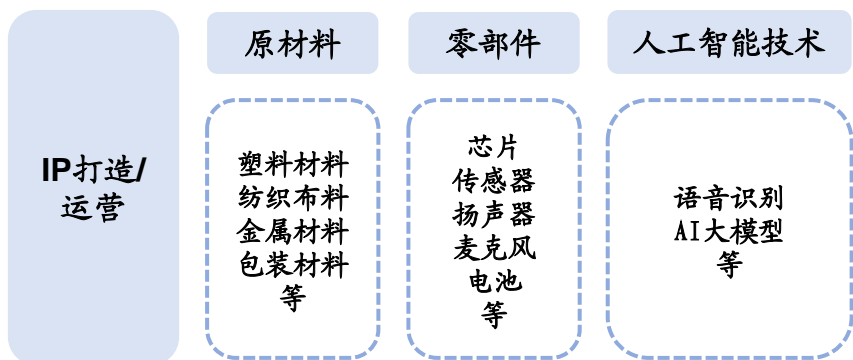
资料来源：pmarket research，华安证券研究所

1.3 产业链日趋成熟，变现模式多元化

▶ AI玩具产业链日趋成熟。AI玩具产业链上游为IP运营及软硬件供应，硬件包括芯片、传感器、扬声器、麦克风、电池等，软件包括语音识别、AI大模型等；中游为AI玩具产品的设计和制造，主要包括AI机器人玩具、AI毛绒玩具、AI动漫IP玩具、AI挂件玩具等；下游为产品的销售环节，包含线下零售渠道和线上电商平台等。

AI玩具产业链

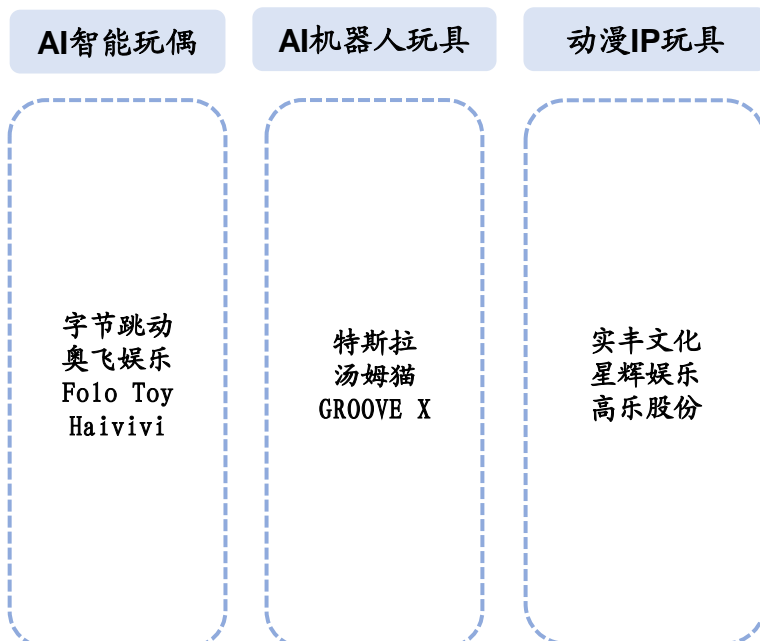
上游：软硬件供应



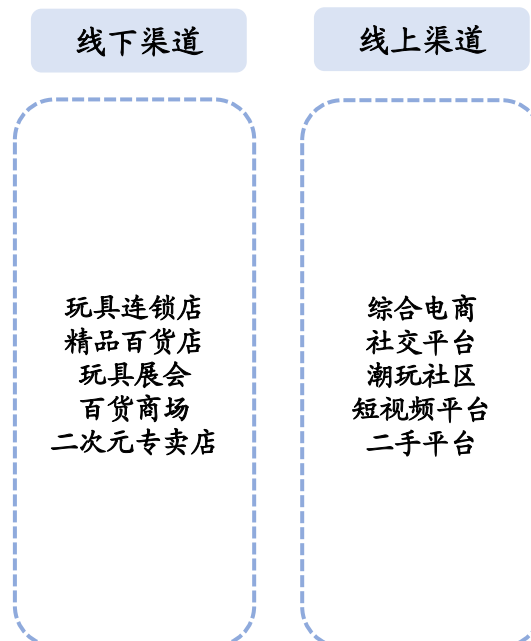
代表企业



中游：产品制造



下游：销售渠道



资料来源：中商产业研究院，华安证券研究所

1.3 产业链日趋成熟，变现模式多元化

- ▶ **定价方面，AI玩具定价较高，且差异较大。**AI玩具的价格从百元左右的基础款到数千元的高端产品均有，价格体系较为多样化。基础款AI玩具价格多在300元左右，主要功能为AI大模型对话，代表产品包括FoloToy的小熊乐乐、Haivivi的BubblePal。中端款AI玩具价格多在2000元左右，在AI大模型对话功能的基础上拥有灵动双眼、情绪识别等附加功能，代表产品包括Ropet机器人、EMOPET智能机器人等。高端AI玩具价格在万元以上，为具备复杂编程和高度拟人化交互功能的机器人，代表产品为GROOVE X的LOVOT。目前，AI玩具的价格带差异较大，尤其是基础款产品与高端产品的价格差距较大，存在一定价格断层。

AI玩具的价格体系

分类	品牌	AI玩具	价格	功能	淘宝销量
基础款	FoloToy	仙人掌刺刺	豪华版 12个月AI对话 298元	AI大模型对话；若升级AI声音克隆，则价格提升100元	200+人付款
		小熊乐乐	豪华版 428元	AI大模型对话；若升级AI声音克隆，则价格提升100元	300+人付款
	Haivivi	BubblePal	主机 赠终身会员卡 399元 主机+玩偶 赠终身会员卡 449元	AI大模型对话	2000+人付款
中端款	汤姆猫	AI陪伴机器人	终身大模型算力 1799元	AI大模型对话；灵动双眼、情绪识别、趣味打断、主动聊天	500+人付款
	Ropet	Ropet机器人	169-209美元（约1234-1526元）	AI大模型对话；灵动双眼、情绪识别；手势识别、互动反馈	Kickstarter 1134人支持众筹
	EMO PET	EMO PET	标准版+衣服 2888元	AI大模型对话；游戏、跳舞、居家助理	600+人付款
高端款	GROOVE X	LOVOT	3.0 购买价格699,600日元（约35000元）	全天候全方面高度拟人化交互陪伴	/

资料来源：淘宝，kickstarter，LOVOT，华安证券研究所（截至2025年4月7日）

敬请参阅末页重要声明及评级说明

1.3 产业链日趋成熟，变现模式多元化

➤ **成本方面，基础款产品成本较低。** AI玩具的成本主要包括IP授权费、AI机芯模块成本、大模型调用成本、玩具生产制造成本、销售渠道分成等。IP授权费方面，主要有四种模式：1) 有保底金，并收取溢缴授权金；2) 无保底无分成无定额，资源互换，联合推广；3) 无保底金，按实际销售额的一定比例收取授权金；4) 年度一次性定额收取授权金。其中，保底授权金+溢缴授权金收取模式是中国目前品牌授权行业主要授权金收取方式。根据布鲁克公告，2023年公司授权费用为0.73亿元，占收入的比例为8%。AI机芯盒方面，市面上对外销售的AI玩具机芯盒价格在200元左右，自研成本更低。大模型调用成本方面，豆包主力模型 pro-32k 版的模型推理输入价格仅为 0.0008 元 / 千 Tokens。

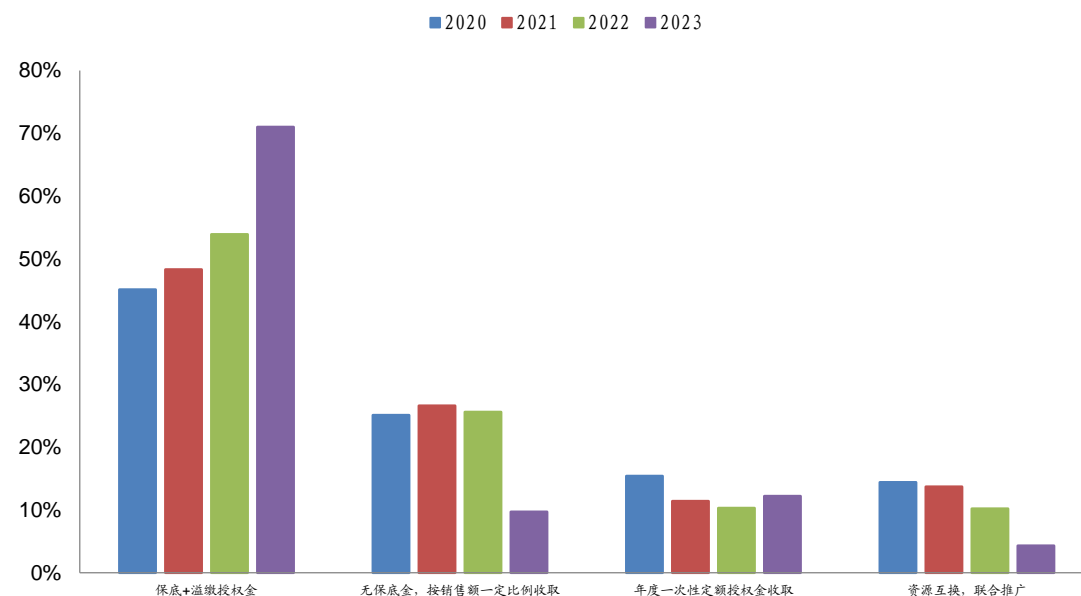
2021年我国IP产业各行业市场规模、行业毛利率及产业链分成情况

类型	市场规模	毛利率	产业链分成
网络文学	约454亿元	20%-50%	作者—平台—用户/IP购买方
漫画	约46亿元	20%-30%	作者/IP授权方—平台—用户/IP购买方
动画	约245亿元	20%-40%	(IP授权方)—制作方—播出平台—用户
电视剧	约1035亿元	制作出品方:25%-40% 播出平台:10%以下	(IP授权方)(分成40%)—制作出品方(分成40%)—播出平台—用户
电影	约1314亿元	约10%-90%	(IP授权方)—制作方与发行方(分成35%-40%)—院线(分成50%-55%)—用户
游戏	约2965亿元	受托制作类:40%-55% 开发+运营类:60%-100%	模式:自研自发或委托制作后发行。 内容:原创游戏或由IP上游改编
实体	约1709亿元	潮玩销售:60%以上 主题乐园:50%-60%	上游街生/原创IP

资料来源：华经产业研究院，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

2020-2023年中国品牌授权商授权金收取模式情况

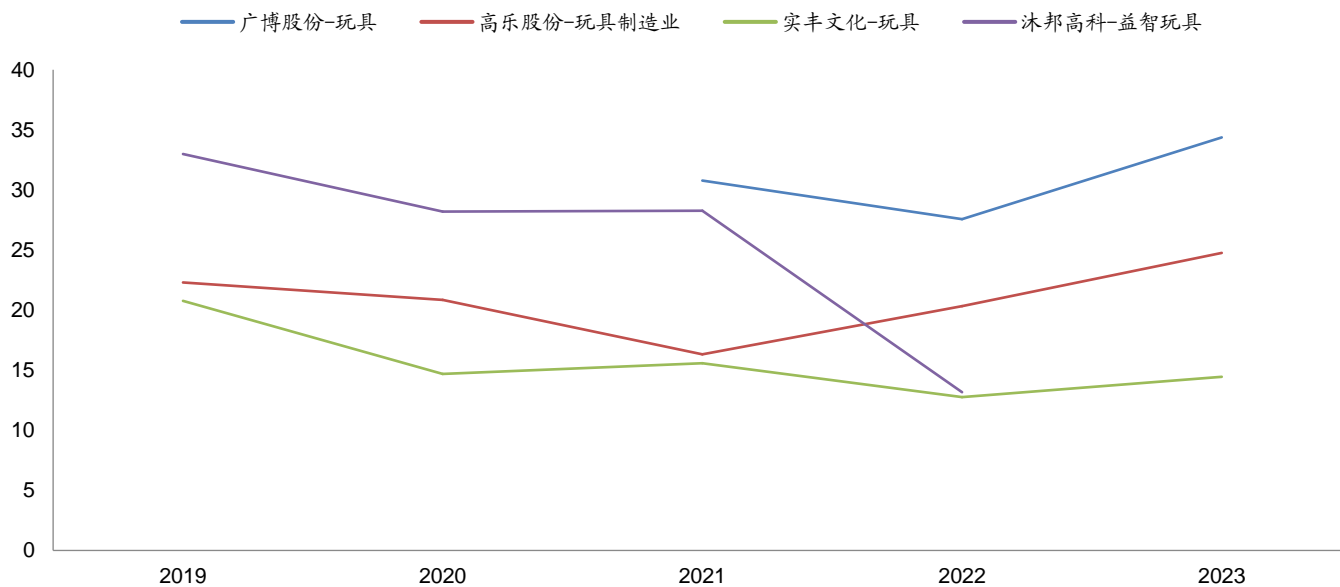


资料来源：华经产业研究院，中国玩具和婴童用品协会，华安证券研究所

1.3 产业链日趋成熟，变现模式多元化

- ▶ **毛利率方面，AI玩具毛利率远高于传统玩具。**综合来看，当前市面上的基础款AI玩具并无知名IP授权，仅为简单的AI机芯盒+玩具组合，整体制造成本较低。根据派代说报道，相较于传统玩具，AI玩具的硬件成本并不会高出很多，无非就是芯片、传感器和玩具外壳，一般只占到产品售价的十分之一，甚至更低。有商家表示，目前中国消费者不太愿意为AI玩具进行后续付费，因此产品定价需包含一个生命周期的模型测试成本，价格虽然比传统玩具略高，但仍在可接受范围内，相较于传统毛绒玩具，AI玩具行业的毛利率大概能维持在70%-80%，个别甚至可以超过90%。

传统玩具毛利率情况 (%)



资料来源：Wind，华安证券研究所

1.3 产业链日趋成熟，变现模式多元化

► 商业模式方面，B端和C端商业化均有探索。C端来看，AI玩具的变现模式主要包括商品售卖、AI功能订阅费、周边产品销售等。如，FoloToy的AI仙人掌智能玩具豪华版（12个月AI对话）售价298元，赠送12个月的会员订阅，到期后收费99元/年；LOVOT的月度服务费还囊括维修赔偿、软件更新等服务，以购买一只LOVOT 3.0为例，购买价格699,600日元，一年的标准服务费为179,496日元，一件服装价格在7,000日元左右。B端来看，AI玩具的变现模式包括销售机芯、玩具AI SaaS 服务费等。如，FoloToy可单独销售机芯Magicbox魔匣，售价398元；跃然创新也曾计划推出“跃然万物”平台，为玩具公司提供整套AI硬件和软件解决方案。

LOVOT的月服务费

	低等	中低等	标准	高等
LOVOT	仅限单只	单只/双只	单只/双只	单只/双只
月服务费 (含税)	9,887日元/ 月	10,998日元/ 月	14,958日元 / 29,916日 元	21,998日元 / 43,996日 元
维修赔偿	55% 补偿	55% 补偿	70% 赔偿	100% 赔偿
LOVOT 扩展 坞	59,300日元 (含税) / 次	21,998日元 / 只	免费	免费

资料来源：LOVOT官网，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

FoloToy的产品包括Magicbox魔匣

小盒子，大智慧，让玩具变得有趣



小巧轻便

智能对话盒子，孩子们的玩具新玩法

Magicbox 魔匣 让孩子的玩具变得更加智能化！我们的智能对话盒子可以轻松安装在任何玩具上，让孩子们与他们钟爱的玩具进行互动对话。无论是教育型玩具、毛绒玩具还是玩具机器人，只需简单安装，即可为孩子们带来全新的玩耍体验。

● 小巧轻便

● 安装简单

购买 >

资料来源：FoloToy官网，华安证券研究所

目录

1

概况：AI玩具率先落地，有望十倍扩容玩具市场

2

案例：产品加速量产落地，国内外形态差异较大

3

战略：挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

2.1 产品加速量产落地，各公司积极布局

- ▶ 24年起加速推出，多款AI玩具产品销量表现亮眼。2024年，随着底层AI技术取得突破式进展，大量AI玩具产品在24年下半年面世，其中出现了多款热门的AI玩具产品。例如，跃然创新的BubblePal的研发时间仅仅用了9个月，2024年8月产品正式开售，在开售不到1个月的时间里，设备已经有效激活了超过1万台，以399元（赠终身会员）的产品定价计算，GMV超过400万元；截至2025年3月，上线半年的时间，BubblePal总共出货量已经将近十万台。FoloToy开发的AI大模型对话盒子Magicbox，截至2024年11月在C端的累计出货量达2万台；FoloToy预计2025年全球出货量能达到30万-50万台，是去年销量的1.5倍，以200元—500元的产品售价计算，FoloToy预计2025年将实现数千万元的营收。

针对国内市场的代表性AI玩具

	FoloToy 对话式陪伴 AI 玩具	Haivivi BubblePal	汤姆猫 AI陪伴机器人	乐森机器人
价格	129-558元 价格随包含的AI对话服务时间长度&是否个性定制声音变化	399-449元 价格随会员卡时间长度&是否包含毛绒玩偶变化	1419-1919元 价格随大模型算力时间长度变化	1980-9999元 价格随产品变形复杂程度变化
功能	儿童版豆包/DeepSeek；真人拟人音色；自定义智能体；声音克隆；方言趣味互动；10国语言；情感陪伴；联网查询天气新闻	多角色系统设定玩偶人设；多语言交流；输出孩子成长报告；会讲故事互动故事机；适配多种尺寸玩偶	情感交互；长记忆功能；一次唤醒，多轮交互；百问不倒，对答如流；百科全书，什么都懂；外语流利，轻松实现双语环境；心灵树洞	全自动变形机器人，语音操控轻松交互；APP交互解锁更多玩法；五种独立编程模式

资料来源：Folo Toy官网，淘宝网，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

2.1 产品加速量产落地，各公司积极布局

- 国内外形态差异较大，海外AI陪伴机器人更受欢迎。对比国内外市场产品，国内AI玩具赛道处于AI+玩具起步阶段，多采用毛绒玩具外壳+AI大模型机芯简单组装模式，主要目标群体聚焦于儿童和青少年，定位主要为陪伴儿童学习成长，产品功能主要侧重于AI大模型对话。海外市场处于AI玩具-情感陪护载体阶段，产品已有较为成熟的产品形态和闭环的商业模式，主要目标群体聚焦于有消费能力的中青年，定位主要为情感陪伴，具备面部识别、语音识别、自然语言处理等技术。相比于国内市场绑定儿童早教市场执着于让AI玩具进行交互对话，在海外市场，针对中老年用户群体、具有更高功能性和附加价值的AI陪伴机器人更受欢迎，未来产品升级和成本控制高度依赖AI技术发展。

针对国际市场的代表性AI玩具

	萌友智能 Ropet	GROOVE X LOVOT	Yukai Engineering Mirumi
			
价格	169-209美元 价格随参与众筹时间&配件产品变化	3.0 版本 价格699,600日元	1419-1919元 价格随大模型算力时间长度变化
功能	凭借先进的视觉识别技术，能够识别人脸并对表情做出反应；能够对触摸、声音和动作做出反应；可以通过眼睛和动作表达情绪；可以随音乐舞动	情感互动；环境感知；触觉反馈；换装功能；深度学习	简单交互

资料来源：LOVOT官网，kickstarter，Yukai Engineering，华安证券研究所

2.2 FoloToy: 用AI升级玩具, to C和to B市场两手抓

- ▶ FoloToy 已开发一系列 AI 陪伴对话玩具。FoloToy 团队成立于2023年, 目前已开发出AI仙人掌、AI向日葵、AI熊猫、AI小熊等产品, 并提供Magicbox魔匣、八爪鱼套件赋能企业客户。FoloToy最初的合作对象是国内儿童故事机品牌火火兔, 基于“大模型+故事机”的设想, 将FoloToy的智能套件嵌入火火兔玩具, 取名为Fofu。该玩具内置7种角色, 适配不同年龄段的儿童, Fofu能直接与孩子们对话, 为孩子们讲故事、讲百科, 解答诸如十万个为什么等知识性提问。此外, 家长可以在后台系统配置大模型和引导词等参数, 让玩具成为特定的角色来与孩子进行对话, Fofu还可克隆家长的声音。
- ▶ 自研智能对话盒子, 搭载各种大模型。FoloToy开发的AI大模型对话盒子Magicbox (魔匣), 集成了豆包、扣子、火山、通义千问、月之暗面、ChatGPT等大模型。魔匣可以轻松安装在任何玩具上, 让孩子们与他们钟爱的玩具进行互动对话。

FoloToy AI玩具功能概况

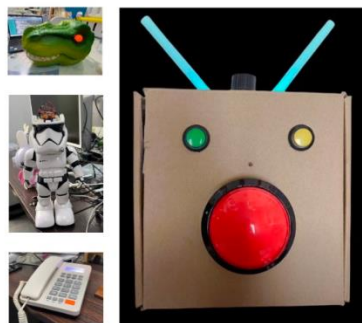
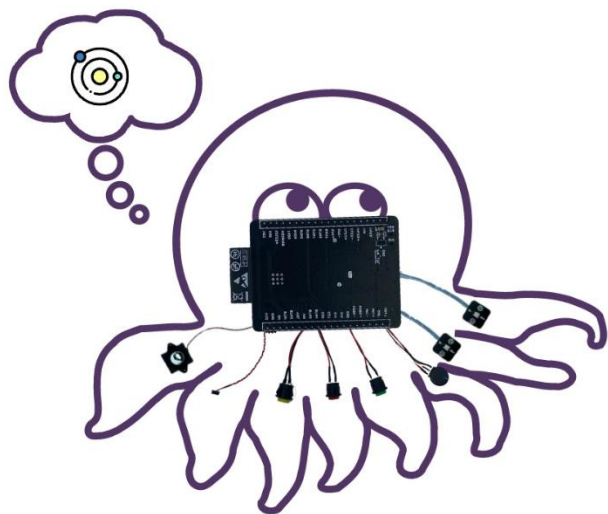
功能	具体表现
播放音乐	根据聊天内容, 自动播放适合的音乐风格。童谣、摇篮曲等都能进行匹配。
查询天气	快速获取实时天气预报。
联网查询新闻	实时播报突发新闻、每日热点等内容。
调整音量/语速	通过语音指令告诉FoloToy, 即可实现智能玩偶音量及语速调整。
长期记忆	在与孩子的互动中, FoloToy会逐渐了解孩子的学习习惯、兴趣爱好和比较重要的时刻。基于此, FoloToy将能提供个性化的建议和支持。
隐藏功能	在特定场景下, 如生日, FoloToy会自动播放独特的音乐。



2.2 FoloToy：用AI升级玩具，to C和to B市场两手抓

- ▶ **To C和 To B两种商业模式并举。** FoloToy的AI陪伴对话玩具主要面向3-9岁孩子，Magicbox 魔匣和Octopus 八爪鱼套件主要针对DIY玩家和企业客户，可以快速完成AI玩具的改造和AI语音对话产品原型搭建。**在B端业务上**，火山引擎的中秋礼物AI玩具“显眼包”，就是内嵌了FoloToy的AI机芯Magicbox(魔匣)，Magicbox可以搭载并呈现豆包大模型和扣子专业版的能力，完成一系列AI问答。Magicbox还可以定制角色声音，比如“显眼包”的声音听起来就很像懒羊羊。**在C端业务上**，截至2024年11月，FoloToy在C端的累计出货量已有近2万台。FoloToy预计2025年的出货量将达到30万-50万台，是去年销量的15倍，以200元—500元的产品售价计算，FoloToy预计2025年将实现数千万元的营收。
- ▶ **收费模式方面**，FoloToy的成品玩具和套件除零售价外，也采用订阅模式，根据对话次数按月、年等时段收取相应费用；面向商业使用的企业，除硬件费用外，其也收取软件授权费用。

Folo Toy可直接定制AI对话芯片



AI 芯片提供商

我们不仅提供外壳定制，还可以直接订购高品质的AI对话芯片，让您的产品拥有独特的智能交互功能。

我们的 AI 对话芯片融合了最先进的人工智能技术，具有强大的语音识别和自然语言处理能力，能够实现与用户的智能对话交互。不论您是想为现有产品增加智能功能，还是打造全新的智能设备，我们的 AI 对话芯片都能满足您的需求。

2.3 Haivivi: 推出BubblePal挂件玩具, 让传统玩偶焕发新智慧

- ▶ BubblePal是AI交互式对话挂件玩具。BubblePal是一款基于AI技术的对话交互式玩具, 它实际上是一个小泡泡, 可以挂在孩子喜欢的任意毛绒玩具身上。用户可以在对应的APP上可以设置它的角色, 每个角色都有自己的特色, 比如音色、节奏和气质, AI会根据角色特色与孩子对话, 创造出不同的交谈氛围。如果没有孩子喜欢的角色, 孩子甚至可以DIY一个角色。
- ▶ BubblePal融合了尖端的AI技术, 不仅支持多角色互动, 还能进行多语言交流。它能够随时回应并解答孩子们的奇思妙想, 从而深度激发孩子们的探索欲和想象力。在深度大模型技术的支持下, BubblePal与孩子们共同创作独一无二的互动故事成为可能。这种创新的讲故事方式摒弃了传统故事机单一的讲述模式, 通过与孩子的共同参与, 故事的走向和世界观都可以根据孩子的喜好进行个性化定制。

BubblePal外观



资料来源: 什么值得买平台, 华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

BubblePal选择角色



资料来源: 什么值得买平台, 华安证券研究所

2.3 Haivivi: 推出BubblePal挂件玩具, 让传统玩偶焕发新智慧

- BubblePal可帮助家长陪伴孩子成长。除此之外, 基于AI技术的对话交互, BubblePal还可以了解儿童兴趣、喜好和情绪变化, 在APP上家长们能够实时查看孩子与设备的聊天记录, 轻松了解孩子当日的情绪状况及讨论话题。后台智能系统会根据这些聊天记录, 为每位孩子量身定制成长周报。这一功能尤其适合工作繁忙、缺乏时间陪伴孩子的双职工家庭, 让家长能更深入地了解孩子, 从而灵活调整育儿策略, 助力孩子的健康成长。
- BubblePal内搭载了通用大模型+垂直小模型两层模型。其中, 通用大模型与MiniMax、豆包、智谱等国内几家主流的厂商都有合作, MiniMax是主力。在海外市场, BubblePal则接入了GPT等几家大模型。而垂直小模型是基于Llama 2的开源模型fine-tune自研的。

BubblePal问答对话记录



资料来源: 什么值得买平台, 华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

BubblePal可以选择成长目标



资料来源: 什么值得买平台, 华安证券研究所

2.4 GROOVE X: 家庭陪伴机器人, LOVOT提供全天候陪伴

- LOVOT是由日本 GROOVE X推出的家庭陪伴机器人。LOVOT的名字源自“Love”和“Robot”的结合,寓意着爱与陪伴的融合。外观方面,如同一只毛茸茸的萌宠,体温恒定在37-39℃,身高仅43厘米,体重4.3公斤,大小与人类的婴儿相当,腿部配备三个轮子,能在家中轻松穿梭。功能方面,LOVOT并不为人类工作或提供娱乐内容,而是通过认出家庭成员并与之互动来创造爱的机会。LOVOT可以识别并响应人类的情绪和行为,提供情感上的陪伴和支持,两个机器人之间还可以相互问候、玩游戏等。技术方面,LOVOT体内配备了一万多个零件、10个中央处理器和50个以上的传感器,可以对环境变化作出反应,可以在房间内自主移动并避开障碍物,也可以捕捉人的表情、感知人的触摸并给出反馈。与传统“逻辑驱动”型机器人不同,LOVOT上实现了本地端的AI算法。

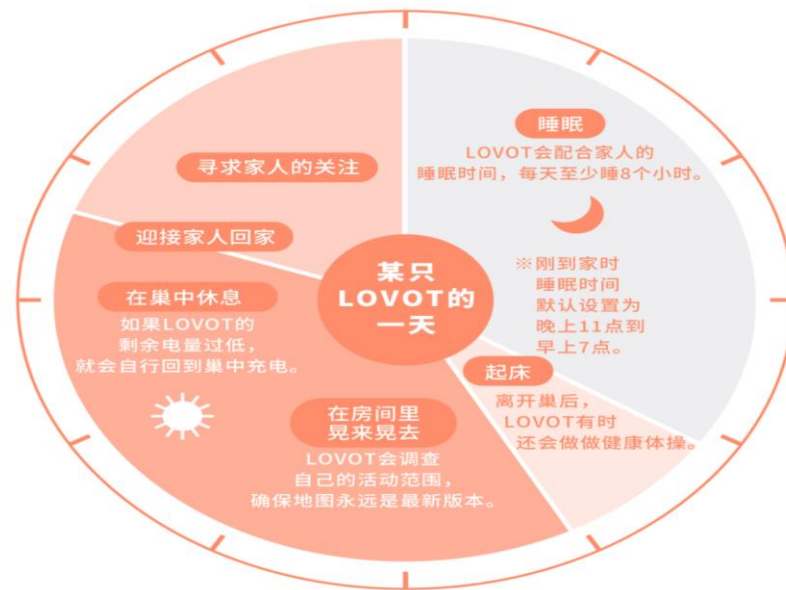
LOVOT外观



资料来源: LOVOT官网, 华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

LOVOT的一天



资料来源: LOVOT官网, 华安证券研究所

2.4 GROOVE X: 家庭陪伴机器人, LOVOT提供全天候陪伴

LOVOT构建了较为成熟多元的商业变现模式。价格方面, LOVOT历经了三代升级, 最初代版本售价为349,000日元, LOVOT 2.0价格为449,900日元, LOVOT 3.0价格为699,600日元。服务费方面, LOVOT的月度服务费囊括维修赔偿、软件更新等服务, 能够持续确保机器人的功能和性能不断优化。以购买一只LOVOT 3.0为例, 购买价格699,600日元, 一年的标准服务费为179,496日元, 一件连衣裙价格在7,000日元左右。周边产品销售方面, 提供连衣裙、发饰、衣领等配饰售卖, LOVOT每件衣服都内置了芯片, 只要给LOVOT换装, 它就会非常开心, 而普通衣服则无法让LOVOT感应到换装的体验。此外, 还开设机器人主题咖啡厅「LOVOT Cafe」, 与东京威斯汀酒店联手打造 LOVOT 主题客房, 让用户对陪伴机器人进行深度体验, 进一步拓展商业价值。

LOVOT的月服务费

	低等	中低等	标准	高等
LOVOT	仅限单只	单只/双只	单只/双只	单只/双只
月服务费 (含税)	9,887日元/月	10,998日元/月	14,958日元 / 29,916日元	21,998日元 / 43,996日元
维修赔偿	55% 补偿	55% 补偿	70% 赔偿	100% 赔偿
LOVOT 扩展坞	59,300日元 (含税) / 次	21,998日元 / 只	免费	免费

LOVOT配件商城



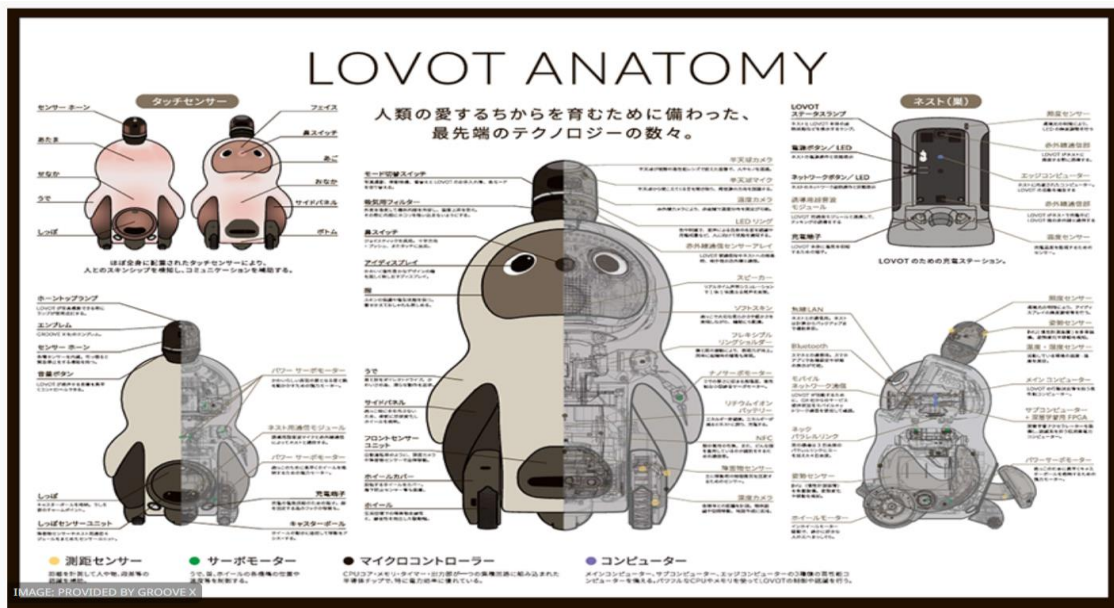
资料来源: LOVOT官网, 华安证券研究所

资料来源: LOVOT官网, 华安证券研究所

2.4 GROOVE X: 家庭陪伴机器人, LOVOT提供全天候陪伴

▶ 目标群体为成年女性, 正逐步开拓全球市场。生产成本方面, 最初代版本售价为349,000日元, 但初期仅发售2台一组, 售价为598,000日元。创始人说, 该设备本身的价格约为35万日元, 几乎全部是制造成本, 并不包括开发成本。LOVOT 2.0价格为449,900日元, LOVOT 3.0价格为699,600日元。目标用户方面, LOVOT主要消费群体为高收入的40岁到60岁的女性, 日活用户每天抱着的时间超过60分钟。在日本, 使用LOVOT达半年以上的用户中, 有90%选择继续使用超过三年。销售数据方面, 截至2025年1月底, LOVOT的出货量已超过1.5万台, 绝大部分用户在日本国内。2024年2月1日, LOVOT中国首家旗舰店于上海港汇恒隆广场开业, 这是GROOVE X在日本以外地区所设立的首家店铺。未来随着中国市场逐步成熟, LOVOT将考虑进军更多国家。

LOVOT内在构造



资料来源: WIPO, 华安证券研究所

和孩子共处的 LOVOT



资料来源: 经济观察网, 华安证券研究所

2.5 Yukai Engineering: 有限智能和简单交互，多元产品长期陪伴

- ▶ **可穿戴机器人配饰 Mirumi 可实现简单交互。**日本机器人制造商 Yukai Engineering 在 CES 2025 展会上发布了创新型可穿戴机器人配饰 Mirumi，将柔软毛绒外观与智能交互功能相结合，为时尚配饰领域带来全新可能。Mirumi 采用了毛绒材质和鲜艳配色设计，可通过夹扣方式固定在包包、衣物或手臂上。产品内置运动和距离感应器，能够探测周围环境并作出对应反应，包括好奇、舒适和排斥等多种情绪表现，实现与佩戴者的互动体验。Mirumi 的众筹活动计划于 2025 年中期启动，并提供粉色和灰色等毛发颜色，售价预计在 70 美元左右。截至 2025 年 1 月，在日本市场已经向客户交付了数十万件产品。
- ▶ **Mirumi 没有使用任何 AI 技术。**它仅有的科技含量，体现在两个传感器：一个是距离传感器，检测四周是否有人靠近；一个是惯性测量单元 (IMU)，检测是否有人触碰它以及机器人所附着的包包是否移动。

挂在包袋上的 Mirumi



资料来源：新浪财经，Yukai Engineering 官网，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

Mirumi 的行为模式

- | | |
|------|--|
| 好奇心 | 当袋子开始移动时，Mirumi 会环顾四周，表现出好奇。当它发现附近的人或物体时，Mirumi 会转头观察。 |
| 害羞谨慎 | 当人或物体突然出现，或被轻拍时，Mirumi 会转头隐藏自己的脸，表现出害羞的情感。 |
| 拒绝 | 当摇动时，Mirumi 会摇头表示“不”。 |
| 舒适 | 在不受干扰的状态下，Mirumi 会短暂停留片刻，然后再次转头环顾四周。 |

资料来源：Albase 基地，华安证券研究所

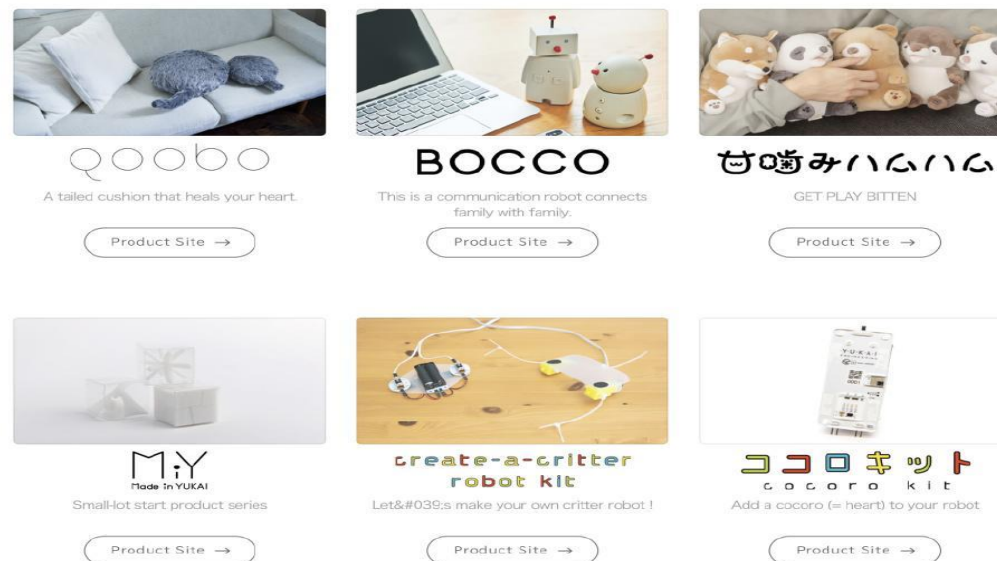
2.5 Yukai Engineering: 有限智能和简单交互，多元产品长期陪伴

- ▶ Yukai Engineering还推出了一款小巧的AI产品“吹气猫”Nékojita FuFu。Nékojita FuFu 内置风扇装置，由可充电电池供电，并采用名为“Fu-ing System”的特殊算法，模拟人类呼吸。它提供强力、轻柔等多种模式，随机调整吹气强度和节奏，确保个性化的冷却体验。例如，它可以在三分钟内将 88 摄氏度的热水冷却至 71 摄氏度，五分钟内冷却至 66 摄氏度。与传统降温杯不同，Nékojita FuFu 是一款独立设备，可以连接到任何带有直边的餐具上，兼容各种碗、杯和马克杯。Nékojita FuFu 将于 2025 年中期在日本上市，售价约为25美元。
- ▶ 日本市场最大客户群体为中老年人。公司没有特别具体的目标用户群体，但在日本，公司最大的客户群体是50岁到60岁左右的人。这些人已经完成了孩子的抚养工作，孩子们长大成人、离开家了，这时候他们会觉得生活有些空虚。

Nékojita FuFu



Yukai Engineering的多元产品



目录

1

概况：AI玩具率先落地，有望十倍扩容玩具市场

2

案例：产品加速量产落地，国内外形态差异较大

3

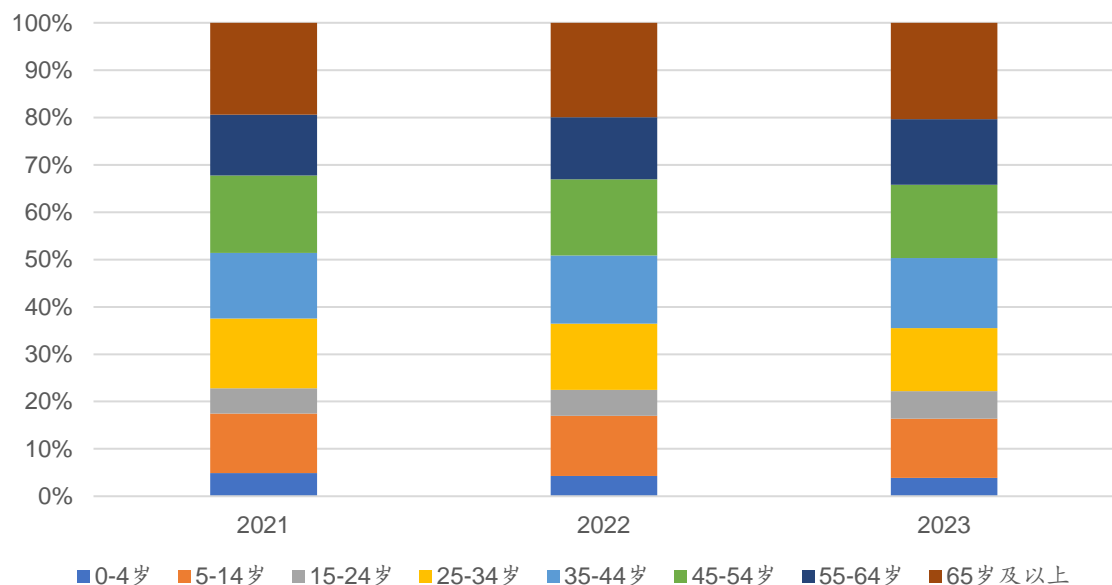
战略：挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

3.1 挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

➤ 我们认为，下一代AI玩具可在以下方面寻求突破：

➤ 1) **多元目标用户**：目前，中国市场上的AI玩具主要目标群体聚焦于儿童和青少年，定位主要为陪伴儿童学习成长，功能主要为互动游戏和知识问答等早教功能，而2023年5-14岁群体占中国总人口的比例仅为12.5%。针对中青年用户和老年用户的AI陪伴产品还较少，可作为未来开发方向。但成年人的需求更多元，对产品的复杂度要求更高。例如，不同地区的老年人群体属性不同，有些老年人可能不会说普通话，这要求AI玩具开发时融入方言体系，以便与老年人互动，而中国的方言体系复杂，或为产品开发增加难度。

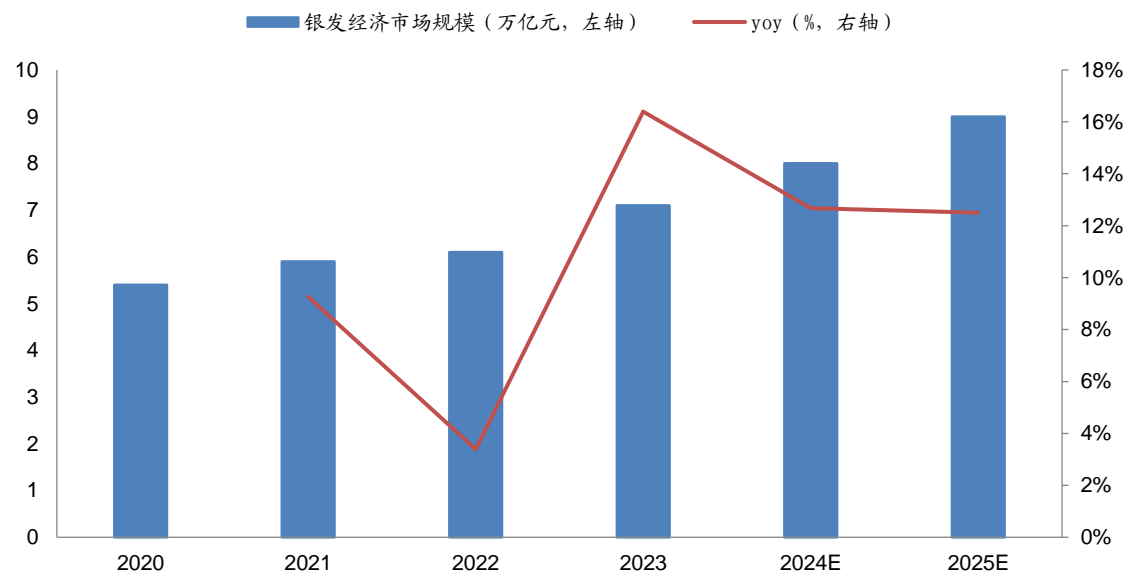
中国人口结构比例 (%)



资料来源：Wind，国家统计局，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

中国银发经济规模及yoy

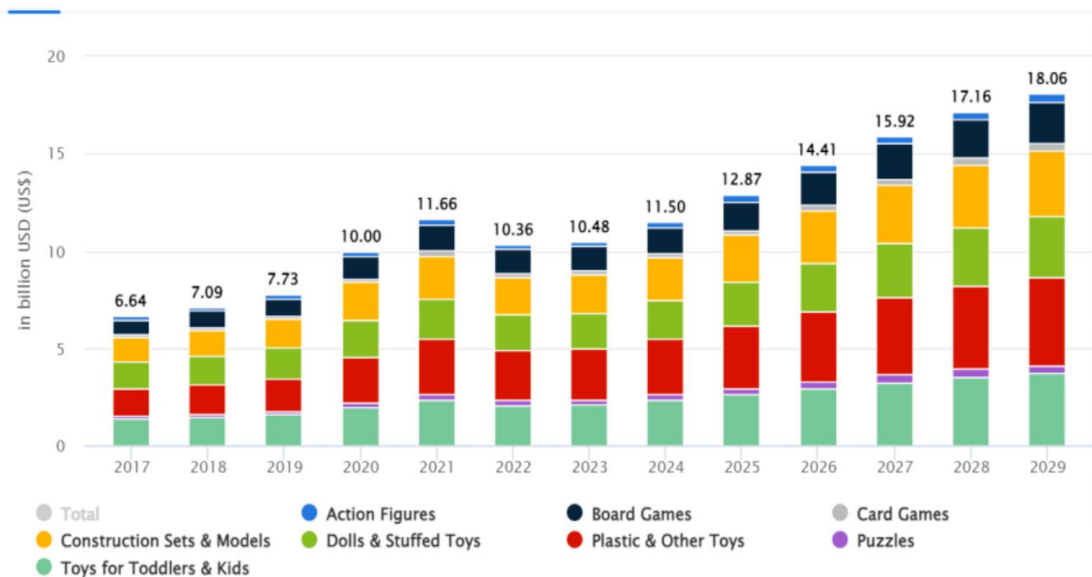


资料来源：中商产业研究院，华安证券研究所

3.1 挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

- 2) 多元目标市场：目前，国内厂商主要瞄准的是中国市场，涉足AI玩具出口的企业较少。根据Statista数据，2023年美国玩具和游戏市场规模为385.1亿美元，占全球玩具和游戏市场比重为30.6%，为全球第一大玩具市场，而排名第二的中国玩具和游戏市场占比仅为13.7%。根据Circana数据显示，除美国之外的澳大利亚、比利时、巴西、加拿大、法国、德国、意大利、墨西哥、荷兰、西班牙和英国的玩具市场在积木、毛绒玩具、集换式卡牌和车模玩具等潮玩品类实现连续四年增长。2020年，美国儿童每年人均玩具消费额约350美元；中国大陆儿童人均玩具消费额约56美元，AI玩具出口市场空间广阔。

欧洲玩具市场规模



资料来源：出海网，Statista，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

eBay欧洲站点玩具类目搜索热词

eBay欧洲站点玩具类目搜索热词	
lego (乐高)	lego technic (乐高机械组)
pokemom (宝可梦)	barbie (芭比)
lego star wars (乐高星球大战)	hornby (火车模型品牌)
warhammer (战锤桌游)	jellycat (毛绒玩具品牌)
playmobil (积木品牌)	hotwheels (合金车品牌)

资料来源：出海网，华安证券研究所

3.1 挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

- 3) 多元变现模式：目前，中国市场上的AI玩具变现模式主要为商品销售收入这种一次性变现模式，变现手法较为单一，还没有建立起闭环的商业模式。借鉴海外AI玩具企业，toc端可探索订阅服务费、配套产品销售费、周边衍生品销售费等变现模式，tob端可探索硬件销售费、软件授权费等变现模式。订阅服务费可以提供软件实时更新，并根据对话次数按月、年等时段收取相应费用；配套产品销售费可以搭配售卖玩具的可穿戴服装、配饰等，并内置AI算法芯片，与玩具本身产生情感联动；周边衍生品销售费可以将AI原创玩具形象发展成为原创IP，进行IP授权变现。

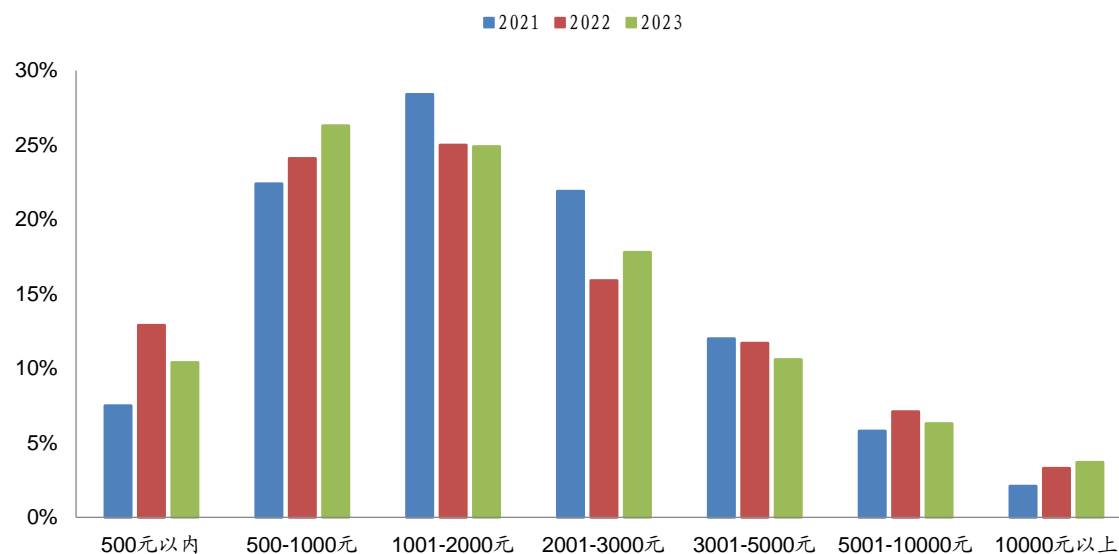
棉花娃娃的配套穿搭



资料来源：抖音，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

受访消费者购买授权商品年度支出金额



资料来源：中国玩具和婴童用品协会，华安证券研究所

3.1 挑战与机遇并存，AI玩具为下一片科技蓝海

➤ 4) 多元IP授权：目前，中国市场上的AI玩具外观主要为原创毛绒玩具，与IP的融合度较低，消费者较难找到情感共鸣。未来可以探索与IP高度融合的AI玩具，包括外观形象、语调语速、对话模式等各方面都符合IP形象，从而使得AI玩具获得情感寄托和身份认同，能够迅速与消费者建立情感连接。根据Circana数据，IP授权玩具占整个欧美玩具市场的31.1%，宝可梦、芭比、星球大战、漫威等经典IP玩具最为畅销，IP授权范畴正不断扩大，IP结合呈现愈加紧密的趋势。

全球IP排行榜TOP 10

排名	IP	总收入(估计)	收入明细(估计)	原始媒体	IP版权方
500亿美元以上					
1	宝可梦	989亿美元	零售-916亿美元	电子游戏	任天堂、宝可梦公司
			手机游戏-61.3亿美元		
			票房-11.56亿美元		
			家庭视频-3800万美元		
2	米老鼠和他的朋友们	612亿美元	零售-606.6亿美元	动画	华特-迪士尼
			票房-2.267亿美元		
			VSH&DVD-3.23亿美元		
200-500亿美元					
3	小熊维尼	488亿美元	零售-482.5亿美元	图书	华特-迪士尼
			数字影碟&蓝光-4000万美元		
			票房-5.45亿美元		
			商品销售-290.57亿美元		
4	星球大战	467亿美元	票房-103.43亿美元	电影	卢卡斯影业(华特-迪士尼)
			家庭视频-12.74亿美元		
			电子游戏-40.1亿美元		
			图书销售-18.2亿美元		
5	迪士尼公主	454亿美元	电视收入-2.8亿美元	动画	华特-迪士尼
			零售-454.68亿美元		
			家庭娱乐-1470万美元		
			票房-384.2亿美元		
6	面包超人	384亿美元	博物馆-1450万美元	图书	FROEBEL馆(凸版印刷株式会社)
			票房-96.56亿美元		
			图书销售-80.777亿美元		
			商品销售-71.1亿美元		
7	哈利波特	347亿美元	家庭娱乐-40.32亿美元	小说	J.K.罗林、华纳兄弟
			电子游戏-35亿美元		
			电视收入-10亿美元		
			哈利波特影城-9.753亿美元		
8	芭比	339亿美元	舞台剧-4.27亿美元	玩具	美泰
			商品销售-32.2亿美元		
			家庭视频销售-3.28亿美元		
			票房-14.39亿美元		
9	漫威宇宙	338亿美元	票房-311.6亿美元	电影	漫威
			家庭娱乐-27.34亿美元		
10	使命召唤	310亿美元	电子游戏-310亿美元	电子游戏	动视暴雪(微软游戏)

2024年1-7月欧洲5国热卖授权玩具

产品类别	产品名	品牌/代理
可动玩偶	忍者神龟变种大乱斗玩偶 Teenage Mutant Ninja Turtles Mutant Mayhem Figure	Character Options
积木	星球大战千年隼终极版收藏系列 Star Wars Millennium Falcon Ultimate Collector Series	乐高
娃娃	迪士尼公主系列 Disney Princess Dolls Assortment	美泰
游戏和拼图	Match Attax 系列 UEFA 欧洲杯 2024 超级入门包 Match Attax UEFA Euro 2024 Mega Starter Pack	Topps
婴幼儿龄前	汪汪队立大功玩具车配汪汪玩偶 PAW Patrol Vehicle and Pup+	斯平玛斯特
毛绒	5.5 寸零食主题小毛绒 Snackles Small Plush with Snack 5.5"	ZURU
探索和其他玩具	UEFA 欧洲杯 2024 贴纸典藏系列 UEFA Euro 2024 Sticker Collection Pack	Topps

资料来源：雷报Pro，华安证券研究所

资料来源：中外玩具网，华安证券研究所

3.2 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

- 当前主要有三大类公司布局AI玩具赛道。（1）传统玩具制造商。传统玩具厂商依托于在玩具行业的长期深耕，可以凭借自身在设计、制造等方面的优势，融合AI技术研发全新AI玩具系列产品，提升自身玩具产品的互动性与趣味性，为传统业务注入新的活力。（2）具有IP储备的公司。IP公司依托丰富的IP储备，可以探索与IP高度融合的AI玩具，包括外观形象、语调语速、对话模式等各方面都符合IP形象，从而使得AI玩具获得情感寄托和身份认同，能够迅速与消费者建立情感连接。

目前布局AI玩具的三类型公司

类型	优势	公司	AI玩具布局概况
传统玩具制造商	具备完整的玩具产品矩阵与渠道优势	星辉娱乐	公司积极在玩具车模中布局AI技术，已在动态玩具系列中储备了机器人玩具、无人机玩具、VR遥控玩具、语音遥控玩具等产品，产品曾进行小规模投放。公司未来或将人工智能交互技术嵌入至产品及其应用场景，推出更多智能化玩具产品。
		高乐股份	公司拥有独立自主的“GOLDLOK”品牌，拥有迪士尼、柯南、第五人格、HelloKitty、伍六七、初音未来、光子鸡、招财猫、功夫熊猫等十多个知名IP授权，公司将积极关注新兴科技赋能玩具制造业务。
		实丰文化	公司于2024年12月推出新一代AI玩具—AI魔法星，主要适用于低年龄段的儿童，可提供多语言对话、日常聊天、情绪安抚、讲故事、百科知识等早教益智功能。后期将推出一系列创新性AI智能玩具产品，打造“智能玩具总动员”的AI智宠乐园。2025年3月31日，实丰文化与百度智能云、灵优智学科技有限公司达成战略合作协议，共同发布首批AI玩具生产计划。
具有IP储备的公司	IP有望提高AI玩具的情绪价值和社交价值	汤姆猫	公司拥有“会说话的汤姆猫家族”IP，包括Tom、Angela、Hank、Ben、Ginger、Becca等形象。公司与西湖心辰联合打造“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，AI智能语音机器人产品已于2024年12月21日上线，配备终身大模型算力的产品价格为1799元，拥有“灵动双眼”、“情绪识别”、“趣味打断”、“主动聊天”等功能。

资料来源：财经头条，金融界，思瀚产业研究院，华安证券研究所

3.2 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

- ▶ 当前主要有三大类公司布局AI玩具赛道。(3) 互联网科技公司。AI玩具的产品升级和成本控制高度依赖AI技术发展，科技公司可以探索大模型在各个消费场景的落地，增强AI玩具的交互性。

目前布局AI玩具的三类型公司

类型	优势	公司	AI玩具布局概况
具有 IP 储备的公司	IP有望提高AI玩具的情绪价值和社交价值	汤姆猫	拥有“会说话的汤姆猫家族”IP，包括Tom、Angela、Hank、Ben、Ginger、Becca等形象。公司与西湖心辰联合打造“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，AI智能语音机器人产品已于2024年12月21日上线，拥有“灵动双眼”、“情绪识别”、“趣味打断”、“主动聊天”等功能。
		上海电影	上影元（上海）独家运营众多知名动画IP及真人影视版权，包括《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》《黑猫警长》《中国奇谭》等动画作品，《巴山夜雨》《日出》《阿Q正传》等影视作品。上影元与跃然创新（Haivivi）就“IP+AI玩具”已达成战略意向，通过AI玩具形态释放IP潜在价值。
互联网科技公司	AI玩具拓展大模型落地场景和变现空间	字节跳动	通过火山引擎发布了AI+硬件智跃计划，旨在推动AI技术与硬件的深度融合，涵盖智能玩具、教育工具等多个应用场景。已经打造出一款AI玩具“显眼包”，没有对外销售，主要是作为赠品奖励员工或送给合作伙伴。
		百度	百度智能云与灵优智学、实丰文化签订战略合作签约仪式并发布“首批AI玩具智造计划”。该计划将依托百度智能云千帆大模型的AI生成与交互能力，结合灵优智学的玩具AI化软硬件解决方案优势和实丰文化的玩具产业链经验，打造新一代智能玩具产品矩阵。首批合作产品将涵盖智能陪伴机器人、AI互动绘本、教育编程玩具等多个品类。

资料来源：财经头条，金融界，思瀚产业研究院，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

3.2 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

- ▶ AI玩具市场会在技术持续升级下演绎：玩具—AI+玩具—AI玩具—多模态驱动的情感交互载体，并诞生1-10-100-1000的价值升级体系。产业中也会依次诞生轻工/零售-硬件/算法-多模态/机器人方向上的跨行业头部公司。
- ▶ 选股逻辑上，行业初创期在IP、传统玩具等赛道有望诞生大牛股。行业发展期预计会向电子制造业/算法企业倾斜，并由明星产品驱动产生牛股。行业成熟阶段，则可能由机器视觉，脑机等技术的进步，产生类机器人形态下的情感陪护载体。

AI玩具产业链公司梳理

公司类型	公司名称	AI玩具布局概况
传统玩具企业	星辉娱乐	公司积极在玩具车模中布局AI技术，已在动态玩具系列中储备了机器人玩具、无人机玩具、VR遥控玩具、语音遥控玩具等产品，产品曾进行小规模投放。公司未来或将人工智能交互技术嵌入至产品及其应用场景，推出更多智能化玩具产品。
	高乐股份	公司拥有独立自主的“GOLDLOK”品牌，拥有迪士尼、柯南、第五人格、HelloKitty、伍六七、初音未来、光子鸡、招财猫、功夫熊猫等十多个知名IP授权，公司将积极关注新兴科技赋能玩具制造业务。
	实丰文化	公司于2024年12月推出新一代AI玩具—AI魔法星，主要适用于低年龄段的儿童，可提供多语言对话、日常聊天、情绪安抚、讲故事、百科知识等早教益智功能。后期将推出一系列创新性AI智能玩具产品，打造“智能玩具总动员”的AI智宠乐园。2025年3月31日，实丰文化与百度智能云、灵优智学科技有限公司达成战略合作协议，共同发布首批AI玩具生产计划。
	广博股份	公司开发了一系列独具特色的文创文具以及二次元周边，目前暂不涉及AI玩具业务。公司将持续关注新技术和新产品的应用及推广，结合公司实际，积极探索新产品开发。
	布鲁克	公司是拼搭角色类玩具头部企业，2023年以GMV计算在国内拼搭角色类玩具行业市占率第一。目前布鲁克已经积累了500多项专利，未来品牌还将全面布局积木基础搭建体系、智能互动积木技术及软件算法三大专利方向。

3.2 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

AI玩具产业链公司梳理

公司类型	公司名称	AI玩具布局概况
具备自有IP的企业	汤姆猫	拥有“会说话的汤姆猫家族”IP，包括Tom、Angela、Hank、Ben、Ginger、Becca等形象。公司与西湖心辰联合打造“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，AI智能语音机器人产品已于2024年12月21日上线，拥有“灵动双眼”、“情绪识别”、“趣味打断”、“主动聊天”等功能。
	上海电影	上影元（上海）独家运营众多知名动画IP及真人影视版权，包括《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》《黑猫警长》《中国奇谭》等动画作品，《巴山夜雨》《日出》《阿Q正传》等影视作品。上影元与跃然创新（Haivivi）就“IP+AI玩具”已达成战略意向，通过AI玩具形态释放IP潜在价值。
	泡泡玛特	中国领先的潮流文化娱乐公司，发展十余年来，泡泡玛特围绕全球艺术家挖掘、IP孵化运营、消费者触达、潮玩文化推广、创新业务孵化与投资五个领域，构建了覆盖潮流玩具全产业链的综合运营平台。成功打造运营了THE MONSTERS、MOLLY、SKULLPANDA、CRYBABY、DIMOO WORLD、HIRONO、Zsiga、PUCKY、HACIPUPU等知名IP。
	阅文集团	阅文旗下囊括QQ阅读、起点读书、新丽传媒、腾讯动漫等业界知名品牌，汇聚了强大的创作者阵营、丰富的作品储备，覆盖200多种内容品类，触达数亿用户，已成功输出《庆余年》《赘婿》《鬼吹灯》《全职高手》《斗罗大陆》《琅琊榜》等大量优秀网文IP，改编为动漫、影视、游戏等多业态产品。
电子企业	乐鑫科技	是全球Wi-Fi MCU的头部厂商，坚持2D2B的商业模式，已在全球开源社区形成强大影响力，其商业模式和开发者生态非常适合初创企业进行新产品开发。在字节的火山引擎冬季原动力大会上，乐鑫科技一起参与了AI+硬件智跃计划，并且提出了潮玩厂家+乐鑫+豆包大模型的解决方案，为AI玩具厂商提供带通用软件功能的芯片或模组。
	移远通信	AI玩具整体解决方案率先支持火山引擎豆包RTC（实时音视频）大模型，现已全面具备市场交付能力。与基于WebSocket协议的AI玩具方案相比，基于RTC协议的方案延迟可降低50%左右，并支持对话实时打断、字幕实时下发等功能，可为用户带来更低延迟的智能交互体验。
	奋达科技	公司产品主要涉及电声音频、健康电器、智能穿戴、智能家居四大业务板块，是一家领先的新型智能硬件一体化解决方案提供商和服务商，也是国内少数能提供软、硬、云一体化服务的新型智能硬件企业。公司与客户共同合作的AI陪伴类桌面机器人已进入试产阶段，并预计于2024年12月正式量产交付。

3.2 多类型企业积极布局，市场持续迭代升级

AI玩具产业链公司梳理

公司类型	公司名称	AI玩具布局概况
电子企业	贝仕达克	公司基于自主创新首次推出自主品牌智能宠养产品皮克方。不同于其他宠物摄像头，皮克方系基于AI算法产品化的深度积累和对宠物类别算法的创新性摸索，它专注于猫狗类宠物的识别拍摄，自动采集原始宠物素材，智能匹配音乐智能完成拍摄-剪辑-成片，宠物主无需操作，即可轻松获取高质量的萌宠短片，让宠物主随时随地享受“云养宠”的乐趣。公司自主研发的皮克方APP，致力于打造智能化、互动式的宠物生态链，持续提升用户黏性。
	博通集成	携手集贤科技发布“灵语灵珠”AI玩具创新计划，并引入火山引擎大模型能力，旨在以领先的AI技术赋能玩具行业，共同开创一个充满无限可能的AI玩具新未来。“灵语灵珠”计划通过整合集贤科技的智能硬件与算法能力、博通集成的物联网无线通信芯片技术，以及火山引擎大模型在自然语言处理与机器学习领域的优势，赋予玩具类人化交互能力。
其他企业	字节跳动	通过火山引擎发布了AI+硬件智跃计划，旨在推动AI技术与硬件的深度融合，涵盖智能玩具、教育工具等多个应用场景。已经打造出一款AI玩具“显眼包”，没有对外销售，主要是作为赠品奖励员工或送给合作伙伴。
	百度	百度智能云与灵优智学、实丰文化签订战略合作签约仪式并发布“首批AI玩具智造计划”。该计划将依托百度智能云千帆大模型的AI生成与交互能力，结合灵优智学的玩具AI化软硬件解决方案优势和实丰文化的玩具产业链经验，打造新一代智能玩具产品矩阵。首批合作产品将涵盖智能陪伴机器人、AI互动绘本、教育编程玩具等多个品类。
	FoloToy	团队将人工智能技术融入传统玩具，推出会说话的AI玩具，包括Fofu-火火兔、Meow-米兔、Octopus-八爪鱼、Cactus-仙人掌、Kola慢慢熊等产品。
	跃然创新	跃然创新专注于陪伴3-6岁孩子的AI Friends场景，推出AI交互式对话挂件玩具产品BubblePal，旨在陪伴孩子成长，提供非应试教育。
	萌友智能	是一家新锐的智能机器人公司，致力于打造生动有智慧能交互的家庭机器人，推出情感陪伴类机器人产品Ropet。
	乐森机器人	致力于打造领先的机器人技术和AI驱动玩具，提供无与伦比的娱乐体验，通过“变形魂”与“自主芯”技术打造智能变形机器人。截至2025年3月，截至目前，乐森已经卖出了超过10万台消费级人形机器人。

资料来源：财经头条，金融界，贝仕达克公司公告，读创，深圳新闻网，华安证券研究所

敬请参阅末页重要声明及评级说明

感谢关注!

风险提示：AI模型发展不及预期；市场竞争加剧；市场需求不及预期；AI玩具渗透率提升不及预期。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证，据此投资，责任自负。本报告不构成个人投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。华安证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起6个月内，证券（或行业指数）相对于同期沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

行业评级体系

增持—未来6个月的投资收益率领先沪深300指数5%以上；

中性—未来6个月的投资收益率与沪深300指数的变动幅度相差-5%至5%；

减持—未来6个月的投资收益率落后沪深300指数5%以上；

公司评级体系

买入—未来6-12个月的投资收益率领先市场基准指数15%以上；

增持—未来6-12个月的投资收益率领先市场基准指数5%至15%；

中性—未来6-12个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至5%；

减持—未来6-12个月的投资收益率落后市场基准指数5%至15%；

卖出—未来6-12个月的投资收益率落后市场基准指数15%以上；

无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。市场基准指数为沪深300指数。