

技术迭代升级 产业IP融合发展 传统玩具行业积极投身AI转型

本报记者 赵曦 □ 王雅舒

8月27日，国内AI玩具领军企业跃然创新(Haivivi)与奥特曼官方联合推出的全球首款奥特曼AI玩具正式开售。这一消息引发了玩具行业的关注，不少消费者直呼：“被可爱到了，买买买！”

不只是跃然创新，近年来包括奥飞娱乐、实丰文化等在内的不少玩具企业也积极投身AI玩具领域，将新科技融入生产研发。同时也有FoloToy、亿家亿伴等专门聚焦AI玩具的企业诞生。

作为中国最大的玩具出口产业基地，广东省工业和信息化厅预计：未来，广东电子信息、AI玩具产业可以为广东拓展超1000亿元的产值增量，全部玩具总产值规模有望突破3000亿元。

AI玩具销量强劲 情感陪伴成为集中需求

AI玩具出现晚、脚步却快。相关数据显示，2024年AI玩具市场规模已达181亿美元；预计到2033年，该领域全球市场规模将增长至600亿美元，其中亚洲市场占据主导地位。业内人士认为，2024年是中国AI玩具产业爆发元年。这一年，随着DeepSeek、豆包等AI技术取得突破性进展，行业内各大厂商加速产品迭代，推出多款创新产品，涵盖情感陪伴、教育互动、IP联动等多个赛道。这种由技术突破带来的行业热潮，标志着AI玩具行业市场已然进入快速增长期。

“宝贝超级喜欢呢，一直在和她对

话，这玩具还可以播放儿歌和讲故事，有游戏卡可以陪着玩。”“一个人带娃总是没时间陪宝宝聊天，这玩具能互动、讲故事，回答各种天马行空的问题，宝宝潜移默化中学到很多知识，语音对话也很流畅。”这些是记者在采访中了解到的一些消费者对AI玩具的评价。

儿童AI玩具经销商王小丫旗舰店工作人员向记者介绍：“我们面向的AI玩具消费人群以3—8岁儿童的家长居多，这些家长尤其关注玩具提供的情感陪伴功能。AI玩具的智能对话功能刚好可以满足这点要求，让陪伴不仅有温度，更有教育价值。”

尽管在以家长为主流消费群体的AI玩具市场中，学习陪伴、知识互动是主要需求，但情感交互始终作为不可或缺的基础功能内置于市面上的AI玩具中。义乌市谬牛电子商务有限公司总经理赵鸣坦言：“国内家长对儿童的期望较高，即时知识性互动学习在其看来是最重要的一点，但是情感互动在儿童与玩具的交互过程中使用频率、时间都更长的，且还在源源不断地渗透进交互行为中。我个人认为情感互动是最重要的、无法替代的功能。可以说，AI玩具的情感交互功能在满足儿童情感需求上替代了电动玩具。”

传统玩具破局探索 AI与IP融合实现互利共赢

在AI玩具成为消费市场新风口的背景下，传统玩具工厂纷纷主动或被动地入局AI玩具产业。

“我们一开始是做传统毛绒玩具的，但大约在2024年底，市面上出现

了依托DeepSeek的AI芯片，并被大批量组装到玩具中售卖。为了追求热度，包括我们在内，越来越多的传统玩具工厂开始加入其中。”赵鸣说。

伴随着行业内领头企业在新兴技术上的不断迭代推进，对市场卖点路向的不断探索，IP融合AI玩具逐渐成为行业内产品多元焕新的发展机遇。棱镜全息提出“IP智联·AI共生”模式，将《熊出没》等IP与智能模组结合，用户娱乐率提升45%。

赵鸣认为，“热门IP与AI玩具两者合作，既可以借助IP的高关注度将AI玩具推向更广泛的消费者群体，也能通过AI玩具的独特技术丰富IP产品的可玩性，为IP周边产品创造额外的收入，更帮助IP稳定受众持续的兴趣关注。”

除了头部IP企业的主动探索外，传统玩具制造商也在凭借品牌知名度及渠道优势积极布局AI玩具市场，从传统玩具制造商转型为AI玩具企业。记者了解到，2024年12月，实丰文化与跃然创新正式签署战略合作协议，探索AI玩具领域全新商业契机。此次战略合作，双方将实丰文化的品牌沉淀、IP资源、渠道优势和研发制造专长与跃然创新的AI技术优势深度融合，加速创新产品研发与全球化进程。未来，双方将面向全球市场，联袂推出一系列创新性AI智能玩具产品，打造“智能玩具总动员”的AI智宠乐园，共绘AI玩具领域的宏伟蓝图。

情感互动技术难点待突破 隐私安全信任基础重新建立

据行业内人士分析，在当下产品

功能日趋同质化的市场环境中，如何从用户体验层面深度挖掘并提升情绪价值，已然成为行业亟须攻克的关键命题。

“我们开发了很多产品种类，但放到市面上售卖的却只有一款。究其原因，尽管我们已经克服了在模拟儿童语言逻辑上的困难，但在现有水平下做出真正的理想状态下的AI玩具还是很难。”赵鸣坦言。

什么是理想状态的AI玩具？赵鸣说，“AI玩具在情感交互方面的潜力远超消费者的想象。主动感知到情绪变化、主动提取交互需求，这些功能不仅需要确保全天候待机，还要赋予AI玩具拥有更自然的交互技术。”

据万创研究院分析，支撑这些功能的前提是掌握AI玩具智能化的五大关键技术：语音识别与自然语言处理、计算机视觉、情感计算与行为建模、大语言模型与本地推理、多模态融合与边缘AI芯片。这些技术都需要不断完善发展。

全天候待机虽然可以解决“高自由情感互动”的难题，但随之而来的是用户隐私与安全的风险问题。中研网发布的相关行业报告指出，儿童AI玩具需收集儿童语音、图像等敏感信息，存在泄露风险。

业内专家表示，尽管AI玩具的发展仍面临技术与伦理的双重挑战，但目前行业已探索出“上游技术焕新+中游产业融合+下游市场整合”的有利破局路径。随着AI技术的迭代升级、IP资源的深度挖掘、伦理安全问题的逐步完善、市场规模的持续增长以及多元化竞争格局的形成，AI玩具行业将迎来快速发展的机遇期。

行业动态

着色剂行业“危”中寻“机”再出发

荣发展。

广州立达尔生物科技股份有限公司董事长陶正国表示：“我们坚信，未来的食品添加剂行业必将更好地赋能全球食品工业，为食品安全、营养健康和美味体验保驾护航，最终实现产业高质量发展与人民美好生活的双赢。”

中国食品添加剂和配料协会着色剂专业委员会秘书长张慧做2025年度行业发展及专委会工作报告。报告指出，我国食用着色剂产业在动荡的国际政治环境、经济环境和关税风波的影响

下，仍然取得了很大成绩，实现了着色剂产业发展平稳，产品出口总量和出口额双增长。在全国经济产业高质量发展的方针下，各企业和全行业要更好产业升级和转型，通过科技创新、资源整合等方式引领行业向前发展。随着新的食品安全法实施，建议生产企业加大法规执行力度，对增速过快的着色剂品种增加风险调控机制。着色剂行业还应注重人才培养和人力资源的建设；加强环境保护意识和食品安全生产意识；坚定不移地走中国特色的自主

创新之路，促进我国食用着色剂产业实现高质量发展，并积极推进国家标准、法规、团体标准工作。

会议期间，与会代表就辣椒红、叶黄素、番茄红素、焦糖色素、合成色素、植物炭黑等相关领域中存在的问题进行了充分的交流。协会同步推进《糊状叶绿素》《栀子果实》两项团体标准的制定工作。中国食品发酵工业研究院长江中心副主任刘捷对两项标准文本草案及待讨论内容等工作进展情况进行了详细介绍，参会代表对标准文本草案展开了充分研讨。中国食品添加剂和配料协会表示，接下来将根据会议讨论情况形成送审稿，并筹备团体标准审查工作。

文博展区、电商直播区、时尚流行趋势发布区、中国十佳设计师展区、现场手工制作体验区。

展会期间，主办方将推出摩登中国国际鞋包服饰时尚展览活动，集结众多国内外高端品牌，引领时尚潮流趋势。同期的活动包括中国国际设计师高峰论坛、国际知名皮装及毛皮服装设计师品牌中国首秀，国际知名品牌新品秀，国际品牌授权及转让对接会，名企专场订货会，2026—2027国际鞋、包、服及色彩流行趋势发布，中国皮革行业十佳设计师展，中国皮革博艺设计展等。

摩登中国时尚展即将在上海举办

“2025摩登中国国际鞋包服饰时尚展览会”(以下简称“摩登中国时尚展”)。

记者从中国皮革协会了解到，鞋包企业作为终端消费品的提供商，在整个产业链中具有举足轻重的作用。终端产品，尤其是鞋包产品，在整个皮革行业产业链中占据绝对的主导作用。2010年至2023年，中国制鞋行业重点企业销售收人年平均增长5.0%，中

国箱包行业重点企业销售收人年平均增长4.4%；鞋类进口额年平均增长16.3%，箱包进口额年平均增长15.5%。

据悉，摩登中国时尚展参展产品包括鞋类、箱包、皮革服装、毛皮服装及其他皮革和毛皮制品等。

展会设有11个展区，分别是国际品牌区、中国消费引领品牌区、真皮标志品牌区、中国品牌区、独立设计师品牌区、产业集群品牌区、

独立设计师品牌区、产业集群品牌区、

独立设计师品牌区、产业集群品牌区、