

# AI玩具热销 监管如何为“新伙伴”划界?



图为北京某商场展台上陈列的AI玩具。

“能聊天、会安抚情绪,还可以陪读……”越来越多AI玩具涌入儿童房,成了年轻父母“科技带娃”的新帮手。

淘宝2025年度十大商品榜单上,“AI陪伴玩偶”引人注目。记者检索发现,不少主打婴童陪伴功能的产品,月销量超过5000件。

热度背后,是千亿级市场的巨大潜力。京东与深圳市玩具行业协会联合发布的《AI玩具消费趋势白皮书》预计,到2030年,AI玩具全球市场规模将突破千亿元量级,年复合增长率超50%;国内市场规模有望突破百亿元,年复合增长率超70%。

## 为陪伴价值买单

记者走访发现,在多家母婴连锁店和线下商超的玩具专区,仿生陪伴机器人、早教机器人等AI玩具被摆在了显眼位置。

从形态上看,有卡通人形、动物造型的智能语音机器人,小巧便携的早教机,毛绒玩偶类的智能陪伴公仔;功能方面则具备讲故事、语音互动、学习启蒙、远程看护等,价格在300—600元,价位更高的则配有传感器、摄像头等,通过模拟人的声音、表情、触碰等方式吸引孩子认人物。

“面向婴童的AI产品能为育儿带来

很大便利。”上海社科院社会学研究所副研究员王芳称,AI产品能即时回应孩子的每一次呼唤提问,也不会像人类一样因身体劳累而产生烦躁,“情绪”相对稳定。此外,产品内置有丰富的故事、儿歌、启蒙课程等,能根据孩子的年龄和互动历史推送契合个性需要的内容。

已有不少儿童成为这类玩具的“粉丝”,一位五岁的小朋友告诉记者:“我特别喜欢跟AI玩具聊天,不管提出什么问题都能得到解答,它还会陪我一起讲故事、背古诗,特别有趣。”

## 在规范中实现长远发展

根据公开数据,截至2025年底,我国AI玩具企业数量约2000家。但热闹背后,同质化困境与各类安全隐患日益凸显,成为行业发展的“绊脚石”。

“目前,AI玩具交互硬件的范式还没有突破性转变,多以问答机器人形式为主。”福建力利实业有限公司副总经理许铭煌表示,当前很多AI玩具都是“换汤不换药”,核心技术趋同,缺乏差异化创新。金科汤姆猫公司负责人朱志刚也表示,目前市场上的AI玩具多为“通用大模型+基础传感器+IP外壳”的模式,抄袭模仿现象时有发生,原创性严重不足。

除了同质化,内容安全与数据安全漏洞更让家长忧心忡忡。在北京朝阳区的商场里,正在货架前反复对比产品的王女士直言:“广告上说能陪学陪玩、开发智力,看着很开心,但我特别担心孩子过度沉迷,更怕玩具里的内容不规范,毕竟孩子的价值观还在

形成阶段。”王女士的困惑,道出了很多家长的心声——购买AI玩具不再仅是添置一件玩具,更像是为孩子数字世界引入一位新“伙伴”,但其行为模式、知识体系和互动边界,家长却无法完全知晓。

中国社会科学院社会学研究所研究员吕鹏进一步指出了行业隐患:“AI设备会实时感知采集用户的语音、影像等敏感数据,这些数据的流转过程不透明,存在滥用、泄露的风险;而在内容方面,部分AI玩具缺乏完善的不当信息过滤机制,可能会向未成年人传递不当内容,影响其认知发展。”

据了解,部分低价AI玩具,交互过程中会出现回答不准确、语言不规范的情况。此外,“购买决策在家长、使用者为未成年人”的错位,也让家长的焦虑情绪进一步加剧,不少家长表示“不知道该如何判断一款AI玩具是否适合孩子”。

业内人士普遍认为,推动AI玩具在规范中实现长远发展,需要监管部门、企业、家庭三方协同发力,形成合力。唯有如此,才能破解行业痛点,化解发展隐患,让AI玩具真正发挥辅助陪伴的价值。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼在2025年11月的新闻发布会上表示,针对消费者比较关注的AI玩具数据安全、网络安全等问题,将会同相关部门加强研判,在指导玩具企业加强技术防护的同时,适时研究制定相关标准,切实保障AI玩具质量和数据安全。

(综合)

## 行业资讯

### 中国罐头工业协会深入碭山开展桃罐头产业调研

## 聚焦全链条提质增效 助推桃罐头行业高质量发展

本报讯(记者 闫利)作为我国水果罐头出口的重要品类,桃罐头产业正处在转型升级的关键阶段。日前,记者从中国罐头工业协会获悉,为摸清产业发展实情、破解行业共性难题,3月19日至22日,协会组织相关人员成立调研组,赴安徽省碭山市桃山县开展桃罐头产业专题调研。这是继春节前山东平邑产区调研后,中国罐头工业协会围绕桃罐头产业高质量发展开展的又一次重点产区实地走访。

中国罐头工业协会表示,碭山是我国桃罐头核心产区之一,拥有丰富的黄桃资源和长期形成的加工产业集群,其产业发展对全国桃罐头行业具有较强的风向标意义。近年来,面对原料价格波动、消费结构变化、出口贸易壁垒等多重因素,桃罐头产业正加速从规模扩张向品质提升、品牌建设

转型。在此背景下,深入产区一线,精准把握企业诉求,对推动全行业提质增效具有现实紧迫性。

此次调研得到碭山县政府、县工信局的大力支持。相关领导表示,此次调研将为碭山桃罐头产业未来发展提供重要指导,碭山县全力配合调研工作,助力调研组全面掌握产业实际情况。

3月20日至21日,由中国罐头工业协会理事长刘有干和国家市场监督管理总局总局食品安全监督管理司司长、全国食品质量控制中心主任李青、全国食品质量控制中心主任罗艳萍,以及北京工商大学统计学学院副教授辛士波、徐玲带领的6人师生团队共同参与的调研组,对光明食品、科技食品、展望食品、

兴达罐业食品、德高食品、金硕食品、熙可食品、铭凯食品、胜华食品、皇冠食品、华联食品、冠虹食品等12家桃罐头生产企业展开全面调研。

中国罐头工业协会介绍,调研组采用问卷调研与现场访谈相结合的方式,对大、中、小不同规模的企业进行调研,较为全面地反映了碭山桃罐头产业的生产经营现状、发展诉求及面临的共性挑战,为协会后续精准服务行业、制定发展建议奠定了坚实基础。其间,调研组还深入生产一线,实地走访了科技食品、德高食品、倍佳福食品三家企业,近距离察看生产车间、加工流程等环节,详细了解了解企业生产经营、质量管控、产能规模等实际情况,并与企业负责人就生产经营情况及未来发展规划展开深入交流,进一步丰富调研成果。

“桃罐头产业是我国传统食品工业的重要组成部分,近年来在自动化改造、标准体系建设、产品创新等方面取得积极进展,但同时也面临着同质化竞争加剧、国际市场需求波动等压力。”中国罐头工业协会表示,此次协会选择在春季准备期开展调研,旨在从产前前端的原料保障、生产组织,到后端的市场销售、品牌培育,对产业链各环节进行系统梳理。下一步,协会将系统整合山东平邑与安徽碭山两大核心产区的调研成果,全面分析我国桃罐头产业发展现状、共性问题与发展趋势,进一步发挥桥梁纽带作用,整合行业资源、搭建交流平台,为桃罐头产业转型升级和高质量发展提供精准指导与有力支撑,推动我国桃罐头行业迈向更高质量、可持续发展的发展新阶段。

## 聚焦内蒙古

## 丰镇市:备足农资农机全力保障春耕生产

本报讯(记者 闫廷 白丽娜 王宁波)人勤春早,春耕备耕忙。眼下,内蒙古丰镇市正抢抓春耕生产关键时节,全面启动春耕备耕各项工作。全市各地种子、化肥、地膜等农资储备充足,拖拉机、播种机等农机设备配备到位,市场供应稳定有序,为今年粮食丰产、农民增收打下坚实基础。

在丰镇市农机销售点,各类春耕农机一应俱全,前来咨询、选购的农户络绎不绝,农机市场迎来销售旺季。为保障

农户用上放心农机、好用农机,当地农机经销企业提前备货,强化服务,全力满足春耕生产需求。

内蒙古丰隆农机负责人杜慧燕向记者介绍:“春耕马上开始,这段时间向农机销售进入旺季。我们提前备足各类拖拉机、播种机等农具,同时安排技术人员为农户提供选购指导和操作培训,确保农机性能稳定、服务到位,助力农户顺利开展春耕生产。”

农机有保障,农资更要跟得上。在

南城区东园村农资经销门店,一袋袋化经销企业提前备货,强化服务,全力满足春耕生产需求。

内蒙古丰隆农机负责人杜慧燕向记者介绍:“春耕马上开始,这段时间向农机销售进入旺季。我们提前备足各类拖拉机、播种机等农具,同时安排技术人员为农户提供选购指导和操作培训,确保农机性能稳定、服务到位,助力农户顺利开展春耕生产。”

农资有保障,农资更要跟得上。在

前规划、足量储备,严格把控产品质量,稳定市场价格,用心用情为广大农户提供服务。

利和农资店负责人支利利介绍:“当前正值春耕备耕关键时期,农资销售进入旺季。我们提前储备了1200多吨化肥、100多吨种子、50多吨地膜等农资产品,严把质量关。同时,为农户提供科学施肥建议,确保农资供应充足、价格稳定,全力服务春耕生产。”

下一步,丰镇市将持续加大农资市场监管力度,强化农技指导与农机服务,多措并举为农业增效、农民增收筑牢根基,全力保障春耕生产有序推进、落地见效,确保全年农业生产起好步、开好局。

## “乌兰察布之夜”多元文化点亮夜经济

本报讯(记者 闫廷)从2023年初绽放光芒,到2025年登顶热榜,内蒙古“乌兰察布之夜”以三年时间书写内蒙古文旅的精彩答卷。

从开街时的一路走红到如今热度指数破92.95,从内蒙古自治区夜间消费集聚区到十大热门街区,这份含金量十足的成绩单不仅见证了一座文旅新地标的崛起,更解答了“如何打破文旅周期限制,打造长盛不衰IP”的时代命题。

内蒙古“乌兰察布之夜”的红长密码,藏在“传统与现代”的共生之中。

自2023年开街惊艳亮相以来,“乌兰察布之夜”始终以草原文化为根,以现代审美为翼,将鲜明的草原符号融入街区设计,让每一盏灯火、每一处雕饰都承载着地域特色。与此同时,它以潮流化的呈现方式成功破圈出圈。这份“一眼万年”的浪漫与“人声鼎沸”的烟火相得益彰,既守住了文化的根脉,又接住了市场的流量。正是这种独特性的文化张力,让它在众多文旅项目中脱颖而出,成为内蒙古文旅最具生命力的注脚。

夜幕低垂,霓虹初上,一座融合草原风情与中式古韵的门楼,在夜色中绽放出璀璨夺目的光彩。抬眼望去,朱红大门沉稳厚重,门钉排布规整,突显中式建筑的庄重与底蕴。门楼之上,飞檐翘角层层叠叠,鎏金装饰点缀其间,与暖黄色的灯笼交相辉映,将传统美学的精致展现得淋漓尽致。两侧建筑融入了鲜明的草原文化符号,金色的骏马雕塑昂首矗立,仿佛随时准备踏蹄驰骋,诉说着乌兰察布独有的马文化底蕴。

当夜色彻底笼罩大地,熙熙攘攘的人潮涌动在灯火之下,路边的商铺也热闹非凡,欢声笑语与市井烟火交织成热热闹闹的乐章。有游客举着手机记录下璀璨的夜景,有游客与身旁的伙伴谈笑风生,还有游客驻足欣赏着沿途的景致。

“乌兰察布之夜”是人与景、传统与现代不断交融的场所。在这里,夜游经济的活力不断释放,让每一位前来的游客都能沉醉在热闹与美好编织的不夜盛境里。

## 声音

商超打折标签有硕大的“全场5折”,但凑近才能看到小字,“仅限新人”“部分商品”或“起”;网上购买化妆品常见“买一赠一”,但放大图片会发现赠品往往是非同款的试用装,甚至点击购买链接才看到赠品是美妆蛋或其他配件;商品页面上写着“会员免费领取”,但“需满足特定消费金额”等条件……这些看似优惠,实则让消费者做好“解谜”准备,和广告“斗智斗勇”的场景将迎来转变。

3月13日,市场监管总局办公厅发布《关于强化广告中提示性用语监管工作的通知》,部署对相关广告乱象开展为期半年的清理整治工作。这份通知直指当前广告市场中存在的“大字吸睛、小字免责”“萝卜坑式引证”等顽疾,释放出监管部门严厉打击误导性广告、维护市场秩序的强烈信号。

当前广告市场中的“文字游戏”随处可见。一些经营者在广告中着力突出商品卖点,却将不利信息隐藏在难以辨识的角落。“误导性大小字”广告已成为侵害消费者权益的隐形杀手。在手机、电脑、汽车等科技复杂产品领域,这种现象尤为突出。有媒体曾报道,手机产品标榜“逆光之王”的高光宣传下,藏着“逆光之王是产品设计目标”的小字注解。这种“头大身小”的广告设计,本质上是在利用信息不对称误导消费者,严重侵害了消费者的知情权和选择权。

更值得警惕的是“萝卜坑式引证”现象。部分广告主刻意量身定制调研范围,将地域限定在某一区域、将样本限定在特定群体,然后宣称“销量第一”“市场领先”。据报道,某连锁快餐店的宣传招牌上,一款招牌的酸辣粉图片周边,标注着显眼的“中国酸辣粉销量第一”,但其底部的小字对此解释:数据来源为某咨询公司,按照2023年中国内地线下渠道连锁餐厅酸辣粉销量计算,该品牌位列第一。这种精心设计的统计陷阱,让消费者误以为产品的市场地位远高于实际情况,严重扭曲了市场竞争秩序。

此次通知确定了整治“误导性大小字”广告、依法查处未显著标明提示性用语的广告、依法查处违法使用绝对化用语的广告、加强引证广告监管、强化广告主自证广告内容监管,强化对主要广告发布媒介监管等六方面重点任务,要求各级市场监管部门切实加大对“大字吸睛、小字免责”“随意篡改第一、首创、最佳”“萝卜坑式引证”以及弱化标示对消费者不利信息等营销乱象的清理整治力度,坚决依法查处严重违法误导消费者、扰乱市场竞争秩序的广告违法行为,引导广告活动各方经营者主动摒弃“文字游戏”式广告。

当然,整治广告乱象,既需要监管部门重拳出击,也需要各方主体共同参与。互联网平台要切实履行主体责任,及时处置误导性广告信息;广告设施运营单位要严格审核,主动拒绝为误导性广告提供发布服务;广告制作单位要在设计过程中确保提示性用语的显著性;市场调研服务机构要科学合法开展业务,避免为虚假宣传提供“科学背书”。

广告业的初衷是帮助消费者了解商品,真实是广告不可逾越的生命线。此次整治工作既是对“文字游戏”式广告的有力打击,也是对诚信经营的市场主体的有效保护。期待通过半年时间的集中整治,能够让广告回归真实的本源,让消费者能明明白白地购物,共同营造清朗的广告市场环境。

商超打折标签有硕大的“全场5折”,但凑近才能看到小字,“仅限新人”“部分商品”或“起”;网上购买化妆品常见“买一赠一”,但放大图片会发现赠品往往是非同款的试用装,甚至点击购买链接才看到赠品是美妆蛋或其他配件;商品页面上写着“会员免费领取”,但“需满足特定消费金额”等条件……这些看似优惠,实则让消费者做好“解谜”准备,和广告“斗智斗勇”的场景将迎来转变。

3月13日,市场监管总局办公厅发布《关于强化广告中提示性用语监管工作的通知》,部署对相关广告乱象开展为期半年的清理整治工作。这份通知直指当前广告市场中存在的“大字吸睛、小字免责”“萝卜坑式引证”等顽疾,释放出监管部门严厉打击误导性广告、维护市场秩序的强烈信号。

当前广告市场中的“文字游戏”随处可见。一些经营者在广告中着力突出商品卖点,却将不利信息隐藏在难以辨识的角落。“误导性大小字”广告已成为侵害消费者权益的隐形杀手。在手机、电脑、汽车等科技复杂产品领域,这种现象尤为突出。有媒体曾报道,手机产品标榜“逆光之王”的高光宣传下,藏着“逆光之王是产品设计目标”的小字注解。这种“头大身小”的广告设计,本质上是在利用信息不对称误导消费者,严重侵害了消费者的知情权和选择权。

更值得警惕的是“萝卜坑式引证”现象。部分广告主刻意量身定制调研范围,将地域限定在某一区域、将样本限定在特定群体,然后宣称“销量第一”“市场领先”。据报道,某连锁快餐店的宣传招牌上,一款招牌的酸辣粉图片周边,标注着显眼的“中国酸辣粉销量第一”,但其底部的小字对此解释:数据来源为某咨询公司,按照2023年中国内地线下渠道连锁餐厅酸辣粉销量计算,该品牌位列第一。这种精心设计的统计陷阱,让消费者误以为产品的市场地位远高于实际情况,严重扭曲了市场竞争秩序。

此次通知确定了整治“误导性大小字”广告、依法查处未显著标明提示性用语的广告、依法查处违法使用绝对化用语的广告、加强引证广告监管、强化广告主自证广告内容监管,强化对主要广告发布媒介监管等六方面重点任务,要求各级市场监管部门切实加大对“大字吸睛、小字免责”“随意篡改第一、首创、最佳”“萝卜坑式引证”以及弱化标示对消费者不利信息等营销乱象的清理整治力度,坚决依法查处严重违法误导消费者、扰乱市场竞争秩序的广告违法行为,引导广告活动各方经营者主动摒弃“文字游戏”式广告。

当然,整治广告乱象,既需要监管部门重拳出击,也需要各方主体共同参与。互联网平台要切实履行主体责任,及时处置误导性广告信息;广告设施运营单位要严格审核,主动拒绝为误导性广告提供发布服务;广告制作单位要在设计过程中确保提示性用语的显著性;市场调研服务机构要科学合法开展业务,避免为虚假宣传提供“科学背书”。

广告业的初衷是帮助消费者了解商品,真实是广告不可逾越的生命线。此次整治工作既是对“文字游戏”式广告的有力打击,也是对诚信经营的市场主体的有效保护。期待通过半年时间的集中整治,能够让广告回归真实的本源,让消费者能明明白白地购物,共同营造清朗的广告市场环境。

## 消费提示

## 多措并举守好老年人“钱袋子”

听课进群领红包、免费体验保健套餐、扫码领鸡蛋……随着老龄化程度日益加深,老年群体的健康需求不断增长,一些不法分子趁机盯上了老年人的“钱袋子”,利用他们对健康的焦虑、对新技术的陌生、对情感陪伴的需求等,在线上线下布设各式花样养生陷阱,专门针对“银发族”展开围猎。

记者在调查中了解到,一些修脚店、健康馆、养生馆等利用这一心理,打着“中医养生”“健康管理”等旗号,以线下低价体验为诱饵,精心设置消费陷阱,诱导老年顾客大额充值。不少老年人投入大量积蓄后,不仅未能获得预期的健康效果,钱款也很难追回。

天津社会科学院政府治理和公共政策评估研究所副研究员段威表示,这类以“养生”为幌子实则侵害老年人利益的营销模式,一方面使老年人财产权益持续受损,另一方面侵蚀了社会信任,尤其是削弱了老年群体对正规健康服务的信心。

2025年12月,民政部、国家发展改革委等8部门联合发布《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》,提出规范养老服务中介服务,严厉打击夸大产品功效诱导老年人消费、“欺老”行为。受访专家表示,老年人的“养老钱”不容小觑,唯有各方合力,才能守好老年人的“钱袋子”。

业内人士认为,应加大对违法

违规行为的打击力度,在监管层面建立“精准打击”机制,对养生馆、保健品公司等重点领域开展常态化排查。有关部门应推动建立涉老消费重点监管清单,对直播间虚假宣传等加大查处力度,相关直播平台加强对商家资质和商品的审查,优化广告展示逻辑,避免向老年用户定向推送高风险内容。

段威建议,建立针对老年消费者的“特殊保护条款”,例如设置大额预付消费冷静期、强制经营者履行书面合同与风险告知义务、推动建立“涉老消费纠纷绿色通道”等。

社会层面,要织密老年人关怀网络。中国消费者协会呼吁,面向老年群体开展更多“短、实、新”的防骗宣传教育,提升其识骗防骗能力,子女应加强与老年人沟通,主动协助识别高风险广告或直播内容。

老年消费者也应提高自身风险识别能力。天津市市场监管综合行政执法总队方正当竞争执法支队执法人员李东旭建议,老年消费者应注意拒绝陌生人诱导进入的私域群组,谨慎添加非官方认证的“健康顾问”和“售后客服”,线上购物优先选择正规电商平台,避免通过私域社群、临时链接等非正规渠道线上交易。有健康诉求的老年群体一定要寻求正规医疗机构的帮助,切忌迷信营销人员的宣传话术。(半月谈)

## 公告栏

**拍卖公告**  
受委托,现公开拍卖以下标的:  
一、拍卖时间:2026年4月1日上午9:30。  
二、拍卖地点:中国拍卖行业协会网络平台(https://paimai.caai123.org.cn/)。  
三、拍卖标的为29处房产,标的信息以中拍网公示为准。  
四、报名及保证金交纳截止时间:2026年4月6日下午16:00。  
五、标的展示时间:自公告之日起至拍卖会前一天(工作日:9:00—16:00)。  
六、成交后买受人应在当日内交齐全部成交价款,拍卖佣金及中拍网络平台软件使用费。  
七、标的以现状拍卖,拍卖公司不承担瑕疵担保责任。  
有意购买者请联系我公司办理相关竞买手续。  
联系电话:王经理 13836711889

**拍卖公告**  
黑龙江德信拍卖有限公司  
2026年3月26日  
涉县房地产管理局1处房屋租赁权  
**拍卖公告**  
受委托,我公司于2026年04月02日10时(节假日除外)在宝清县公共资源交易中心公开通过“中拍平台”(https://paimai.caai123.org.cn/)公开拍卖涉县房地管理局1处房屋租赁权(中拍平台附件14号(三层和五层)租赁权)。预展地点:标的所在地。预展及报名时间:2026年03月25日至2026年04月01日16时止。竞买人需在竞拍平台实名注册并实名认证,并在规定时间内完成竞买报名。联系电话:18631084169

**河北中北德信拍卖有限公司**  
2026年03月25日  
宝清县房屋租赁合同

我公司受宝清县房屋租赁合同服务中心委托,依据《中华人民共和国拍卖法》等法律法规,定于2026年4月1日上午9:30在宝清县公共资源交易中心(宝清县中拍平台)公开拍卖涉县房地管理局1处房屋租赁合同(中拍平台附件14号(三层和五层)租赁权)。预展地点:标的所在地。预展及报名时间:2026年03月25日至2026年04月01日16时止。竞买人需在竞拍平台实名注册并实名认证,并在规定时间内完成竞买报名。联系电话:18631084169

**拍卖公告**  
受委托,我公司于2026年4月1日上午10时(节假日除外)在宝清县公共资源交易中心公开通过“中拍平台”(https://paimai.caai123.org.cn/)公开拍卖涉县房地管理局1处房屋租赁合同(中拍平台附件14号(三层和五层)租赁权)。预展地点:标的所在地。预展及报名时间:2026年03月25日至2026年04月01日16时止。竞买人需在竞拍平台实名注册并实名认证,并在规定时间内完成竞买报名。联系电话:18631084169

**拍卖公告**  
受委托,我公司于2026年4月1日上午10时(节假日除外)在宝清县公共资源交易中心公开通过“中拍平台”(https://paimai.caai123.org.cn/)公开拍卖涉县房地管理局1处房屋租赁合同(中拍平台附件14号(三层和五层)租赁权)。预展地点:标的所在地。预展及报名时间:2026年03月25日至2026年04月01日16时止。竞买人需在竞拍平台实名注册并实名认证,并在规定时间内完成竞买报名。联系电话:18631084169