

行業概覽

本節所載資料及統計數據乃摘錄自官方政府刊物、公開市場研究及獨立研究。特別是，我們委聘獨立市場研究及顧問公司灼識諮詢就[編纂]編製行業報告(或灼識諮詢報告)。除另有說明外，本節所載全部資料均源自灼識諮詢報告。我們相信，本節所載資料來自有關資料的適當來源，且已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何重大事實致使有關資料屬虛假或含誤導成分。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及任何[編纂]、他們各自的任何董事、高級職員及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實來自官方政府來源的資料，亦並無對其準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方政府來源的資料未必準確，不應過分依賴有關資料。

中國泛娛樂產品行業

中國泛娛樂產品行業概覽

泛娛樂理念圍繞IP展開，本質在於開發以不斷變化的IP內容為主題的多元文化娛樂產品。

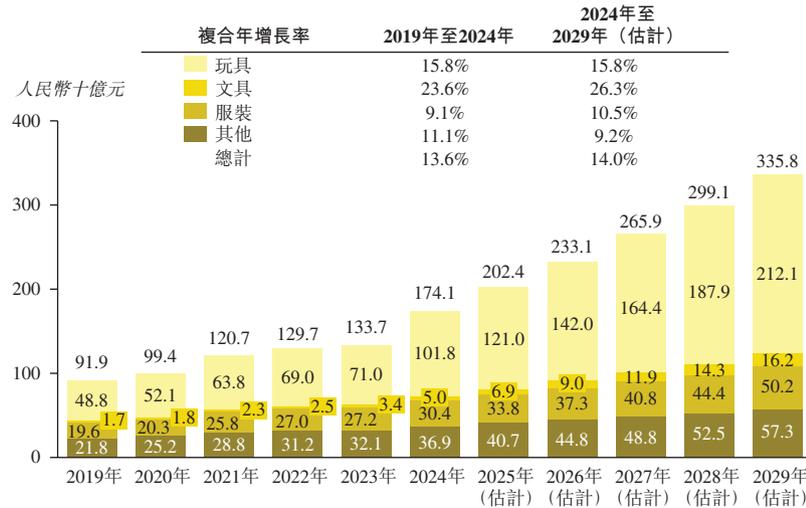
泛娛樂產品是基於IP開發的實體產品，如玩具、文具、服裝及其他消費品等。根據中國工業和信息化部於2017年發佈的《中國泛娛樂產業白皮書》，泛娛樂產品的主題可以是一個故事、一個角色，或任何其他IP內容。以IP內容為主題的泛娛樂產品易與IP受眾建立聯繫並獲得市場歡迎度。

近年來，隨著消費者需求不斷增長，而IP持有者亦意識到泛娛樂產品在其IP生態建設、IP生命週期延長及IP價值最大化方面的重要性，中國的泛娛樂產品行業快速增長。按商品交易總額計，中國泛娛樂產品行業的市場規模由2019年的人民幣919億元增加至2024年的人民幣1,741億元，複合年增長率為13.6%。與日本及美國相比，中國的泛娛樂產品行業處於早期發展階段。基於消費者群體不斷擴大、消費者需求不斷增長且多元化、產品質量持續提高及產品類型愈加多樣化等推動因素，中國泛娛樂產品行業預計將進一步發展，其市場規模預計到2029年將達到人民幣3,358億元。

行業概覽

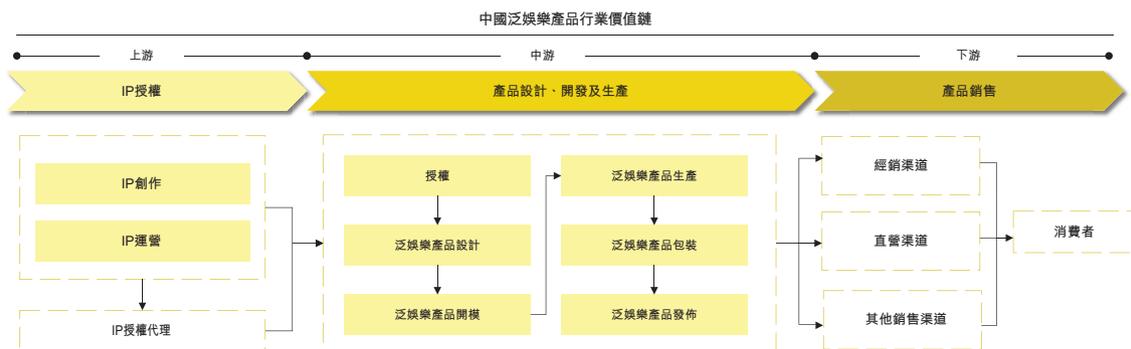
泛娛樂玩具為中國泛娛樂產品行業中最大的細分品類，2024年佔整體市場規模的58.5%。泛娛樂文具為中國泛娛樂產品行業中增長最快的細分品類，2019年至2024年的市場規模按複合年增長率23.6%增長，並預計2024年至2029年複合年增長率為26.3%。

按商品交易總額計，中國泛娛樂產品行業市場規模，2019年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、灼識諮詢報告

中國泛娛樂產品行業的價值鏈涵蓋IP授權、產品設計、開發、生產及銷售，闡述如下：



資料來源：灼識諮詢報告

中國泛娛樂產品行業的市場參與者根據其自有IP或他人按獨家或非獨家條款授權的IP設計、開發、生產及銷售泛娛樂產品。本集團持有奧特曼IP的非獨家授權，是中國泛娛樂產品行業奧特曼IP被授權方之一。奧特曼IP雲集眾多奧特英雄角色，並以電視劇及電影形式授權予本集團。我們可在所獲IP授權範圍內使用奧特曼電視劇和電影中的奧特英雄角色，進行產品設計、開發、生產和銷售。

行業概覽

中國泛娛樂玩具行業概覽

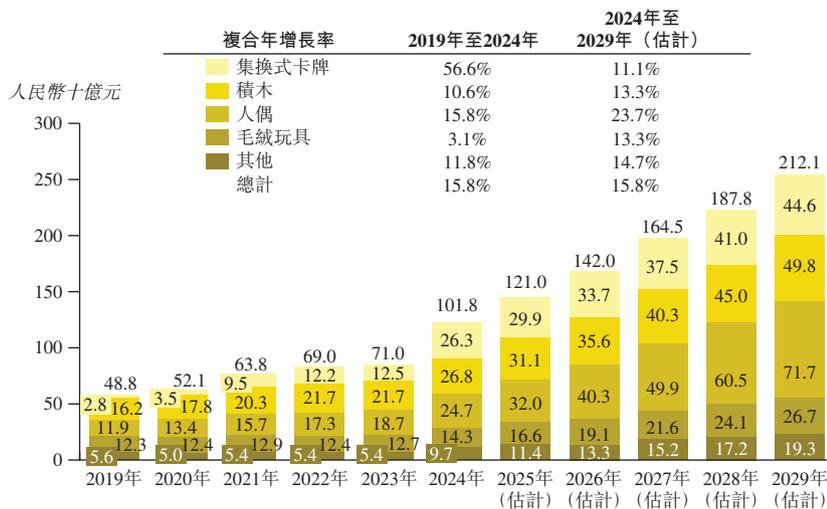
中國泛娛樂玩具行業

泛娛樂玩具主要包括集換式卡牌、積木、人偶、毛絨玩具及其他玩具。一方面，泛娛樂玩具受益於優質IP內容，可吸引IP受眾並與其建立聯繫。另一方面，玩具的娛樂性和互動性則有助於鞏固和擴大IP受眾群體。

近年來，在消費者對廣受歡迎的IP玩具產品的強勁需求所推動下，中國泛娛樂玩具行業增長迅猛。按商品交易總額計，中國泛娛樂玩具行業的市場規模按15.8%的複合年增長率由2019年的人民幣488億元增長至2024年的人民幣1,018億元。IP內容及泛娛樂玩具品類的多元化，預期將為泛娛樂玩具行業創造新的增長引擎。按商品交易總額計，中國泛娛樂玩具行業的市場規模預計將於2029年達到人民幣2,121億元，2024年至2029年的複合年增長率為15.8%。於2024年，泛娛樂玩具佔中國泛娛樂產品行業整體市場規模的58.5%，預計該比重至2029年將進一步提高至63.2%。

集換式卡牌及人偶是中國泛娛樂玩具行業兩個重要的細分品類。集換式卡牌為中國泛娛樂玩具行業增長最快的行業，2019年至2024年市場規模按複合年增長率56.6%增長。於2024年，集換式卡牌佔中國泛娛樂玩具行業整體市場規模的25.8%。中國泛娛樂玩具行業人偶細分品類的市場規模亦迅速增長，2019年至2024年的複合年增長率為15.8%。

按商品交易總額計，中國按產品類型劃分的泛娛樂玩具市場規模，2019年至2029年（估計）



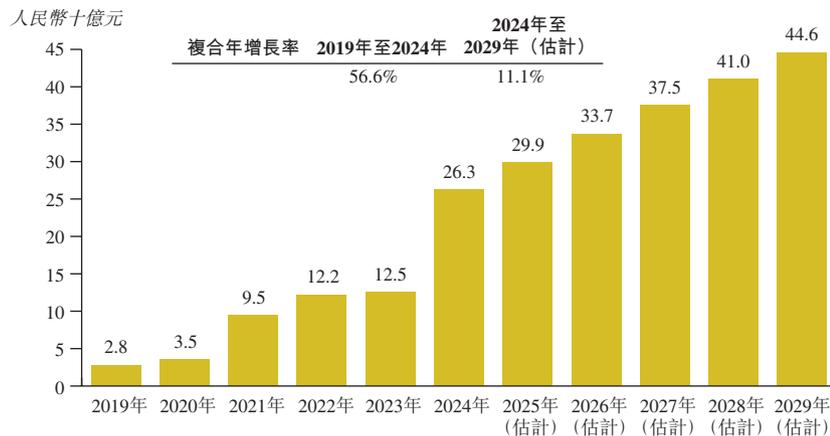
資料來源：中國玩協桌遊和卡牌專業委員會、灼識諮詢報告

行業概覽

中國集換式卡牌行業

集換式卡牌為行業術語，指具有特定主題的實體卡，可供消費者收藏、交換或暢玩。按商品交易總額計，中國集換式卡牌行業的市場規模由2019年的人民幣28億元大幅增加至2024年的人民幣263億元，複合年增長率為56.6%，預計2029年將達到人民幣446億元，2024年至2029年複合年增長率為11.1%。集換式卡牌行業於2023年因COVID-19疫情而受到暫時影響。

按商品交易總額計，中國集換式卡牌行業市場規模，2019年至2029年（估計）



資料來源：灼識諮詢報告

美國、中國和日本是全球主要的集換式卡牌市場。於2024年，按商品交易總額計，美國、中國和日本的集換式卡牌行業市場規模分別為人民幣219億元、人民幣263億元和人民幣147億元。尤其是，日本被譽為動漫和遊戲產業的發源地之一，擁有豐富的可供集換式卡牌開發的IP內容資源。日本和美國等發達國家的集換式卡牌行業已有多年發展史，與此等國家的消費者相比，中國集換式卡牌方面的人均支出明顯較低，顯示行業具有巨大增長潛力。具體而言，於2024年，日本在集換式卡牌方面的人均支出為人民幣119.3元，而美國的人均支出則為人民幣64.0元，分別為中國消費者在集換式卡牌方面支出金額人民幣18.7元的約六倍和三倍。於2024年，按商品交易總額計，東南亞的集換式卡牌行業市場規模達到人民幣28億元，預計未來五年將快速增長。

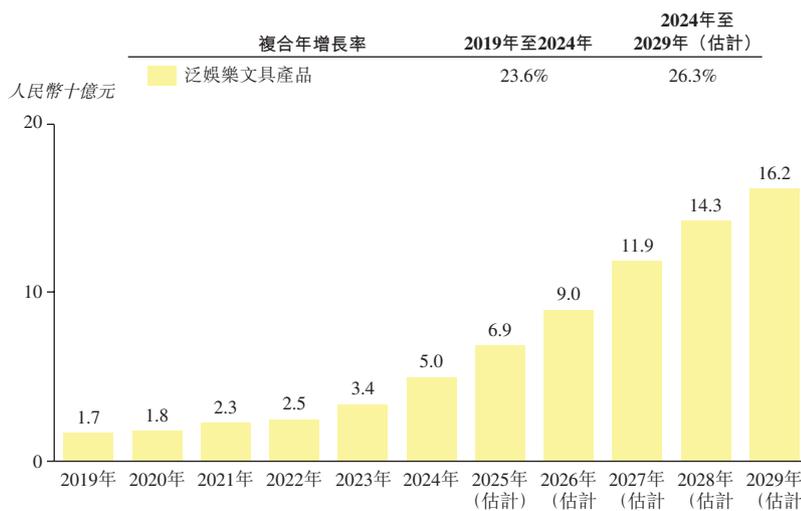
行業概覽

中國泛娛樂文具行業概覽

泛娛樂文具通常包括基於IP內容開發的筆、本冊和其他文具。中國的泛娛樂文具行業處於早期發展階段。按商品交易總額計，中國泛娛樂文具行業的市場規模按複合年增長率23.6%由2019年的人民幣17億元增長至2024年的人民幣50億元，預計2029年將達到人民幣162億元，2024年至2029年的複合年增長率為26.3%。

中國的泛娛樂文具行業依託於中國整體成熟的文具行業的堅實基礎。中國文具行業有龐大且穩定增長的市場。按商品交易總額計，中國文具行業市場規模由2019年的人民幣1,361億元增加至2024年的人民幣1,399億元，複合年增長率為0.5%，並預計2029年將達到人民幣1,681億元，2024年至2029年的複合年增長率為3.8%。儘管存在數字化趨勢，文具仍是消費者在眾多應用場景方面的優先選擇，如辦公用途、家庭作業及繪畫。尤其是，泛娛樂文具兼具功能性及創意性，因消費者對IP主題文具需求持續增長、IP不斷增加及愈加多元化以及IP主題產品在各文具類別中的滲透率不斷提高，往往具有巨大的增長潛力。於2024年，泛娛樂文具佔中國文具行業整個市場規模的3.6%，而估計到2029年此佔比將進一步增加至9.6%。

按商品交易總額計，中國泛娛樂文具行業市場規模，2019年至2029年（估計）



資料來源：中華人民共和國教育部、灼識諮詢報告

行業概覽

泛娛樂產品行業的驅動因素及趨勢

不斷增長且愈加多元化的消費者群體。泛娛樂產品的消費者群體預計將逐漸擴大，為更多市場機會奠定堅實基礎。消費者越來越崇尚積極健康的娛樂選擇，支持集換式卡牌等泛娛樂產品，這些產品能夠增強消費者在娛樂、認知發展及社交互動方面的體驗，有助於培養審美意識及傳達積極價值觀。融入文化價值及其他有趣元素等的新型IP主題的泛娛樂產品越來越受歡迎，消費者群體規模不斷增長且愈加多元化。

消費需求持續增加且愈加多元化。中國人均收入由2019年的人民幣30,733元增加至2024年的人民幣41,314元。在可支配收入不斷增加的帶動下，越來越多消費者願意且有能力的投資於其業餘愛好。順應這一趨勢，由於消費者對受歡迎IP的興趣不斷增長和加深，他們在消費過程中對情感滿足的追求不斷加強，其對泛娛樂產品的需求也日趨增加且愈加多元化。與此同時，若干泛娛樂產品如玩具，能夠提供沉浸式樂趣體驗並滿足社交互動需求。泛娛樂玩具鼓勵消費者討論、交流並暢玩其收藏品，通過共同的興趣培養歸屬感，創造強烈的社交聯繫。該等豐富的社交互動反過來可刺激泛娛樂玩具的購買。另一方面，文具等泛娛樂產品結合功能性和創意，通過跨類別產品展示增加與其他泛娛樂產品的協同效應，進一步刺激消費者需求。中國泛娛樂產品的人均消費額由2019年的人民幣65.2元增加至2024年的人民幣123.5元，並預計於2029年達到人民幣239.8元。

IP持有者對泛娛樂產品的關注增加。泛娛樂產品不僅提供多樣化的消費者體驗，亦在相關IP內容傳播中發揮著至關重要的作用，幫助IP持有者建立其IP生態系統、延長IP生命週期並增強IP價值。因此，IP持有者積極探索泛娛樂產品開發和生產的商機。中國涉及授權業務的IP數量由2019年的2,000個增加至2023年的2,400個，複合年增長率為4.7%。

生產能力提升。領先的泛娛樂產品公司不斷優化生產流程，引入先進的生產工藝並加強質量控制。因此，高質量的泛娛樂產品能以更低的成本更加高效地生產，從而提高消費者滿意度並刺激消費。與此同時，領先公司不斷努力開發產品，產品品類多樣化，亦能提升消費者對泛娛樂產品的興趣。

行業概覽

海外業務擴充。海外市場擁有對泛娛樂產品感興趣的廣泛消費者群體，為中國的泛娛樂產品公司提供重要商機。例如，按商品交易總額計，東南亞的集換式卡牌行業市場規模於2024年達到人民幣28億元，預計未來五年將快速增長。這些公司可以通過擴大在海外市場的佈局來提升品牌知名度和全球影響力。

原材料

集換式卡牌的主要原材料為銅版紙及印刷油墨。該等原材料的價格於2019年至2024年保持相對穩定。下圖分別載列2019年至2024年中國銅版紙及印刷油墨的平均價格：



資料來源：中國造紙協會、灼識諮詢報告

中國泛娛樂產品行業的競爭格局

中國有兩千多家從事泛娛樂產品行業的企業，行業集中度較低。除本集團外，泛娛樂產品行業的主要市場參與者包括華特迪士尼公司、樂高集團、泡泡瑪特國際集團有限公司及萬代南夢宮控股公司等企業。於2024年，按商品交易總額計，中國泛娛樂產品行業前五大企業佔總市場份額的30.5%。部分國際知名品牌在行業內佔有較大的市場份額，國內領先的泛娛樂產品企業的市場份額近年則快速增長。於2024年，按商品交易總額計，我們在中國泛娛樂產品行業中排名第一，市場份額為13.3%。本集團及競爭對手的商品交易總額乃根據產品銷量乘以消費者的最終售價計算。本集團的商品交易總額等於我們來自經銷渠道的收入除以經銷渠道合作夥伴的售價佔消費者最終售價的百分比，加上我們來自直營渠道的收入。

行業概覽

2024年按商品交易總額計，中國泛娛樂產品前五大公司

排名	公司	2024年商品交易總額 (人民幣十億元)	2024年市場份額
1	本集團	23.1	13.3%
2	公司A	12.0	6.9%
3	公司B	8.7	5.0%
4	公司C	5.0	2.9%
5	公司D	4.3	2.5%

附註：

公司A：一家成立於1932年的私營公司，總部位於丹麥比隆，主要提供泛娛樂玩具。

公司B：一家成立於2010年的中國公司，總部位於北京，在香港聯交所上市，主要提供泛娛樂玩具。

公司C：於1923年成立的美國跨國大眾媒體及娛樂集團，總部位於加州伯班克，於紐約證券交易所上市，業務包括泛娛樂產品、媒體網絡、公園及度假村等。

公司D：一家成立於2014年的中國公司，總部位於上海，在香港聯交所上市，主要提供泛娛樂玩具。

資料來源：灼識諮詢報告

於2024年，泛娛樂玩具行業的市場參與者超過五百多名，除本集團外，主要市場參與者包括華特迪士尼公司、樂高集團、泡泡瑪特國際集團有限公司及萬代南夢宮控股公司等企業。於2024年，按商品交易總額計，中國泛娛樂玩具行業前五大公司佔總市場份額的48.5%。受惠於我們卓越的產品設計和開發能力以及穩健的生產能力，我們已確立穩固的行業地位及強大的品牌知名度。於2024年，按商品交易總額計，我們在中國泛娛樂玩具行業中排名第一，市場份額為21.5%。

2024年按商品交易總額計，中國泛娛樂玩具前五大公司

排名	公司	2024年商品交易總額 (人民幣十億元)	2024年市場份額
1	本集團	21.9	21.5%
2	公司A	12.0	11.8%
3	公司B	8.7	8.5%
4	公司D	4.3	4.2%
5	公司C	2.5	2.5%

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

中國集換式卡牌行業高度集中，市場參與者少於一百名。除本集團外，集換式卡牌行業的主要市場參與者包括寶可夢公司、傑森動漫、廣州華立科技股份有限公司及科樂美集團公司等企業。於2024年，按商品交易總額計，中國集換式卡牌行業中前五大公司佔總市場份額的82.4%。於2024年，按商品交易總額計，我們在中國集換式卡牌行業中位居第一位，市場份額為71.1%。

2024年按商品交易總額計，中國集換式卡牌前五大公司

排名	公司	2024年商品交易總額 (人民幣十億元)	2024年市場份額
1	本集團	18.7	71.1%
2	公司E	1.2	4.7%
3	公司F	1.0	3.8%
4	公司G	0.4	1.5%
5	公司H	0.4	1.3%

附註：

公司E：一家成立於2019年的中國公司，總部位於廣州，主要在中國從事提供集換式卡牌。

公司F：一家成立於1998年的日本公司，總部位於東京，從事開發和製作基於IP的視頻遊戲、集換式卡牌、動畫和電影。

公司G：一家成立於2016年的中國公司，總部位於上海，主要在中國從事提供集換式卡牌。

公司H：一家於2010年成立的中國公司，總部位於廣州，在創業板上市，提供娛樂設備及泛娛樂產品。

資料來源：灼識諮詢報告

於2024年，泛娛樂文具行業的市場參與者超過五百多名，除本集團外，主要市場參與者包括上海晨光文具股份有限公司、溫州市愛好筆業有限公司、廣東聯眾文具有限公司及得力集團有限公司等企業。中國泛娛樂文具行業處於早期發展階段，於2023年，按商品交易總額計，中國泛娛樂文具行業前五大公司佔總市場份額的51.5%。於2024年，按商品交易總額計，我們在中國泛娛樂文具行業排名第一，市場份額為24.3%。

行業概覽

2024年按商品交易總額計，中國泛娛樂文具前五大公司

排名	公司	2024年商品交易總額 (人民幣百萬元)	2024年市場份額
1	本集團	1,223	24.3%
2	公司I	700	13.9%
3	公司J	350	6.9%
4	公司K	210	4.2%
5	公司L	110	2.2%

附註：

公司I： 一家於1997年成立的中國文具公司，總部位於上海，主要提供文具。

公司J： 一家於1981年成立的中國文具公司，總部位於寧波，專門從事辦公用品及文具的製造及經銷。

公司K： 一家於1995年成立的中國文具製造商，總部位於溫州，主要提供文具。

公司L： 一家於1996年成立的中國文具公司，總部位於中山，提供文具及時尚禮品。

資料來源：灼識諮詢報告

中國泛娛樂產品行業准入門檻

強大的品牌知名度。享有較高知名度的品牌通常更能成功培養忠實的消費者群體。消費者對購買知名品牌的產品更具信心，因為這些品牌的高知名度通常建基於提供優質產品的良好往績記錄之上。與新進入者相比，泛娛樂產品行業的領先公司通常在品牌知名度方面具有競爭優勢。

創新且高效的產品設計及開發。受惠於深厚的消費者洞見、優化的產品設計及開發流程以及成熟的人才團隊，中國泛娛樂產品行業的領先公司一般擁有強大的產品設計及開發能力。強大的產品設計及開發能力為持續的新產品推出奠定穩健基礎，迎合不斷改變的消費者喜好及市場趨勢。

高產品質量及規模經濟。中國泛娛樂產品行業的領先公司通常設有健全的質量控制措施來確保產品質量，而行業新進入者由於缺乏經驗或資源，在達到既定的行業產品品質標準方面面臨挑戰。此外，領先的公司一般受益於規模經濟，這使其能夠以高性價比採購優質材料及引進先進生產設備。領先的公司還擁有豐富資源改進技術及優化生產工藝。新進入者未必具備與現有市場參與者競爭的供應資源或業務規模。

行業概覽

豐富的IP內容資源。積累豐富的IP內容資源使泛娛樂產品企業在行業中更具創造力、適應性和競爭力，可支持企業開發滿足不同消費者偏好的各種產品。行業新進入者在快速積累該等資源方面或會遇到挑戰，可能需要時間與IP創建者或持有方合作。就此而言，領先的公司一般具備易於擁有或取得廣泛的IP矩陣的優勢。

穩健的IP運營能力。為使知名IP內容的價值最大化，泛娛樂產品公司需要擁有穩健的IP運營能力，尤其是在趣味互動運營方面。他們需要具備設計、製作及銷售各種產品的能力，並通過遊戲活動等各種互動活動推廣產品。要成功進入該行業，新進入者必須做好充分準備，具備創新的IP運營和產品開發及趣味互動運營方面的能力。

完善的銷售網絡。泛娛樂產品公司需要建立廣泛的銷售網絡，確保有效地推廣、經銷和銷售產品。新進入者通常需要投入大量時間及資源建立廣泛的銷售網絡。擁有完善且覆蓋全國的銷售網絡的領先企業往往具有強大競爭優勢。

資本投入。泛娛樂產品的設計、開發、生產、銷售及營銷通常需要持續的資本投入。尤其是，生產優質的泛娛樂產品需要生產基地及先進生產設備的資本投入。因此，資本投入已成為中國泛娛樂產品行業新進入者的關鍵門檻。

行業資料來源

我們已委聘灼識諮詢對中國泛娛樂產品行業進行研究、分析並撰寫灼識諮詢報告。灼識諮詢為一家獨立市場研究及諮詢公司，為機構投資者和企業提供行業諮詢服務、商業盡職調查和戰略諮詢服務。我們同意向灼識諮詢支付人民幣600,000元，以編製灼識諮詢報告。

灼識諮詢進行一手及二手研究。一手研究涉及訪問主要行業專家及領先行業參與者。二手研究涉及分析公開數據來源的數據，如國家統計局、日本動畫協會、日本玩具協會及美國玩具協會。

行業概覽

灼識諮詢對中國各泛娛樂產品行業及相關行業市場規模的預測乃基於以下假設作出：(i)預計未來十年全球社會、經濟及政治環境將維持穩定趨勢；(ii)於預測期內，相關主要行業驅動因素可能會繼續推動中國泛娛樂產品行業及相關行業的增長；及(iii)概無極端不可抗力事件或行業法規變動而可能對市場狀況造成重大或根本性影響。除另有指明外，本節所載所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。董事經作出合理查詢後確認，自灼識諮詢報告日期起，市場資料並無出現任何可能對本節所載資料有所保留、抵觸或造成重大影響的不利變動。