

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及弗若斯特沙利文編製有關[編纂]的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們相信，上述資料來源為有關資料的合適來源，且已合理審慎地摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料存在虛假或誤導成分，或因遺漏任何事實而使有關資料存在虛假或誤導成分。來自官方政府來源的資料並無經我們、聯席保薦人、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何聯屬人士及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

IP玩具行業

玩具系指專門為實現娛樂、玩耍或教育目的而設計的產品，旨在傳遞樂趣、激發想象力、通過玩耍或互動培養技能，抑或提供收藏價值。玩具可分為：(i) IP玩具，即基於動漫、電影、電視劇、遊戲、藝術設計及文學作品衍生的角色、場景及故事情節以及其他經授權的知識產權內容所設計與開發的玩具產品；及(ii) 非IP玩具，即不依托任何IP，而是基於通用概念或元素設計的玩具產品。

全球IP玩具行業

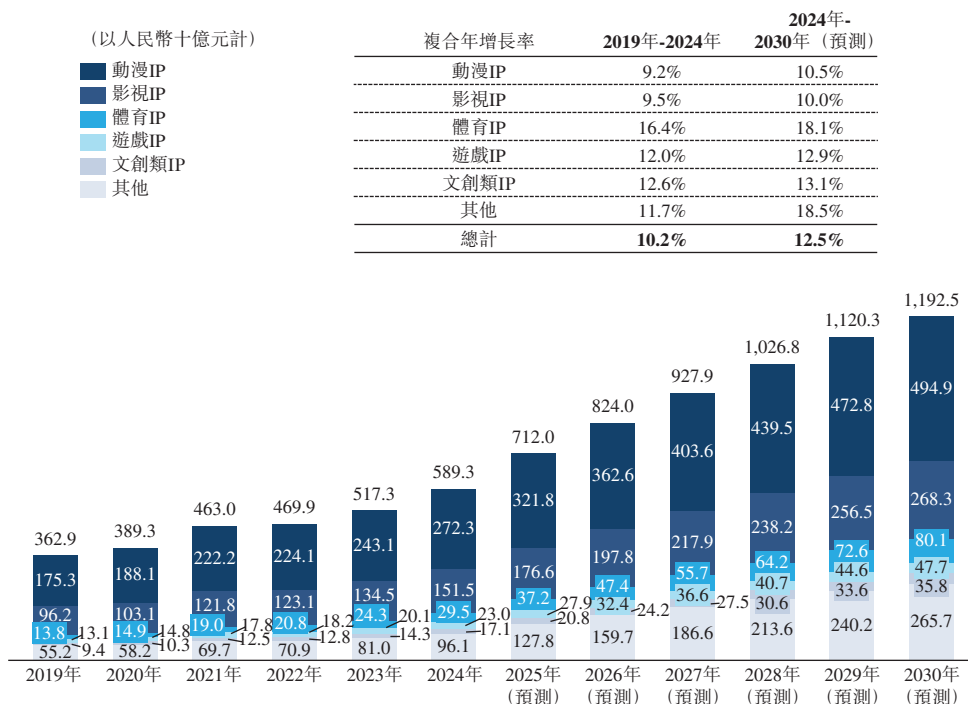
近年來，在生產技術持續迭代、越來越多優質IP湧現、消費者意願提升及消費群體日益擴大等多重因素驅動下，全球IP玩具行業持續穩步擴張。

市場規模

IP可分為動漫IP、影視IP、體育IP、遊戲IP、文創類IP以及其他類型IP（包括設計師IP、自研IP、時尚IP及名人IP）。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，全球IP玩具行業市場規模已由2019年的人民幣3,629億元增長至人民幣5,893億元，並預計在2024年至2030年間以12.5%的複合年增長率增長。

行業概覽

2019年至2030年（預測）按IP類別劃分的全球IP玩具行業市場規模 （以零售額計）



資料來源：國際授權業協會、弗若斯特沙利文

在IP玩具行業中，擁有豐富IP組合的企業能夠實現更多元化的創意設計，並滿足不同偏好消費者群體的多樣化需求。憑藉強大的IP運營能力及多年深耕積澱的豐富經驗，我們持續拓展所覆蓋的IP類別。根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，我們運營的IP類別包括國潮文創、體育賽事、動漫、電子遊戲IP。根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，我們是中國IP類別覆蓋最廣的IP玩具企業。

驅動因素及未來趨勢

全球IP玩具產業的主要驅動因素與未來趨勢包括：

- 國漫IP持續發展。**在多項利好政策相繼實施及中國動漫產業持續繁榮的影響下，國漫IP玩具產品愈發受到歡迎。例如，中國現象級動畫電影IP《哪吒之魔童鬧海》帶動了相關IP玩具產品需求快速提升。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，全球國漫IP玩具行業的市場規模預計於2024年至2030年間將按48.5%的複合年增長率增長，成為全球IP玩具行業中增長最快的細分領域之一。

行業概覽

- **體育IP玩具需求增長。**近年來，隨着體育賽事及運動員的商業價值以及公眾影響力日益提升，消費者購買體育IP玩具產品的意願不斷增強，帶動市場規模持續增長。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，全球體育IP玩具行業的市場規模於2024年達人民幣295億元。預計未來隨着2026年FIFA世界盃及2028年洛杉磯奧運會等多項重大體育賽事相繼舉辦，體育IP玩具產品的消費需求將持續增長，推動全球體育IP玩具行業市場規模的擴張，到2030年達到人民幣801億元，2024年至2030年的複合年增長率為18.1%。
- **文創類IP認知度與普及度提升。**隨着行業的持續發展，更多文創類IP已開始與玩具結合，包括各國的文化象徵，比如中國的故宮博物院及英國的大英博物館，以及在中國悠久的歷史中積累的眾多經典文學作品，比如《三國演義》及《山海經》。尤其是，為滿足消費者對該等IP日益增長的興趣，近年推出文創類IP產品的IP玩具企業日益增多，推動全球文創類IP玩具行業的市場規模快速擴張。

中國IP玩具行業

中國是過去幾年間驅動全球IP玩具行業增長的重要地區。隨着多元化IP在IP玩具產品設計與開發領域的應用日益增加，中國IP玩具行業迅速擴張。根據弗若斯特沙利文的資料，中國IP玩具行業的市場規模預計於2024年至2030年按22.1%的複合年增長率增長，到2030年將佔據全球IP玩具行業的約四分之一。

平價IP玩具行業

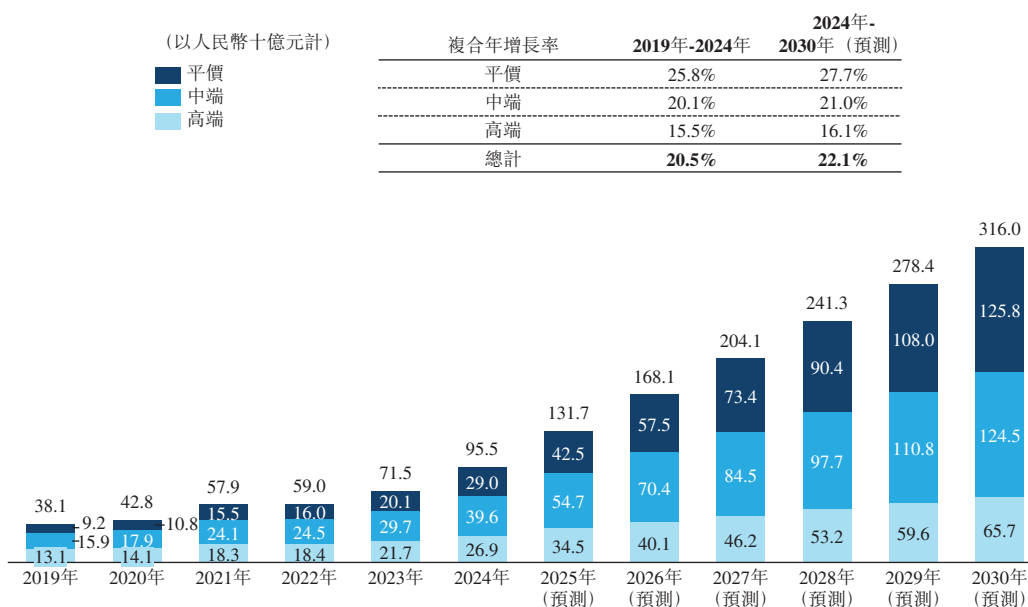
按產品定價劃分，IP玩具可分為：(i)平價IP玩具，即單位零售價在人民幣50.0元及以下的IP玩具；(ii)中端IP玩具，即單位零售價介於人民幣50.0元至人民幣100.0元的IP玩具；及(iii)高端IP玩具，即單位零售價在人民幣100.0元及以上的IP玩具。

具體而言，中國平價IP玩具的市場需求近年來呈現快速增長態勢，主要驅動因素包括：(i)隨着消費意識的成熟，消費者在做出購買決策時日趨理性，在關注優惠價格的同時也注重產品質量；(ii)供應鏈日趨完善，頭部企業持續加強生產成本控制能力，使其產品價格維持在契合更廣泛消費群體購買力的區間，從而有效激發消費者的購買意願；及(iii)平價IP玩具產品加快IP玩具產品在下沉市場的滲透，並釋放市場潛力，以滿足該等市場中尚未被滿足的IP玩具產品需求，推動整體行業增長。

行業概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，中國平價IP玩具行業的市場規模已由2019年的人民幣92億元增長至2024年的人民幣290億元，複合年增長率約為25.8%，並預計於2024年至2030年間按27.7%的複合年增長率增長，成為中國帶動IP玩具行業擴張的一個重要細分賽道。

2019年至2030年（預測）按產品定價劃分的中國IP玩具行業市場規模（以零售額計）



資料來源：國際授權業協會、國家統計局、弗若斯特沙利文

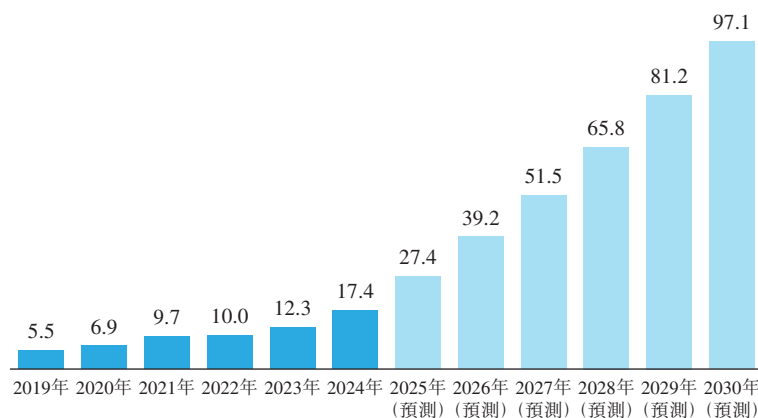
平價立體IP玩具行業

根據弗若斯特沙利文的資料，基於產品的立體度，IP玩具可分為立體IP玩具及平面IP玩具。按零售額計，2024年中國立體IP玩具行業的市場規模達到人民幣706億元，佔中國IP玩具行業的80.8%。在立體IP玩具行業中，得益於供給側的不斷改善與消費者需求的持續增長，平價產品亦成為快速增長的領域。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，中國平價立體IP玩具行業的市場規模於2024年達人民幣174億元，並預計2024年至2030年間按33.2%的複合年增長率增長，於2030年達到人民幣971億元。

行業概覽

2019年至2030年（預測）中國平價立體IP玩具行業的市場規模（以零售額計）

（人民幣十億元）	複合年增長率	2019年	2024年至
		至2024年	2030年（預測）
	中國平價 立體IP玩具行業的市場規模	26.0%	33.2%



此外，按零售額計，自2024年至2030年，定價為人民幣20.0元及以下的平價立體IP玩具細分領域的規模預計將以55.2%的複合年增長率增長，到2030年將佔中國平價立體IP玩具行業近40%的份額。

驅動因素及發展趨勢

中國IP玩具產業的主要驅動因素與未來趨勢包括：

- 提供物有所值的產品，是滿足市場需求並推動行業可持續發展的關鍵。如今在中國，消費者在作出購買決定時趨於更加審慎及理性。對於IP玩具產品而言，消費者不僅追求潮流IP相關的正版優質產品，更追求實惠的價格。因此，具備高質價比的IP玩具產品能夠滿足消費者對情感滿足和審慎消費的需求。為響應這一趨勢，IP玩具企業在平價價格區間內提升品質及創新，使該等產品更具吸引力和收藏價值。這一演變推動了消費需求的增長和消費群體的擴大，進一步帶動了行業的發展。

行業概覽

- **國潮文創及國產動漫熱度攀升。**近年來，電影、動畫、遊戲等行業湧現出大量融合中國傳統文化元素的優質作品，獲得了廣泛的市場關注與消費者認可。此外，多項利好政策的實施亦為行業創新及發展提供了堅實的基礎。例如，《提振消費專項行動方案》明確指出，需倡導將中國傳統文化融入產品設計，促進動漫、遊戲及其周邊衍生品消費，以及《知識產權促進民營經濟發展實施辦法》使企業能對IP開展高效運用。
- **情感驅動型消費轉變推動行業增長。**近年來，在日益上升的可支配收入的推動下，中國消費者日益追求精緻的生活方式，表明偏好明顯從必需品導向轉向情感驅動型消費。購買及收藏IP玩具產品已成為消費者表達個人身份及連結特定故事或理念的重要方法。因此，該消費偏好的轉變正推動中國IP玩具市場快速增長。
- **消費者意識的逐步提升帶動了原材料的創新與升級。**例如，隨着消費者對產品安全的意識及關注度提升，部分領先的IP玩具企業開始推廣食品接觸級塑料等優質原料的應用，為消費者提供更好的消費體驗，從而增強消費者對其產品的信任及忠誠度。因此，此類材料的應用日益普及，已成為行業發展趨勢並推動市場發展。
- **中國IP玩具企業加速推進全球化戰略與海外擴張。**如今，中國IP玩具企業正在憑藉他們強大的競爭優勢，積極推進全球化戰略的實施，並成功在海外市場培育了一批消費者群體。預計在未來，隨着IP玩具在全球的持續普及，將有越來越多的中國公司將加速其海外市場擴張，提供多元化的IP玩具產品以滿足全球消費者的各種消費需求。

行業概覽

競爭格局

近年來，中國平價IP玩具產業的快速擴張促使眾多IP玩具企業加快推出平價IP玩具產品，以把握日益增長的消費需求。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年的銷量及零售額計，我們在中國平價IP玩具產業中分別位列第三及第五。根據同一資料來源，按2023年至2024年零售額增長計，我們亦為中國平價IP玩具行業前五大企業中增長速度最快的一家。按2024年的銷量計，中國平價立體IP玩具行業前五大公司的市場份額合共佔24.1%，其中我們位居第二。此外，以2024年的零售額計，我們在中國平價立體IP玩具行業中排名第四，市場份額為1.5%。

在中國平價立體IP玩具企業前五強中，我們是唯一一家專注於提供定價為人民幣20.0元及以下IP玩具產品的企業。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年定價為人民幣20.0元及以下IP玩具的銷量計，我們在中國平價立體IP玩具產業中排名第一。

下表載列2024年中國平價立體IP玩具行業前五大公司按銷量計的詳情。

2024年中國平價立體IP玩具行業前五大公司(以銷量計)

排名	市場參與者 ⁽¹⁾	市場份額 ⁽²⁾	IP玩具主要單位 零售價區間
1	公司A	13.0%	人民幣39.0元至人民幣49.0元
2	本集團	4.5%	人民幣9.9元至人民幣19.9元
3	公司B	2.7%	人民幣10.9元至人民幣59.0元
4	公司C	2.3%	人民幣19.0元至人民幣69.0元
5	公司D	1.6%	人民幣39.0元至人民幣89.0元

資料來源：各公司公開資料及文件、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司A為一家於2014年成立的上市公司，總部位於上海，主要專注於拼搭玩具設計、開發及銷售。
- 公司B為一家於2009年成立的非上市公司，總部位於廣州，主要從事IP玩具研發、製造及銷售業務。
- 公司C為一家於1997年成立的上市公司，總部位於廣州，業務包括IP玩具開發與銷售以及動畫製作。
- 公司D為一家於2020年成立的上市公司附屬公司，總部位於廣州，業務包括IP玩具開發與銷售以及玩具集合店運營。
- (2) 按各公司平價立體IP玩具銷量除以中國平價立體IP玩具行業的整體市場規模計算得出。

行業概覽

准入壁壘

中國IP玩具產業的准入壁壘包括：

- **製造技術壁壘。**作為產業鏈的重要環節，製造所採用的工藝與技術將直接影響IP玩具產品的質量與設計。成熟的行業參與者通常擁有長期的行業知識與經驗積累，因此能夠維持健康的利潤率，並實現更好的質量控制。此外，部分頭部企業持續精進其製造技術，進一步推動其生產工藝的完善與生產效率的提升。相比之下，新進入者可能缺乏先進的生產工藝與技術，從而無法在生產效率與成本控制方面進行有效競爭。
- **IP資源壁壘。**在IP玩具行業中，最知名的IP主要由少數領先的IP授權方持有，該等授權方一般更傾向於選擇具備豐富行業知識、綜合能力及豐富的IP玩具產品開發經驗的現有企業。相比之下，新進入者需投入更多時間與資源以孵化或獲取具有競爭力的IP授權。
- **產品開發能力壁壘。**在產品開發階段，IP玩具企業一般需要投入大量資金，在確保精準呈現IP的同時，進行獨特及有創意的設計。因此，若不具備系統化的產品開發流程及充足的人力資源，新進入者將難以在短期內開發出受歡迎的產品並持續推出新品以吸引更多消費者購買。

IP玩具解決方案行業

IP玩具解決方案指涉及基於客戶的特定需求的IP玩具創意開發、產品設計及製造並向該等客戶交付IP玩具的綜合解決方案。企業客戶通常將IP玩具應用於商務禮品、員工福利或促銷贈品等自用的非轉售場景。其中，具備製造能力與經驗的部分企業會獨立完成相關產品的製造，而絕大多數擁有IP玩具定制化消費者需求的企業，出於尋求獨特創意設計方案或可靠產品質量等考量，往往選擇將IP玩具產品的製造委託予具備相關資源與能力的製造商。

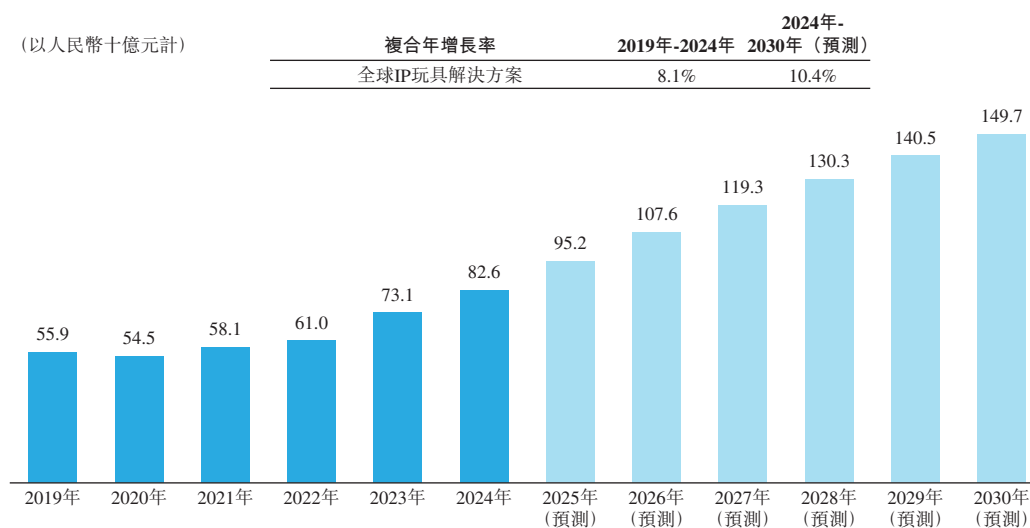
根據弗若斯特沙利文的資料，IP玩具解決方案現已廣泛應用於各行業（如消費品公司、餐飲公司、零售公司、汽車製造商及金融機構），滿足不同類型企業的IP玩具需求。

行業概覽

市場規模

根據弗若斯特沙利文的資料，按收入計，全球IP玩具解決方案行業的市場規模已由2019年的人民幣559億元增長至2024年的人民幣826億元，並預計於2024年至2030年間按10.4%的複合年增長率持續增長。2024年，全球IP玩具解決方案行業的銷售量達到403億件。具體而言，中國憑藉其發達的製造業與完備的產業鏈，為大規模產品供應提供了堅實基礎，從而在全球市場中佔據主要份額。同時，中國企業普遍具備較強的產品開發能力以及產能與運營規模方面的優勢，因而能提供價格具競爭力及品質有保證的IP玩具，滿足全球不同企業客戶的多元化需求。

2019年至2030年（預測）全球IP玩具解決方案行業市場規模（以收入計）



資料來源：弗若斯特沙利文

驅動因素與未來趨勢

全球IP玩具解決方案行業的驅動因素與未來趨勢包括：

- 跨界營銷與差異化競爭需求。**隨著市場趨於飽和、產品同質化加劇，企業正著力構建差異化競爭優勢。同時，作為強大的差異化營銷工具，IP玩具不僅能憑藉IP的現有客戶群快速吸引消費者的注意力，更能提升產品價值。這有效刺激終端消費者的購買意願並加強其忠誠度。因此，企業客戶日益尋求定制化IP玩具來開展營銷活動，推動全球IP玩具解決方案行業的市場擴張。

行業概覽

- **持續深化的產業鏈專業化。** IP玩具解決方案產業鏈涵蓋IP篩選及評估、產品設計及開發及製造等多個專業環節。隨着IP玩具對產品質量及創意設計的需求持續上升，公司建立涵蓋全鏈條的內部團隊所需的成本及人力資源顯著增加。因此，公司正日益傾向於將IP玩具的開發及生產外包予專業IP玩具解決方案提供商，從而降低投資及營運風險。
- **技術革新與供應鏈效率提升。** 先進製造技術的採用及擴展（包括智慧製造及自動化的黑燈工廠）已顯著精簡生產流程並提升市場反應能力。此外，受益於規模經濟效益、持續技術創新及不斷優化的供應鏈，IP玩具解決方案提供商正穩步提升其成本控制能力。這使彼等能夠在以可持續的方式降低IP玩具售價的同時維持產品質量，從而刺激優先考慮物有所值的注重成本的企業客戶的需求。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，截至2024年12月31日，全球IP玩具解決方案行業高度分散，市場參與者約40,000家。其中絕大多數的市場參與者為僅能服務本地客戶的小型企業。能夠實現規模化運營並能服務多行業客戶的企業很少。按收入計，2024年全球前五大IP玩具解決方案公司市場份額合計約為1.4%。其中，本公司按2024年收入計在全球IP玩具解決方案行業中排名第五，且2024年同比增長率達63.7%，在全球前五大IP玩具解決方案公司中增長最快。

同時，唯有具備設計、開發及製造綜合能力的企業，方能在保障質量的同時實現大規模生產並有效控制單位成本，從而形成價格競爭力並獲得大批訂單量。憑藉上述綜合能力，本公司得以保持具有競爭力的價格。按2024年銷售量計，本公司位列全球IP玩具解決方案行業第一。下表載列2024年按銷售量計的全球前五大IP玩具解決方案公司的詳情。

2024年全球前五大IP玩具解決方案公司（以銷售量計）

排名	市場參與者 ⁽¹⁾	市場份額 ⁽²⁾
1	本公司	0.7%
2	公司E	0.5%
3	公司F	0.2%
4	公司G	0.2%
5	公司H	0.2%

資料來源：各公司公開資料及文件、弗若斯特沙利文

行業概覽

附註：

- (1) 公司E為一家於1998年成立的上市公司，總部位於北京、主要從事IP玩具解決方案產品策劃、設計、製造與銷售業務及提供新媒體營銷服務。

公司F為一家於1993年成立的非上市公司，總部位於東莞，主要從事IP玩具解決方案產品製造與銷售業務。

公司G為一家於2003年成立的非上市公司，總部位於深圳，主要從事IP玩具解決方案產品策劃、開發與製造業務。

公司H為一家於2009年成立的非上市公司，總部位於上海，主要從事餐飲企業IP玩具解決方案業務。

- (2) 按各公司IP玩具解決方案產品的銷量除以全球IP玩具解決方案行業的整體市場規模計算得出。

IP玩具的主要特徵

IP玩具行業及IP玩具解決方案行業服務於不同的市場，各自針對具有獨特應用場景的客戶群體。然而，這兩個行業的參與者存在根本共性：建立在IP採購、產品開發及生產方面的綜合能力，以交付IP玩具。

許多領先企業尋求業務擴張，但僅有少數企業在IP玩具相關行業中成功發展出多重業務線。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2025年9月30日，本公司為全球唯一一家同時在IP玩具行業及IP玩具解決方案行業佔據領先地位的企業。此外，根據相同的資料來源，於截至2025年9月30日止九個月，按IP玩具及IP玩具解決方案行業的總銷量計，本公司為第二大中國公司。

IP玩具的生產流程

目前，IP玩具的生產流程主要依賴傳統製造工藝。該工藝將IP玩具拆解為多個部件，生產各部件再進行組裝及噴塗。傳統工藝相對繁複，難以有效提升自動化程度，且噴塗工藝可能對環境及消費者健康構成風險。隨着生產技術的持續迭代，更先進的生產工藝已開始商業化應用，例如多色多材質注塑成型技術，其能夠在單一成型工序中融合多色材質，實現一體成型玩具生產，減少工序並保持始終如一的高品質。根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，我們為全球唯一一家應用專利多色多材質注塑成型技術的IP玩具企業。

行業概覽

IP玩具的主要原材料

IP玩具的製造有多種類型的原材料。塑料作為具有優異的抗衝擊性及耐久性以及能製成各種造型及色彩的玩具的材料，已成為IP玩具製造中最常用的原材料之一。常見塑膠原料主要包括ABS、TPR、PVC、PA以及PP。通過不同的標準，塑料可進一步分類為食品接觸級塑料及通用級塑料。食品接觸級塑料是指原始成分在接觸食品時其分子遷移量未超過特定限值的塑料材料，此類塑料符合GB 4806.7-2023國家食品安全標準－食品接觸用塑料材料及製品。

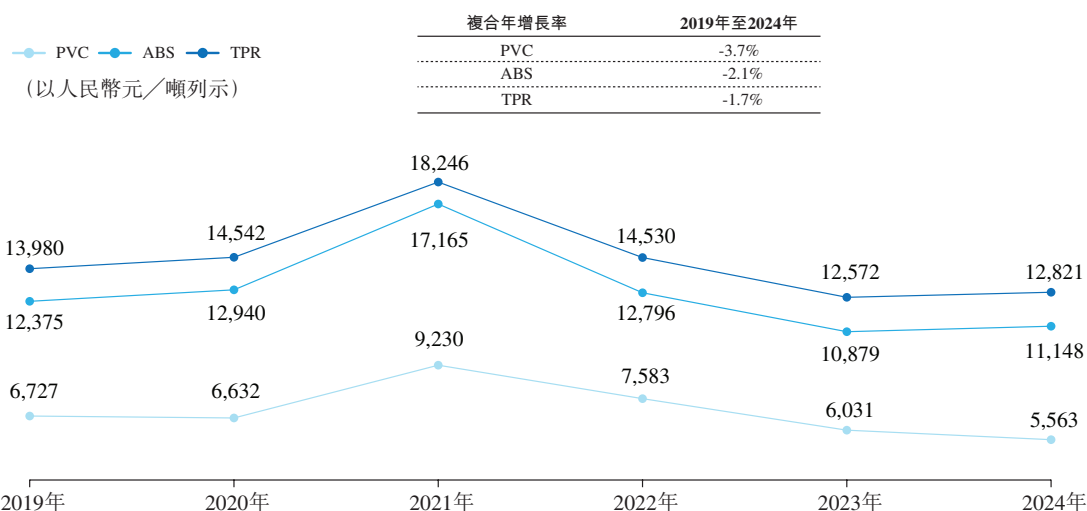
根據弗若斯特沙利文開展的消費者調研，大部分消費者在購買IP玩具產品時會優先考慮產品的安全性，對符合食品接觸級標準的產品有強烈偏好。由於嚴格的要求，食品接觸級塑料展現出卓越的穩定性、更高的安全性及環保特性。因此，在全球日益關注產品安全的推動下，此類塑料已逐步廣泛應用於IP玩具領域。過去五年及未來，中國食品接觸級IP玩具的市場保持高增長率。根據弗若斯特沙利文的資料，以零售銷售額計，中國食品接觸級IP玩具行業的市場規模預計將於2024至2030年間按53.1%的複合年增長率增長。我們採用食品接觸級塑料作為主要原材料開發IP玩具。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，以食品接觸級IP玩具產生的零售額計，我們在中國的IP玩具行業中排名第一。

主要原材料價格趨勢

根據弗若斯特沙利文的資料，TPR、ABS與PVC為廣泛用於IP玩具製造的常見原材料。近年來，受多種供需因素影響，ABS與PVC的價格呈現一定波動。由於全球供應鏈受疫情爆發影響中斷、上游原材料成本上升以及疫後塑料需求增加，PVC價格於2021年上漲。此後，PVC價格由2021年的人民幣9,230元／噸逐步下降至2024年的人民幣5,563元／噸。同樣，由於市場供需波動及物流限制TPR與ABS的價格於2021年上漲，自2022年至2024年則逐步下跌並趨於穩定。到2024年，在供應鏈正常化、原材料成本壓力緩解及產能增加的支撐下，TPR、ABS與PVC價格已逐步穩定，為IP玩具的生產與成本管理提供了更為可靠的基礎。

行業概覽

主要原材料價格趨勢



資料來源：弗若斯特沙利文

資料來源

就本次[編纂]而言，我們已委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對IP玩具行業進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一家獨立的全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。其提供行業研究及市場策略，並提供增長諮詢及企業培訓。就所提供的市場研究服務，我們已向弗若斯特沙利文支付費用人民幣800,000元，而我們認為該筆費用與市場價格一致。

在編製及擬備調研報告時，弗若斯特沙利文假設相關市場的社會、經濟及政治環境在預測期間保持穩定，以確保IP玩具市場及相關行業穩定、健康發展。此外，弗若斯特沙利文基於以下依據及假設做出預測：全球及中國經濟在未來十年內可能保持穩定增長，區域內社會、經濟及政治環境在預測期間保持穩定。此外，IP玩具市場及其他相關行業預期將在有關宏觀經濟假設的基礎上發展。

除另有註明，本節所載列的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文已依據詳盡的第一手研究(包括與若干領先的業界參與者有關IP玩具行業現況的討論)以及二手研究(包括檢閱公司報告、獨立研究報告以及基於其自身研究數據庫的資料)編製弗若斯特沙利文報告。我們的董事確認，在採納合理審慎措施後，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場信息並未發生任何可使該等信息遭受重大質疑、抵觸或影響的重大不利變化。