

需求回暖会否昙花一现

发力AI 传统玩具企业瞄准新风口

4月10日，被誉为“中国玩具风向标”的2024年深圳国际玩具展落下帷幕。中国是全球最大的玩具生产国和出口国，今年以来，随着国际玩具市场需求持续复苏，我国玩具出口也出现回暖态势。

不过，此次需求回暖会否成为昙花一现？上市公司又有何具体应对举措？

中国证券报记者实地调研走访了解到，以星辉娱乐、实丰文化、高乐股份等上市公司为代表的玩具企业持续探索和创新，加快实施产业集群数字化转型，发力人工智能（AI）等数字技术，力争站上新风口，增强竞争力。

● 本报记者 武卫红

人气明显复苏

记者在深圳国际会展中心看到，超大的展馆里到处都是参观者，一个个设计独特的展位鳞次栉比，琳琅满目的展品让人目不暇接。

广东省玩具协会会长陈黄漫介绍，经过了36年不断沉淀，深圳国际玩具展已成为全球玩具行业不容错过的行业盛会，获得海内外玩具厂商的高度认可。本届国际玩具展展位超过4900个，参展商超过1400家，较上一届增长超一成，参展商品超10万件，均创历史新高。

今年深圳国际玩具展还吸引了众多海外买家，共有来自欧美、中东及亚太地区的20多个国家和地区的经销商、百货公司、连锁超市等专业销售渠道的买家踊跃参加。此外，还有来自韩国、印度尼西亚、马来西亚、越南、缅甸等国家的买家组团参展。

陈黄漫介绍，自上一届展会以来，深圳国际玩具展人气明显复苏。本届展会受到了更多海外买家的关注，市场人气持续上涨。初步统计，本届玩具展的海外买家人数较去年增长约四成，参展总人数较去年增长约三成。

需求显现积极信号

去年，我国玩具出口额出现下滑。海关数据显示，2023年我国玩具出口额为405.70亿美元，同比下降12.2%。

记者现场调研走访了解到，在经历了调整之后，今年以来，全球玩具行业开始企稳回升，积极信号不断显现，市场需求开始持续复苏。日前，海关总署发布的数据也显示，2024年1-2月，我国玩具产品出口额同比增长15.9%。

陈黄漫表示，虽然去年我国玩具出口同比下滑，但我国玩具产业发展韧性很强，产业发展集群化等优势明显。以广东为例，作为中国最大玩具生产和出口基地，广东玩具行业拥有完整的上下游产业链，还具有深厚的研发创新基础，在国际市场的竞争优势明显。

广东汕头澄海区被誉为“中国玩具之都”，拥有全球配套最完善、规模最大、市场占有率最高的玩具产业集群。来自汕头的实丰文化玩具板块负责人蔡佳霖告诉记者，2022年以来，全球供应链受到地缘局势等因素冲击，加之全球通货膨胀影响，消费者生活成本大大增加，非必需品如玩具的支出被压缩，拖累了市场需求。

据介绍，实丰文化共有1000多种玩具产品远销欧美、中东、东南亚等全球近100个国家和地区。蔡佳霖还表示，在经历连续两年调整之后，目前看来全球去库存已接近尾声，国际市场需求正在持续复苏。“本届展会上接待人数较上一届增长了至少两成以上，10多位工作人员忙不过来。公司推出了许多智能化和绿色环保化的玩具产品，预计今年公司出口将继续稳步增长。”

在群隆塑胶制品有限公司展台上，极具中国文化特色的传统建筑积木玩具吸引了不少买家的兴趣，现场人头攒动。该公司经理林为利告诉记者，公司新推出了一系列国潮风玩具，一上市就获得成功，销售强劲增长，未来公司将研发更多传统文化主题的玩具产品。

记者调研采访还了解到，近年来，越来越多的传统玩具企业通过实施新一轮技术改造，加快实施产业集群数字化转型。随着人工智能等数字技术的进一步发展及普及，未来我国玩具产业的国际地位和品牌影响力有望不断提升，实现从“玩具生产大国”到“玩具智造强国”的转变。

陈黄漫介绍，近年来，我国玩具行业涌现了一大批拥有自主知识产权的高新技术企业和专精特新企业，更加重视科技创新和成果转化。在东莞和汕头澄海等玩具产业集群地区，不少玩具企业已实现数字化、智能化生产和管理。“科技创新正成为我国玩具业增强国际市场竞争力的根本保障，并为玩具产业高质量发展提供源源不断的动力。”陈黄漫表示。

陈黄漫还介绍，像积木通用件，目前玩具企业能够将误差严格控制在0.02mm以下，达到一根头发直径的1/5。此外，对于电子、语音智能玩具等技术要求高的产品，跨国公司通常更愿意委托中国企业生产。记者还了解到，参加此次展会的星辉娱乐，通过采用VR遥控、语音遥控等技术，增加动态玩具系列的控制方式，进一步优化了玩家的操控体验。此外，实丰文化应用GPT大模型、编程、震动感应等技术，打造了多款热销智能玩具并大获成功。在生产环节，越来越多的玩具企业通过引进智能化生产设备、建设自动化工厂，实现生产、分拣、包装等流程的智能化、数字化升级，生产效率和产品质量大幅提升。

主办方还介绍，本届深圳玩具展首次设置“IP授权及衍生品、潮玩及收藏玩具”主题展馆，突出展示当下广受追捧的各式授权产品和潮玩产品。宝可梦、奥特曼、火影忍者、叶罗丽、漫威、迪士尼等全球知名IP以及代表国潮风、航天文化的IP悉数登场。陈黄漫介绍，潮流玩具和IP授权衍生品一直是深圳国际玩具展的优势品类。近年来，玩具企业更加重视打造原创IP，推出了越来越多的潮流玩具，受到消费者喜爱和追捧。

记者在展会现场还看到，本届深圳国际玩具展还专门设立了“中外玩具大奖”产品展示区，集中展示最新获奖玩具产品。据主办方介绍，本届大奖正式启动以来，得到了数百家企业热烈响应，基于不同评判维度，今年共设置14项大奖，全面展示玩具企业的最新创新成果，支持企业创新产品和做强品牌。



图① 2024深圳国际玩具展

图② 实丰文化展位现场

图③ 星辉娱乐新款遥控车

本报记者 武卫红 摄

实丰文化蔡俊权：
加速“智造”升级 探索前沿技术应用

● 本报记者 武卫红

日前，实丰文化董事长蔡俊权在2024深圳国际玩具展期间接受中国证券报记者专访时表示，近年来，公司积极探索人工智能等前沿技术的应用，推动玩具和游戏板块稳健发展。未来，公司将加速布局新能源产业，打造第二增长曲线，成为全球一流的创新科技企业。

推动玩具主业“智造”转型

近日，记者在实丰文化2024深圳国际玩具展的展位上看到，智能玩具、IP授权和潮玩等各式最新款玩具琳琅满目，会玩躲猫猫游戏的智能飞象、呆萌可爱的踩脚鸭和刚刚荣获“2024中外玩具大奖-年度网红产品奖”的企鹅喵喵等热销产品都收获了满满的人气。

据展会工作人员介绍，公司智能玩具系列融合了多种先进的科技元素，如GPT大模型、编程、震动感应等新技术，打造了智能飞象、企鹅喵喵、智能小怪兽、炫舞星际熊猫、摸鱼懒懒猫等多款热销智能玩具。

记者在现场发现，公司原创IP飞象第三代GPT网络版智能玩具成为展会上的明星产品。据介绍，该款智能玩具利用GPT大模型，融合了智能对话、早教益智等功能，在GPT问答模式下能够智能回答问题。切换音乐点播模式后，还可以点播丰富的益智音频内容。在本地模式下，飞象还具有音乐儿歌、成语故事、国学经典和摇篮安玩等多种功能。

截至目前，实丰文化累计有1000多种玩具产品远销欧美、中东、东南亚等全球近100个国家和地区。蔡俊权表示，当前全球玩具行业的创新日新月异，公司将持续探索和应用各种前沿技术，不断推进产品创新和升级，推出更加智能化和绿色环保化的玩具产品，推动玩具业务持续稳健增长。

打造原创IP及产品

蔡俊权介绍，公司IP动漫系列依托热门的动漫形象和故事背景，通过与全球知名IP宝可梦、超人气国漫IP奶龙等重磅IP授权合作，打造深受小朋友和动漫爱好者喜爱的产品。在此次展会上，公司带来了与宝可梦、奶龙联合合作的新品玩具，计划将在今年陆续上市，有望进一步带动公司销售收入增长。

蔡俊权还表示，除与知名IP合作外，公司高度重视打造原创IP内容及玩具衍生品。公司以IP为核心，通过独特设计与文化创意，打造出原创IP产品“旺仔小六”机器狗，并于2018年登上央视春晚舞台。2021年，公司打造了萌龙学园原创IP，同样大获成功。

近年来，“国潮风”迅速席卷玩具等各个行业。在原创IP的过程中，实丰文化另辟蹊径，积极探索生肖文化这一传统IP宝库，通过创意设计创作出生肖文化元素和潮流时尚元素融合的IP形象，每年都推出一款生肖玩具，不仅满足了当前玩具市场追捧国货的需求，还更好地宣传了优秀传统文化。

2023年，公司推出兔年生肖智能产品——飞兔，一亮相即获得2023年中外玩具大奖-年度热销奖、工业设计大赛专项奖、汕头玩具设计大赛-年度功能创新奖等多项大奖。此外，公司还开发了飞兔IP衍生周边产品，深受广大消费者的喜爱。2024年，公司又推出龙年生肖电动智能玩具“龙宝戏猪”，进一步迎合了当下消费者对传统文化的自信及对高颜值产品的消费需求。

蔡俊权表示，原创IP是实现产业转型升级的必经之路，实体产业需要与IP互联互通，实现文化创意内容与产业深度融合。未来公司将在原创IP研发赛道上持续发力，利用原创IP为高质量发展持续赋能，同时还将加强与全球知名IP的合作，不断提升公司在全球玩具行业的品牌影响力。

战略布局新能源赛道

实丰文化成立于1992年，2017年4月11日登陆深交所。上市7年来，实丰文化品牌影响力和行业地位不断提升。近年来，在玩具和游戏主业稳步发展的同时，公司开始战略拓展新能源产业，打造公司第二增长曲线。

蔡俊权介绍，公司2014年进入游戏领域以来，推出了多款广受欢迎的休闲游戏作品，吸引了广大玩家的关注和喜爱。下一步，公司将持续提高自研能力及发行能力，壮大自研团队以及运营商务投放团队，持续推出新的游戏作品，满足市场的多样化需求。

新能源业务方面，2022年，实丰文化投资了专业生产182和210电池等各类高效组件的企业安徽超隆光电科技有限公司。2023年4月，实丰文化旗下公司深圳实丰绿色能源有限公司开始涉足分布式光伏电站业务的拓展以及清洁能源的投资、开发和运维服务，标志着公司正式进入光伏新能源领域。

目前，实丰绿能投资建设的多个分布式光伏项目均已并网发电。蔡俊权表示，公司将加快步伐打造新能源产业生态链布局及协同发展，从研发端继续探索低碳新材料的研发和应用，从产业链端整合资源优势协同布局，协同整区推进分布式光伏业务发展。“未来，公司将秉持‘绿色科技赋能美好生活’的企业使命，持续深耕玩具、新能源、游戏产业，不断进行创新和升级，将实丰文化打造成为全球一流的创新科技企业。”蔡俊权说。

星辉娱乐陈创煌：
积极推动智能化转型发展战略

● 本报记者 武卫红

日前，星辉娱乐董事长陈创煌在2024深圳国际玩具展期间接受中国证券报记者采访时表示，公司将积极推动智能化转型发展战略，坚持走玩具“智”造高质量发展之路，不断开拓海外市场并扩大品牌影响力，将“RASTAR”打造成为全球标杆性的玩具品牌。

实施创新驱动发展战略

记者在星辉娱乐展位看到，最新款遥控车、静态车模和婴童玩具等各式各样的精美玩具产品吸引了众多国内外买家的兴趣，展位前人头攒动，十多位工作人员忙前忙后，热情地向采购商介绍产品和洽谈业务。据介绍，公司此次展出了奥迪RS Q e-tron遥控车，一亮相就获得广泛关注。一位展会工作人员表示，奥迪是第一个使用电动赛车挑战达喀尔拉力赛



的品牌，并凭借该赛车赢得了2024达喀尔拉力赛的首个冠军。该款遥控车得到了奥迪官方授权，仿真还原度极高，并全方位模拟了赛车的加速、丝滑漂移和换轮等体验。

记者注意到，星辉娱乐亮相的另一款重磅产品——勒芒24小时耐力赛的冠军同款赛车法拉利499P也获得了热烈追捧。据介绍，该款车型源自法拉利官方授权，仿真勒芒赛车造型设计，可视内饰，双侧车门可手动打开，对赛车细节进行了逼真还原，得到了众多玩家的喜爱。

陈创煌介绍，在产品研发创新方面，星辉娱乐一直以市场需求为导向，并结合自身研发基础和IP底蕴，积极有序地拓展新品类。陈创煌告诉记者，公司高度重视玩具产品的研发和创新，并将创新赋能作为公司发展战略。今年公司将深入实施创新赋能战略，持续专注于玩具产品的研发与创新，通过紧跟潮流趋势，布局玩具新品类，不断丰富产品矩阵。

截至目前，星辉娱乐累计拥有超过35个全球知名汽车品牌授权，并拥有超过260项专利。“未来公司将加快玩具智能化转型发展的步伐，并进一步开拓海外市场，持续扩大品牌影响力，将‘RASTAR’打造成为全球具有标杆性的中国领军玩具品牌。”陈创煌表示。

推进玩具+AI深度融合

星辉娱乐成立于2000年，2010年1月登陆创业板，主营业务覆盖足球俱乐部、

游戏、玩具等领域。玩具板块方面，公司专注于动态及静态车模、机器人、婴童玩具、积木拼装类玩具和户外骑行等产品的研发、生产及销售。截至目前，公司共有400多款优质玩具产品，远销全球120多个国家和地区，“RASTAR”已成为国际知名玩具品牌。

记者在本次国际玩具展现场采访了解到，随着人工智能等技术的快速进步，越来越多的企业更加重视科技创新以及成果转化，利用科技创新赋能高质量发展已成为众多玩具企业的共识。

在陈创煌看来，人工智能等新技术的迅猛发展正在全方位塑造玩具行业。陈创煌表示，公司一直在关注人工智能等前沿技术对玩具产业带来的变革。伴随着技术的不断发展和进步，人工智能将对玩具产品自身形态、交互方式以及产品营销等各个方面带来深远影响。公司将积极探索先进将技术与产品有机结合，为用户带来更加深度和丰富的娱乐体验。

据介绍，目前，星辉娱乐已在动态玩具系列中储备了VR遥控、语音遥控等技术，未来将积极推进玩具+AI的深度结合，将人工智能交互技术嵌入到更多产品及应用场景，推出更多智能化玩具产品。

持续提升品牌影响力

据公告数据，2022年，星辉娱乐玩具及衍生品业务实现主营业务收入3.76亿元，较上年同期增长8.05%。公司预计2023年实现盈利2600万元-3900万元，较上年同期增长108.38%-112.56%。其中，玩具业务方面，随着产品结构进一步优化及实施积极的营销策略，收入及利润保持稳定增长。

陈创煌还表示，近年来，虽然国际玩具市场表现较为疲软，但公司玩具出口业务却持续保持稳健发展态势。未来公司将持续拓宽车模授权品类，深化渠道体系建设，继续巩固公司渠道优势。同时，积极拓展海外市场，挖掘新兴市场商机，持续扩大品牌影响力，将“RASTAR”打造为全球标杆性的玩具品牌。

为进一步提升品牌影响力，近年来，星辉娱乐积极拓展IP授权合作方和合作品类，目前已累计获得超过35个世界知名车企的授权，是国内获得车企授权最多的玩具衍生品厂商之一，同时还成为宝马、法拉利的重要合作商，并在110多个国家和地区拥有商标知识产权。

渠道体系建设方面，近年来，除深圳玩具展之外，星辉娱乐还积极参加纽伦堡玩具展、香港玩具展、广交会、上海玩具展等国际主流和专业展会，不断拓展客户和推广品牌，并与多个国家及地区的知名玩具代理商保持长期稳定的合作关系。同时，公司还通过亚马逊、京东、天猫等电商平台，以及小红书、得物、抖音等日兴起的私域及内容电商平台进行品牌拓展与推广，将品牌与C端用户进行深度联结，持续提升品牌忠诚度与信任度，进一步提高品牌影响力。

此外，公司还将坚持以用户为中心，时刻保持对市场动态的敏锐度，不断探索存量区域和新兴区域的用户需求，推出目标区域相适配的产品。陈创煌表示，公司一直留意玩具细分行业的机遇。2020年，公司抓住机遇切入积木拼装类玩具赛道。未来将持续关注市场动态，在专注优势品类的同时积极探索新机遇，持续在动态车模、静态车模和户外骑行系列等品类以及新的领域推陈出新、精耕细作。