

AI玩具产业向智商担当和互动陪伴迭代

► 本报记者 孙立彬

近日,“2025 AI玩具产业创新和发展会议”在汕头市澄海区举行。此次大会汇聚了全球人工智能(AI)技术厂商、知名知识产权(IP)方及产业链上下游企业,共同探讨AI玩具的生态构建与创新路径,加速传统玩具制造向高端智造转型升级。就在这同一时间,OpenAI与玩具芭比娃娃制造商美泰公司宣布达成战略合作,共同开发AI玩具与游戏。

随着AI技术的深度介入,玩具产业正迎来一场变革,玩具从单一娱乐功能向教育辅助、情感陪伴等多元化场景延伸。

当玩具遇到AI

据了解,汕头市澄海区是我国玩具产业规模最大、配套最完善的生产和贸易基地之一,每年更新30万款玩具,日均推出超1000款新品,承包了国内近50%、全球近33%的塑料玩具产能,是全球玩具供应链的重要枢纽。今年以来,澄海区紧抓AI与国潮IP的双重风口,通过“AI+国潮”双核驱动战略重构传统玩具产业版图,开发出一系列与AI关联度更高、功能体验更丰富、竞争优势更突出的AI玩具产品。

实丰文化发展股份有限公司(以下简称“实丰文化”)是澄海当地头部玩具制造企业。该

企业目前已经推出两款AI玩具产品——AI魔法星、AI飞飞兔。两款玩具产品都具备知识问答、情感互动、育儿辅助等功能,通过语音识别与自然语言处理技术,能与用户自由对话、理解语义,并通过二次训练过的大模型底层,对外输出更符合儿童心智的内容;同时,根据语音语调、互动频率和语义分析判断儿童情绪,对应给予安慰、鼓励等反馈;儿童使用数据将同步载入后台,方便家长查看儿童使用记录,及时挖掘儿童兴趣点和情绪异常,减轻现代家庭的育儿压力。

汕头市澄海区玩具协会(以下简称“澄海玩具协会”)相关负责人表示,AI玩具相较于传统玩具展现出的显著优势,主要体现在提升教育效率与个性化学习功能以及儿童互动陪伴与情感需求功能两大核心维度上。AI玩具的这些优势不仅提升了儿童的学习体验,也为家长提供了更科学、更高效的育儿工具。

AI玩具的这些优势使其在市场端表现不俗。

实丰文化相关人士表示,在用户反馈中,家长和儿童都十分喜欢AI玩具所具备的庞大知识库。区别于传统玩具,AI玩具可以快速解答孩子们的“十万个为什么”,将科学知识通俗化,便于儿童理解吸收,并通过儿童提问

发掘儿童兴趣、天赋,帮助家长进行科学育儿规划,实现儿童陪伴与家长育儿双重赋能。由于AI玩具是一个具有广阔前景的领域,该企业AI玩具销售情况良好,订单量稳步增长,产品认知度正在逐步提升。

AI玩具的快速发展离不开产业上下游企业的密切互动,特别是大模型厂商的针对性开发。

在此次大会上,百度相关负责人介绍说,百度智能云为玩具产业上下游提供算力、算法、模型、应用等全链路支撑,依托大模型技术为AI玩具构建了“左脑”和“右脑”双智能中枢。一方面,百度智能云提供音视频增强、多模态大模型和云渲染流化三大框架服务,支持语音、视觉、数字人、任务等多模态交互,并集成数学解题、英语对练、时事分析等教育功能,打造“智商担当”;另一方面,基于情感计算技术,百度智能云让玩具实现情绪识别、主动关怀等拟人化交互,真正成为“懂”的情感伙伴。

今年3月,实丰文化与百度智能云达成战略合作,共同发布首批AI玩具生产计划。目前,双方正以AI大模型为纽带,探索创新产品形态与玩法,推动澄海玩具向智能化、个性化、教育增值方向全面升级。

AI玩具想象空间大

据了解,当前,在“孤独经济”“AI技术革命”双重浪潮下,AI玩具从细分赛道迅速跃升为主流消费新宠,成为覆盖儿童教育、老人关怀和单身青年情感陪伴的“沉浸式解决方案”。随着智能玩具行业市场规模的快速扩张,传统玩具生产企业相继增加智能玩具生产线,进行智能化转型。据Contrive Datum Insights预测,随着物联网、AI技术的快速发展,AI玩具市场以强劲态势加速扩张,预计到2030年全球AI玩具市场规模将达到363.77亿美元。

据实丰文化介绍,目前,AI玩具类型丰富多样,市面上常见的包括机器人、内置形AI毛绒玩具、挂件形态AI玩具、融入热门IP的AI玩具。而AI玩具更多针对儿童群体而生,年轻人群着重产品疗愈属性,亦会购买能提供情绪支持的AI玩具缓解职场压力等。未来,该企业计划将AI玩具朝着交互场景多元化、功能个性化、用户全龄化方向发展,在教育、陪伴、娱乐等多领域拓展应用,针对少儿、青年、老年群体,分别强化教育、社交、陪伴等功能,满足不同需求。

在商业模式方面,其想象空间也非常大。随着传统玩具从

“被动交互”转向“主动陪伴”,其对硬件的依赖度进一步提升。商家可以从“硬件一次性销售”转向“硬件+订阅服务”,以此培育更大规模的用户群体,玩具厂商也能够从“制造者”转型为“平台运营者”,通过整合AI算法、芯片、内容IP等资源,形成生态闭环。

在该行业快速发展的同时,也有一些制约因素影响着行业前进脚步。

实丰文化认为,当前AI玩具普及面临消费者认知与接受度不足、技术迭代压力大以及成本价格门槛较高等障碍。一方面,大众对AI玩具的功能和价值认知模糊,常将其与传统电子玩具及其他家居型AI产品混淆,影响购买欲望。另一方面,AI大模型等技术快速发展,要求企业不断投入研发,保持产品持续迭代;高端技术成本又推高了产品售价,限制了市场下沉。

在价格方面,当前,AI玩具定价分化严重,儿童类产品价格集中在200-500元,成人类产品则高达3000元-3万元。

除此之外,澄海玩具协会方面表示,数据的隐私风险、可靠性与安全性等方面也影响了AI玩具的普及。同时,该产业还需要加强AI玩具标准化制定,推进行业规范化发展。

第一季度中国智能眼镜市场同比增长116.1%

本报讯(记者 孙立彬)近日,国际数据公司(IDC)发布的《全球智能眼镜市场季度跟踪报告》显示,2025年第一季度中国智能眼镜市场出货量49.4万台,同比增长116.1%。2025年中国智能眼镜市场出货量预计达到290.7万台,同比增长121.1%。其中,音频和音频拍摄眼镜出货量预计216.5万台,同比增长178.4%;虚拟现实/增强现实(AR/VR)设备出货量预计74.2万台,同比增长38.1%。

目前,中国音频和音频拍摄眼镜市场仍然以音频眼镜产品为主,主要玩家包括小米、华为、界环等。第一季度,雷鸟新品V3开售,带动音频拍摄眼镜市场增长显著。AR/VR市场出货量13.5万台,同比增长25.2%。主要玩家包括Pico、Xreal、雷鸟、Inmo等。近两个季度,中国AR/VR市场重心逐渐向虚拟现实和拟真现实(AR&ER)市场转移,第一季度,AR&ER市场出货8.6万台,份

额达到63.8%,出货量同比增长64.0%,其中Xreal、雷鸟、星纪魅族共同推动市场增长。

据介绍,2025年6月至年底,中国头部手机及互联网厂商将推出各家音频拍摄眼镜产品,有望重构市场格局。音频拍摄眼镜在AI大模型能力的加持下,在多模态交互上给予终端设备更多设计空间,将在AR产品技术、成本及供应等尚不成熟的情况下,以更低的门槛在眼镜形态设备上带来更多图形用户界面(GUI)的拓展性和可玩性。

IDC中国研究总监潘雪菲认为,相较于Meta在全球市场扩张的步伐加快,2025年中国音频拍摄眼镜市场发展稍显谨慎。尽管头部厂商将在下半年陆续入局,但整体节奏仍然以稳健为主基调。中国市场上音频拍摄眼镜与AI大模型及软件生态的适配和联动,仍然有待于进一步探索和挖掘。

AR/VR眼镜市场方面,2025



AI制图:邓淑华

年下半年,眼镜概念的爆发和头部硬件厂商的入局将共同推动带显示的轻量级眼镜迎来高增长。目前市场份额较高的科技创新厂商,一方面将积极布局轻量级眼镜产品线,另一方面背靠其专业技术积累将更加深耕抢占细分市场。轻量级眼镜在ER观影类眼镜逐渐饱和、增长放缓

的趋势下,提供了包括全天候陪伴、轻运动健康、轻商务出行等新的消费级应用场景,给AR/ER市场带来新落脚点。此外,其也给技术积累丰富的VR&MR厂商提供了商业化落地新思路 and 重新分羹市场份额的机会。

IDC中国市场分析师叶青清认为,2025年对于中国AR/VR市

场来说是至关重要的转折点,市场在连续两年的持续下滑后,在轻量级眼镜的发展下终于迎来新的增长窗口。市场竞争将愈发激烈,厂商格局瞬息万变,如何在关键时期做好前瞻性的产品规划、紧跟市场变化调整策略,将是AR/VR厂商能否在初期拿下关键市场份额的决胜因素。