



# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 电动玩具：电动玩具市场日趋饱和，技术创新推动行业向中高端产品研发迈进 头豹词条报告系列



张婷锐 等 2 人

2024-06-21 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: 制造业/文教、工美、体育和娱乐用品制造业/玩具制造

消费品制造/家电家用

## 词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>电动玩具是一种用微型电动机驱动的玩具，通过电路...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>根据产品特点和对象，可将电动玩具分为电动汽...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>近年来，电动玩具行业整体市场下滑，热度不高，但...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>电动玩具行业目前已达到 <b>5个</b> 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>电动玩具行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>电动玩具行业相关政策 <b>5篇</b></p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国电动玩具行业竞争激烈，第一梯队有奥飞、星...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

**摘要** 中国电动玩具行业历史悠久，种类繁多，随着居民生活水平提高，电动玩具已成为儿童成长中不可缺少的一部分。从玩具行业数据分析来看，电动玩具在玩具种类中占比最大。由2022-2026年发展空间来看，电动玩具销售额缓慢上升，增长率呈波动式下降。由于进入门槛低，产品同质化较为严重，市场上电动玩具公司数量众多。而随着技术发展，传统电动玩具将逐渐被电子电动玩具取代，未来行业竞争仍将激烈。

## 电动玩具行业定义<sup>[1]</sup>

电动玩具是一种用微型电动机驱动的玩具，通过电路控制微型电机使玩具产生各种动作，因其多数以电池为能源动力，故又称**电池玩具**。中国于20世纪60年代开始生产电动玩具，如“母鸡生蛋”、“照相汽车”等。随着经济发展和技术升级，电动玩具外壳逐渐由金属变为塑料，同时更安全，功能更多。电动玩具行业技术难度小，进入门槛低，产品同质化严重，因此电动玩具市场日渐饱和，呈现行情整体下滑，部分单品热销的现象。

[1] 1: 美学技术-李叶竹: 儿童...

## 电动玩具行业分类<sup>[2]</sup>

根据产品特点和对象，可将电动玩具分为电动汽车类、机器人、飞行器类和玩具枪类。

## 根据内部结构和动作特点



[2] 1: <https://mp.weixin...>

2: ITM 工业技术

## 电动玩具行业特征<sup>[3]</sup>

近年来，电动玩具行业整体市场下滑，热度不高，但仍有部分有创新性，符合居民消费需要的爆品商品出现。低端行业准入门槛低，竞争激烈，恶性竞争严重，利润水平较低。

### 1 发展前景平稳

#### 热度下降，份额不减

随着社会发展，各类其他种类玩具层出不穷，消费者对电动玩具需求降低，更青睐动漫IP类衍生产品；受利润、包装等因素影响，整体市场不容乐观，甚至受冲击而呈下滑态势，但电动玩具在中国仍有较多受众，电动玩具在中国市场仍占据较大份额。

### 2 未来向中高端发展

抓住热点，打造爆款，发展高质量创新产品

[4]

与积木等热门品类相比，电动玩具近年表现中规中矩，但在市场上贡献了很多热销单品、新兴品类，让玩具“亮起来”“动起来”成为很多玩企创新研发方向之一。热销单品紧跟潮流，功能多样，在契合消费者需求的基础上进行风格创新，叠加短视频等其他营销手段加持，深受广大群众喜爱。随着消费水平提高，更多消费者更偏向于高质量、创新、原创类中高端产品。

### 3 利润成本相对复杂

#### 低端产品进入门槛低，恶性竞争严重

中国电动玩具行业的利润成本相对复杂。一方面，由于竞争激烈，众多企业为了降低成本而采用低价的策略，导致整个行业的利润率普遍不高；另一方面，由于原材料价格的波动和人工成本的不断上涨，企业的成本在不断上升。因此，部分具有品牌优势和研发优势的企业通过提高产品品质和技术含量来提高利润率，从而获得较高的竞争优势。

[3] 1: 中外玩具制造, 马玥: ...

[4] 1: 中国知网

## 电动玩具发展历程<sup>[5]</sup>

20世纪60年代，中国开始生产电动玩具，70年代，外壳由金属转变为半金属半塑料，80年代转变为塑料。改革开放后，国民经济水平提高，各类企业发展迅猛，人民生活有了更多精神文化需求，电动玩具得到快速发展。21世纪之后，电子技术发展，传统电动玩具逐渐向电子电动玩具转型，对原创性、功能性有更高的要求。

### 萌芽期 · 1960~1969

1958年，永大玩具厂和康元玩具厂在中国率先试制成功电动金属玩具，康元玩具厂推出设计新颖、工艺细致的电动玩具敞篷汽车。

20世纪60年代，中国开始生产电动玩具，主要生产金属外壳的电动玩具，爆款产品有“母鸡生蛋”、“照相汽车”等。

### 启动期 · 1970~1999

1973年秋交会推出磁控狮子戏球，将最新的电子技术应用到玩具之中。1986年初，上海玩具十五厂自行设计制造2条玩具装配流水线，提高了产品装配效率和质量，产品逐步向中高档发展。

玩具外壳逐渐变为金属和塑料结合，再变为全塑型。工艺更加精进，使用更加安全，种类更多。改革开放后，国民经济水平增长迅速，企业增多，电动玩具开始大量出口。

[6]

## 高速发展期 · 2000~2009

2000年开始，电子技术发展迅速，电子娱乐设备成为玩具行业主流产品。2002年，澄海市佳奇塑胶有限公司成立，推出当时最为流行的遥控车、遥控汽车等电动玩具。

电子电动玩具逐渐成为主流，传统玩具制造商开始转型生产电子玩具、智能玩具等高科技产品。

## 震荡期 · 2010~2019

2010年起，玩具行业与动漫、电影、游戏紧密联系。2017年起，以泡泡玛特为代表的潮流玩具企业转向盲盒生产。电动玩具市场遭受巨大冲击。

此阶段潮玩及IP玩具开始兴起，电动玩具遭受冲击，亟待转型。

## 成熟期 · 2020~2024

电动玩具开始向中高端产品研发推进，同时利用媒体平台进行精准推送。情绪安抚和陪伴类的玩具出现更多的需求，简单而有趣的玩具将更受消费者的欢迎，此类玩具开始大量出现。

此阶段，市场更注重IP形象和电子功能结合，会加大国潮文化元素导入，并在功能的更新迭代上加大投入，电动玩具发展趋于平稳，开始向中高端产品研发推进。

[5] 1: <http://www.shang...> | 2: <http://www.shang...> | 3: <http://www.shang...> | 4: 上海金属玩具博物馆

[6] 1: 一善儿童书店, 玩具前沿

## 电动玩具产业链分析<sup>[7]</sup>

电动玩具上游供应环节主要为原材料供应商，具体包括塑料供应商、芯片供应商、电路板供应商等，代表企业有江苏兴业塑化有限公司、东莞市开源塑化科技有限公司等；中游企业主要包括电子电动玩具商家，主要进行玩具的开发与组装，代表企业有广东胜雄玩具实业有限公司、奥飞娱乐股份有限公司等；下游为销售渠道和终端消费者，进行产品的运输、售卖以及最终消费，代表企业有淘宝、京东等线上平台。关于电动玩具产业链主要有以下三个研究观点：

1.电动玩具产业链链路较为简单，产业链上游以劳动密集型产业为主，这主要体现在原材料的加工和初级处理阶段。传统电动玩具的成本结构中，原材料成本占据了极高比重，玩具制造商会选择生产部分原材料，以实现成本的有效控制。2.电动玩具产业链的中游呈现产业集群发展的特征。2022年广东玩具出口额占全国出口总额的

70%，其中汕头的玩具出口额达142.3亿元，同比增长32.8%；3.玩具生产主要以OEM模式为主，超过70%的出口玩具均属于来料加工或来样加工。<sup>[8]</sup>

## 上 产业链上游

### 生产制造端

塑料供应商、合成树脂供应商和集成电路供应商

### 上游厂商

[上海顺龙唐塑化有限公司 >](#)

[宁波齐远塑化有限公司 >](#)

[东莞市铭远塑胶有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### 产业链上游说明

电动玩具上游原材料主要包括塑料、合成树脂和集成电路等。**1.中国初级形态塑料整体规模不断扩大**，据国家统计局，2022年初级形态的塑料产量已达11,366.9万吨；截至2023年9月初级形态的塑料产量已达8,707.5万吨，同比增长3.6%。**2.合成树脂行业同样在需求供给侧表现出强劲的需求**，根据中国石油和化学工业联合会的数据，2022年中国合成树脂产量为11,366.9万吨，同比增长1.5%，显示出强劲的生产能力，**原材料产量的不断扩大为中游电动玩具厂家提供稳定的原料供应。**3.从原料价格看，根据海关总署，截至2023年10月，中国集成电路进口价格指数为95.08，初级形状的塑料进口价格指数为88.08，**原料价格结束了2021年后的上涨趋势，这对中游的成本控制起到利好作用。**

## 中 产业链中游

### 品牌端

电动玩具品牌商

### 中游厂商

[奥飞娱乐股份有限公司 >](#)

[广东雅得科技有限公司 >](#)

[东莞市星月实业有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### 产业链中游说明

电动玩具的中游主要为电动玩具的制造商和品牌商。**1.中国是电动玩具的制造大国**，根据中国海外总署数据，2022年中国“带动力装置的其他玩具”出口额达375亿元，同比增长7.5%。**2.电动玩具企业形成了产业集群**，其中广东省是电动玩具企业最多的省份，汕头澄海区更是玩具集中地，知名电动玩具奥飞、雅得、星辉等均位于澄海区，据企查查数据，电动玩具企业在广东省的数量已超30,000家，占比超10%。**3.与普通玩具相比，电动玩具除了采用塑料和棉花等常规原料，还涉及芯片、电路板、锂电池等重要配件**，2020年后“缺芯潮”等事件对电动玩具的企业成本影响巨大，如高乐股份的电

动车系列，毛利率从2020年的29.6%，一路下跌至2022年的23.33%。

## 下 产业链下游

### 渠道端及终端客户

渠道端及消费者

#### 渠道端

淘宝（中国）软件有限公司 >

京东科技控股股份有限公司 >

拼多多（上海）网络科技有限公司 >

查看全部 v

### 产业链下游说明

**电动玩具下游主要为渠道端及消费者。1.在渠道端，电动玩具的销售渠道主要分为线下和线上两大类。**线下渠道中，TOPTOY、九木杂物社等连锁商铺及玩具专卖店占据重要地位，玩具专卖店作为销售额增长最快的线下渠道，2022年的销售额增速高达22.2%，较2021年提高3.1pcts，显示出强劲的增长势头。线上渠道方面，抖音、小红书、京东、淘宝等平台成为消费者购买电动玩具的重要选择。其中，抖音成为消费者购买玩具增长最快的直播平台。消费者在抖音购买玩具的占比高达32.9%。**2.从消费者群体来看，电动玩具的主要受众为婴幼儿和青少年，特别是男孩群体。**根据中外玩具制造调查的数据，43%的男孩最喜爱的玩具类型为电动玩具，凸显了男孩群体对电动玩具的偏好和市场需求。

[7] 1: <https://www.jiaqi7...> | 2: <https://mp.weixin....> | 3: 佳奇科技、WIND、中...

[8] 1: <https://www.jiaqi7...> | 2: 广东佳奇科技有限公司

## 电动玩具行业规模<sup>[9]</sup>

中国电动玩具行业现处于成熟阶段，2017-2022年市场规模由148.65亿元增长为176.62亿元，CAGR为3.51%，未来5年中国电动玩具行业市场将保持较为平稳的增长态势但增速将明显低于整体玩具行业规模增速，预计2027年市场规模将达到193.86亿元。

中国电动玩具行业规模保持平稳增长的原因为：**1.社会消费水平提高，居民在教育文化娱乐的消费水平逐渐增大，玩具需求规模扩大，消费者愿意增加购买玩具支出。**根据国家统计局统计，2022年中国居民在教育文化娱乐人均支出为2,469元，比2018年增长10.9%，根据中国玩具和婴童用品协会数据，超50%人群有意向增加购买玩具和婴童用品的支出。**2.中国玩具零售市场持续展现出强劲的增长态势，电动玩具市场零售额与整体玩具市**

**场同步呈现快速扩张趋势。电动玩具市场逐渐成为玩具市场的重要增长引擎。**根据中国玩具和婴童用品协会，2021年中国电动玩具的零售额达到了109.4亿元，占整体玩具零售总额的12.8%，相较于2020年的85.0亿元和10.9%的占比有了显著的增加。2022年中国市场玩具零售总额达到883.1亿元，较2021年的854.6亿元增长了3.3%；2023年中国市场玩具（不含潮流和收藏玩具）零售总额达到906.9亿元。

**中国电动玩具行业未来将保持平稳增长但增速将明显低于整体玩具行业规模增速**，主要原因有：**1.消费升级与家长需求变化。**新一代家长对孩子的精神世界需求以及玩具的陪伴价值给予了更高的重视，对玩具的安全性和品质亦提出了更为严格的要求，愿意在玩具类产品上投入更多的资金。据中国玩具和婴童用品行业协会显示，有59.4%的家长愿意在玩具类产品上花费更大开销，这为电动玩具行业提供了坚实的消费基础。**2.市场多元化与社交媒体影响力增加。**电动玩具的种类日益丰富，满足了不同年龄段孩子的需求，迎合了市场的多元化趋势。同时，社交媒体平台如小红书、抖音等成为电动玩具营销的重要渠道，这些平台上的爆款产品吸引了大量年轻人的关注和购买。消费者在抖音购买玩具比例达32.9%，而小红书则成为消费者获取婴童用品信息的第一渠道，占比高达35.8%。**3.政策监管与市场调整。**2023年国务院颁布的《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》对遥控类玩具产品的销售产生了一定影响。该《条例》要求无民事行为能力人只能操控微型民用无人驾驶航空器飞行且无人机要求实名登记。尽管玩具企业强调玩具级别的四轴飞行器、遥控飞机等不受政策限制，但企业在研发创新方面的投入仍然下降，遥控类产品的热度减少。2023年7月天猫平台上电动及遥控类玩具的销售额同比下降了26.9%。

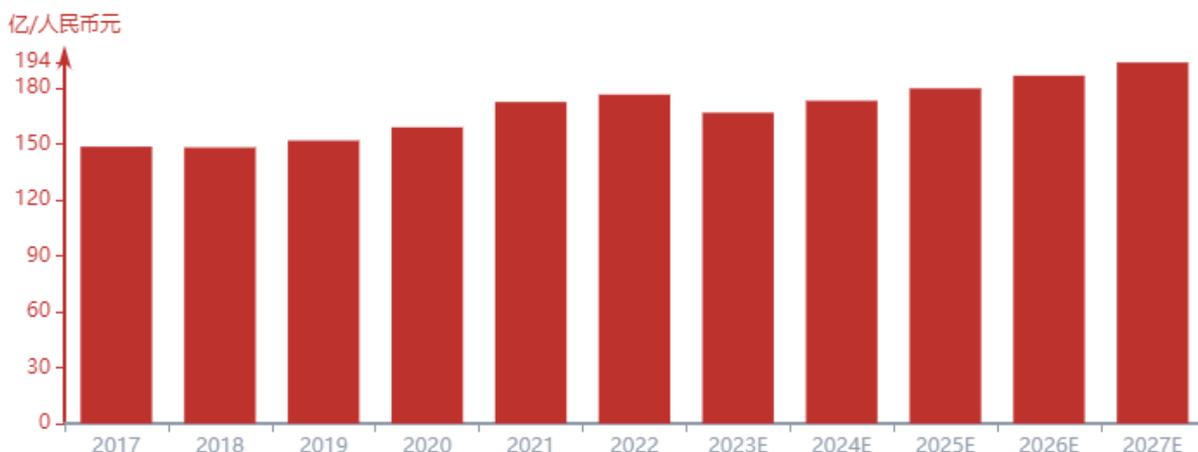
[10]

## 电动玩具市场规模

电动玩具行业规模



电动玩具市场规模



数据来源：中国玩具和婴童用品协会、Wind、中外玩具制造

[9] 1: <http://www.stats.g...> | 2: <http://www.stats.g...> | 3: 国家统计局

[10] 1: 中国玩具和婴童用品协会

# 电动玩具政策梳理<sup>[11]</sup>

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国儿童发展纲要（2021-2030）	国务院办公厅	2021-09	8
政策内容	该政策建立健全儿童用品强制性国家标准体系，完善产品安全警示标识建立健全儿童玩具强制性国家标准，加强儿童用品行业自律，鼓励制定技术先进的团队标准			
政策解读	该政策为保护儿童健康成长，防止意外伤害、误食等，规范警示标识，使用安全无害材料，符合国家标准的原件的国家标准。			
政策性质	规范类政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《轻工业稳增长工作方案（2023—2024年）》	工业和信息化部、国家发展改革委、商务部	2023-07	9
政策内容	该政策要求“必须采取更加有力的措施，增强发展动能，优化经济结构，推动经济持续回升向好”。工业和信息化部深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，将全力促进工业经济平稳增长列为首要任务。			
政策解读	该政策为推动轻工业发展实现质的有效提升和量的合理增长。编制意义体现在三个方面：有助于支撑工业经济稳定增长，提振扩大需求，推动产业高质量发展。			
政策性质	指导性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电玩具的安全》	中国轻工业联合会	2022-07	7
政策内容	该政策要求玩具的结构应使玩具在按预期或可预见的方式使用时尽可能减少对人或周围环境的危害。开始测试之前，应按照GB6675-2003的下列要求对不同样品进行相关预处理，并将电池安装在位：超载试验；跌落试验；动态强度试验；拉力试验；拼缝拉力试验。			
政策解读	该政策对电动玩具使用的规范性文件，保证在最坏的情况下将损伤降到最低，对电动玩具安全性进行了规范，保护消费者安全，对行业发展起到了正向推动作用。			

政策性质	规范类政策
------	-------

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》	国务院、中央军委	2023-06	-5
政策内容	该政策规范无人驾驶航空器飞行以及有关活动，要求无民事行为能力人只能操控微型民用无人驾驶航空器飞行，限制民事行为能力人只能操控微型、轻型民用无人驾驶航空器飞行。			
政策解读	该政策因中国对无人驾驶航空器飞行管制，无人机需进行登记，减少了消费者对于此类玩具的热情，因此对电动玩具行业发展有一定的抑制作用。			
政策性质	规范类政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《强制性产品认证实施规则玩具》	国家认证认可监督管理委员会	2020-07	6
政策内容	玩具在以预定或可预见的方式使用时，不得危及使用者或第三方的安全或健康。当玩具只供特定年龄儿童使用时，应考虑到使用者以及在适当情况下其监护人的能力。			
政策解读	本规则基于玩具的安全风险和认证风险制定，规定了玩具实施强制性产品认证的基本原则和要求，让行业更有规范性，促进了电动玩具行业的正向发展。			
政策性质	规范类政策			

[11] 1: <https://www.gov.c...> | 2: 中国政府网

[12] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: 中国政府网

## 电动玩具竞争格局<sup>[13]</sup>

中国电动玩具行业竞争激烈，第一梯队有奥飞、星辉和佳奇等，第二梯队有灵动宝宝、汇乐玩具、童励等企业，其产品多面向婴幼儿玩具市场。

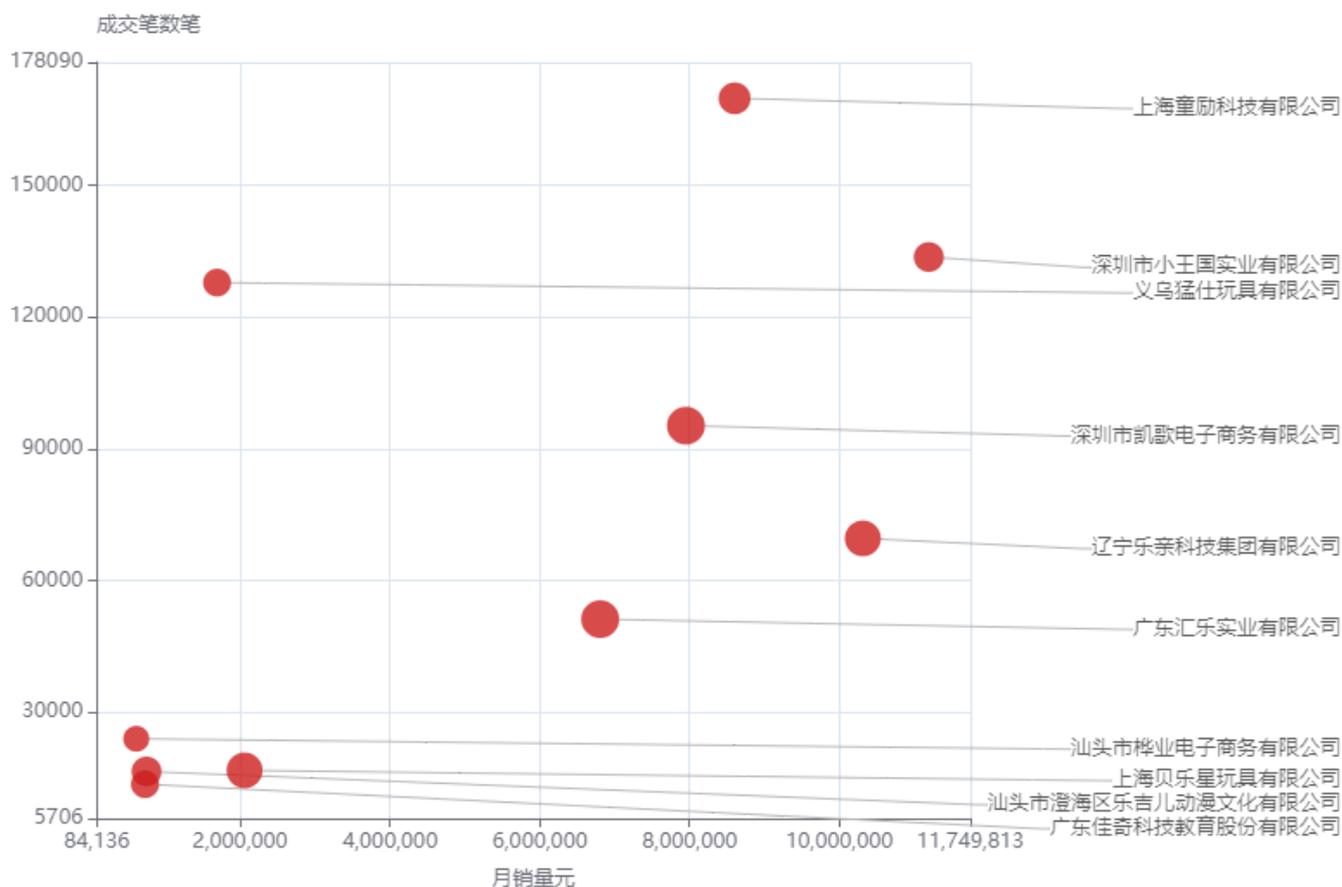
电动玩具行业竞争激烈的原因有：**1.行业准入门槛相对较低，热销品的设计易于模仿，且市场缺乏有影响力的品牌，导致用户品牌忠诚度普遍不高，消费者价格敏感度较高，更倾向于选择价格较低的产品。**中国玩具和婴童用品协会数据显示，21.6%的受访玩具渠道商表示，50-99元批发价格区间的玩具销售额占其玩具总销售额的

30%-39%之间，这凸显了中低端市场的高度竞争态势。 **2.市场参与者众多且分散，电动玩具制造行业以小型企业为主，企业数量庞大且分布密集。由于缺乏专注于电动玩具领域的大型企业引领，市场呈现出单品销售量分散、集中度不足的特点。** 根据企查查数据，电动玩具企业现存272,515家，近三年新增60,505家，其中48,360家为注册资金100-200万的小型企业，行业新进入者数量持续增加，进一步加剧了低端市场的竞争压力。

未来，电动玩具行业的竞争将进一步白热化：**1.随着居民可支配收入的持续增长，消费者对高质量、创新型电动玩具的需求日益旺盛。大中型企业将更加注重中高端玩具的发展，并投入更多资源在产品研发和创新上。预计在未来，中高端企业将凭借其在品质、创新方面的优势，占据更大的市场份额。此外，玩具的教育性已成为消费者购买决策的首要考虑因素，**根据中国玩具和婴童用品协会，消费者考虑玩具教育性比例为34.4%，超过趣味性成为首要考虑因素。**2.中高端电动玩具的需求上升将导致低端企业加速出清，大中型企业亦将提升科技实力来获得消费者青睐，抢占更多市场份额。**据天眼查专利数据显示，近年来与“玩具”相关的专利申请数量持续增长，2020-2022年均超过10,000项，这反映了行业内企业在科技创新方面的积极投入和竞争态势的加剧。<sup>[14]</sup>

气泡大小表示：市场力(分)

[17]



## 上市公司速览

### 星辉互动娱乐股份有限公司 (300043)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.7亿元	12.77	38.44

### 奥飞娱乐股份有限公司 (002292)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.0亿元	-2.30	36.77

[13] 1: 店查查

[14] 1: 数查查/中国玩具和婴童...

[15] 1: 淘宝

[16] 1: 店查查

[17] 1: 店查查

## 电动玩具代表企业分析

### 1 奥飞娱乐股份有限公司【002292】 [18]

^

#### · 公司信息

企业状态	开业	注册资本	147869.9697万人民币
企业总部	汕头市	行业	娱乐业
法人	蔡东青	统一社会信用代码	91440500617557490G
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1997-07-31
品牌名称	奥飞娱乐股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	广播电视节目制作经营; 电视剧制作; 电视剧发行; 电影发行; 音像制品制作; 音像制品复... <a href="#">查看更多</a>		

#### · 财务数据分析

[18]

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.14	0.67	1.21	1.02	1.14	1.05	-	-	-	-
资产负债率(%)	35.8473	35.8148	41.5478	41.2868	40.1785	34.4321	40.986	43.009	40.045	36.24
营业总收入同比增长(%)	56.4492	6.5646	29.7971	8.3851	-22.0366	-3.9746	-13.155	11.659	0.47	-9.78
归属净利润同比增长(%)	85.4208	14.2582	1.923	-81.9178	-1908.7178	107.3673	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	49.4682	74.8628	73.8007	68.7246	78.1725	66.5742	69	47	45	57
流动比率	2.6999	1.8275	1.2136	0.9202	1.0478	1.0593	0.937	1.188	1.121	1.225
每股经营现金流(元)	0.8273	-0.0764	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.092	-0.028	0.1	-0.144

毛利率(%)	49.834	53.3787	49.4202	42.5413	38.531	46.593	-	26.26	-	-
流动负债/总负债(%)	55.2599	66.7209	75.672	93.0627	90.0755	96.3839	97.239	87.378	87.077	81.013
速动比率	1.6051	1.1495	0.5942	0.4899	0.6193	0.5597	0.537	0.832	0.694	0.729
摊薄总资产收益率(%)	11.2221	10.7789	7.2434	0.8195	-22.4799	1.6095	-7.669	-7.424	-3.052	0.313
营业总收入滚动环比增长(%)	7.7491	17.032	-12.7029	15.0346	-3.2669	-2.4936	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	8.8767	-38.4255	-86.7628	-872.3366	-2369.47	-341.0252	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	20.41	17.46	11.74	1.88	-37.32	3.01	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.68	0.39	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.0113
净利率(%)	16.9803	18.566	14.1988	1.8821	-59.5713	3.816	-19.0033	-15.4357	-6.5836	2.5414
总资产周转率(次)	0.6609	0.5806	0.5101	0.4354	0.3774	0.4218	0.403	0.471	0.473	0.113
归属净利润滚动环比增长(%)	16.7923	-14.1919	-58.3434	-224.9511	-5507.4246	-79.1863	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.3573	0.1924	1.1197	1.1187	1.5457	1.5271	1.5182	1.6617	1.6684	1.6684
存货周转天数(天)	126.2848	126.2184	172.5626	187.1686	188.2255	216.0735	197	152	156	185
营业总收入(元)	24.30亿	25.89亿	33.61亿	36.42亿	28.40亿	27.27亿	23.68亿	26.44亿	26.57亿	6.02亿
每股未分配利润(元)	1.538	1.0942	1.3741	1.3774	0.1253	0.217	-0.1314	-0.4229	-0.539	-0.539
稀释每股收益(元)	0.68	0.39	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.0113
归属净利润(元)	4.28亿	4.89亿	4.98亿	9012.96万	-1630190056.08	1.20亿	-450288851.86	-417065559.92	-171598809.76	1667.39万
扣非每股收益(元)	0.65	0.28	0.26	-0.12	-1.31	0.05	-0.34	-0.36	-0.14	0.0092
经营现金流/营业收入	0.8273	-0.0764	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.092	-0.028	0.1	-0.144

## • 竞争优势

经过多年的拓展与积累，奥飞娱乐在玩具衍生品设计、生产及销售方面已经形成了一套成熟的体系，涵盖创意外观设计、结构功能开发、模具开发、制造、营销等多个环节。在前端创意与后端营销方面，奥飞娱乐着重将产品与IP资源相结合，增强其品牌效益。奥飞娱乐自有的产品研发与制造体系提升了产品在成本、效率、市场反应等方面的竞争优势。同时，奥飞娱乐持续进行产品研发与渠道拓展的国际化，积极提升产品竞争力，扩大市场空间。

## 2 星辉互动娱乐股份有限公司【300043】<sup>[19]</sup>



### · 公司信息

企业状态	开业	注册资本	124419.8401万人民币
企业总部	汕头市	行业	娱乐业
法人	陈创煌	统一社会信用代码	91440500708047971Q
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2000-05-31
品牌名称	星辉互动娱乐股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；设计、开发网络游戏；制造、加工、销售：汽车... <a href="#">查看更多</a>		

### · 财务数据分析

<sup>[19]</sup>

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.05	0.91	1.08	1.09	1.06	1.11	-	-	-	-
资产负债率(%)	31.9853	36.619	52.9919	56.2711	53.5756	48.6492	45.172	52.768	57.119	59.008
营业总收入同比增长(%)	13.4512	-33.5635	43.0818	15.1348	2.353	-8.0099	-32.823	-19.277	14.148	-12.947
归属净利润同比增长(%)	91.4846	36.8968	30.146	-49.7773	3.6644	8.4095	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	14.2867	36.3086	43.9373	56.4369	63.5089	74.5311	84	63	57	77
流动比率	1.1099	2.9137	0.9208	0.7138	0.6479	0.5862	0.45	0.288	0.365	0.321
每股经营现金流(元)	0.5814	0.08	0.1551	0.2259	0.5027	0.659	0.524	0.08	0.161	0.032
毛利率(%)	19.7766	43.1556	33.667	31.8116	45.0901	47.7311	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	94.6058	36.0509	48.1577	45.2089	53.3067	71.4037	73.239	70.973	61.083	64.489
速动比率	0.7383	2.3538	0.7001	0.5306	0.5494	0.5107	0.422	0.251	0.325	0.29
摊薄总资产收益率(%)	11.6092	13.0883	10.8171	4.4582	4.0352	4.4531	0.469	-13.434	-7.028	-0.946

营业总收入滚动环比增长(%)	-22.3484	28.7277	2.3291	-10.4673	-3.5262	-42.9778	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-25.209	-19.5464	-15.4755	-120.5972	-78.8371	-125.0795	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	16.42	17.23	19.72	9.31	8.95	8.93	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.48	0.28	0.37	0.18	0.19	0.21	0.02	-0.53	-0.25	-0.03
净利率(%)	10.7605	24.0371	19.0346	8.9806	8.5381	10.0372	1.493	-47.2061	-19.374	-12.9261
总资产周转率(次)	1.0789	0.5445	0.5683	0.4964	0.4726	0.4437	0.314	0.285	0.364	0.073
归属净利润滚动环比增长(%)	40.4567	42.5987	-14.7247	-118.9673	-63.6308	-137.8013	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.3092	0.0314	0.0557	0.0587	0.0711	0.0386	0.0407	0.0412	0.0426	0.0426
存货周转天数(天)	41.4174	65.4545	33.265	23.2543	25.6031	21.6303	19	18	18	21
营业总收入(元)	25.18亿	16.73亿	23.93亿	27.55亿	28.20亿	25.94亿	17.43亿	14.07亿	16.06亿	3.21亿
每股未分配利润(元)	0.9552	0.6471	0.8094	0.9135	1.0737	1.2498	1.2398	0.6973	0.4478	0.4145
稀释每股收益(元)	0.48	0.28	0.37	0.18	0.19	0.21	0.02	-0.53	-0.25	-0.03
归属净利润(元)	2.57亿	3.52亿	4.58亿	2.30亿	2.38亿	2.59亿	2601.40万	-662605082	-310447459.99	-41423597.48
扣非每股收益(元)	0.39	0.18	0.34	0.12	0.16	0.22	0.01	-0.54	-0.26	-0.0351
经营现金流/营业收入	0.5814	0.08	0.1551	0.2259	0.5027	0.659	0.524	0.08	0.161	0.032

### · 竞争优势

星辉娱乐不断探索技术创新，提高玩具产品附加值，保持产品质量的可靠性与持续创新，加快智能制造数字化转型，走高质量发展之路。2022年玩具板块公司共申请13项专利，包括发明专利1项、实用新型专利8项、外观专利4项。截至2022年末，公司共取得专利276项，其中发明专利10项、实用新型专利132项、外观专利134项。

### 3 广东佳奇科技教育股份有限公司【834061】 [20]

^

### · 公司信息

<b>企业状态</b>	开业	<b>注册资本</b>	9980万人民币
<b>企业总部</b>	汕头市	<b>行业</b>	文教、工美、体育和娱乐用品制造业
<b>法人</b>	陈晓铨	<b>统一社会信用代码</b>	91440500746256635H
<b>企业类型</b>	其他股份有限公司(非上市)	<b>成立时间</b>	2002-12-25
<b>品牌名称</b>	广东佳奇科技教育股份有限公司	<b>股票类型</b>	新三板
<b>经营范围</b>	软件开发; 玩具、动漫及游艺用品销售; 玩具制造; 玩具销售; 智能机器人的研发; 智能机... <a href="#">查看更多</a>		

▪ 财务数据分析

[20]

财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
销售现金流/营业收入	1.01	1.16	0.98	0.99	1.05	1	1.02
资产负债率(%)	62.5573	67.4766	16.9569	33.9863	28.8677	18.8035	21.0403
营业总收入同比增长(%)	-	0.1494	40.3484	40.3364	26.4484	30.4811	19.8016
归属净利润同比增长(%)	-	266.7081	543.1748	57.6181	19.0999	65.7252	23.5179
应收账款周转天数(天)	28.8037	26.7435	26.7582	43.2453	50.4096	54.3142	65.8412
流动比率	0.9206	0.955	5.0218	2.3059	2.8106	4.7934	4.3755
每股经营现金流(元)	-0.11	-0.25	0.4721	0.3523	0.49	0.2	0.7
毛利率(%)	16.2292	18.7186	23.5884	25.6009	28.6535	30.5826	28.8096
流动负债/总负债(%)	100	100	100	100	97.3699	95.3481	94.3692
速动比率	0.2617	0.2808	3.1105	1.6198	1.929	3.6989	3.2653
摊薄总资产收益率(%)	0.7414	2.2516	13.3426	16.091	14.7723	16.2872	13.998
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-	-20.2949
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-	-43.8873
加权净资产收益率(%)	3.03	6.58	29.73	22.34	21.61	19.21	17.51
基本每股收益(元)	-	-	0.53	0.39	0.46	0.65	0.75

净利率(%)	0.674	2.3125	11.2531	12.6995	11.9758	15.2106	15.6824
总资产周转率 (次)	1.0999	0.9736	1.1857	1.2671	1.2335	1.0708	0.8926
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-	-	-41.0709
每股公积金(元)	-	-	0.9876	0.0589	0.3477	1.5672	1.5672
存货周转天数 (天)	92.1919	119.4149	108.7942	82.5574	83.4086	86.0462	91.1831
营业总收入(元)	1.22亿	1.23亿	1.72亿	2.41亿	3.05亿	3.98亿	4.77亿
每股未分配利润 (元)	-	-	0.8711	0.7874	0.9071	1.3337	2.0517
稀释每股收益 (元)	-	-	0.53	0.39	0.46	0.65	0.75
归属净利润(元)	82.45万	302.33万	1944.54万	3067.88万	3653.84万	6055.33万	7479.42万
扣非每股收益 (元)	-	0.1317	0.55	0.35	0.43	0.63	0.72
经营现金流/营 业收入	-0.11	-0.25	0.4721	0.3523	0.49	0.2	0.7

## · 竞争优势

佳奇发展具有创新优势。优秀的创意内容设计能力是玩具发行人保持行业领先地位的核心和灵魂，是客户选择玩具产品重要标准之一。佳奇研发部组织创意设计组紧跟市场趋势，综合分析市场销售数据和市场终端、经销与批发商等一线市场信息，积极组织研发人员参加中国、海外各种大型展会与现场考察，辅以从互联网、玩具专业杂志、相关影视文化作品中获取的有效信息，研发基于市场需求，把握世界玩具潮流的脉搏、把握未来的玩具发展方向，推出需求量大且盈利能力强的产品，提高产品附加值，提升中国玩具产业的核心竞争力。

[18] 1: 企查查/万和证券股份有...

[19] 1: 企查查

[20] 1: 奥飞娱乐

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

## 商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

### 会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

### 定制报告/词条

定制公司的第一本

### 白皮书

内容授权商用、上市

### 招股书引用

企业产品宣传

### 市场地位确认

丰富简历履历，报名

### 云实习课程

## 头豹研究院

咨询/合作

网址：[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室

# 诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

