



2026情绪新宠生态建构——潮玩行业全景洞察与趋势展望报告-毕马威

报告解读

2026 情绪新宠生态建构——潮玩行业全景洞察与趋势展望报告-毕马威

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	毕马威中国 (KPMG China)
机构权威性说明	毕马威是全球四大会计师事务所之一，在审计、税务、咨询领域具有国际领先的行业地位和公信力。本报告由毕马威中国零售及消费品行业团队撰写，基于弗若斯特沙利文、CVSource、日本玩具协会等多方权威数据来源，结合行业专家分析与政策梳理，在潮玩产业研究领域具有较高的专业性和权威性。
样本数量	报告未明确给出具体样本量，其数据主要基于第三方机构（弗若斯特沙利文、日本玩具协会等）的宏观统计数据、投融资数据库（CVSource）及公开资料，属于行业总量与趋势分析。
研究时间范围	核心数据覆盖 2020-2025 年，并对 2026-2030 年进行预测；投融资数据覆盖 2021-2025 年。
权威性评估	高（国际顶级专业服务机构，数据来源多元）
时效性评估	高（2026 年发布，覆盖 2025 年最新数据及未来预测）

二、范围与边界确认

维度	说明
细分行业	主要研究潮玩行业，涵盖盲盒公仔、手办模型、BJD 玩具、艺术玩具、搪胶毛绒、卡牌、积木等细分品类。覆盖产业链上中下游（IP 创作、产品设计、智能制造、全渠道销售）。
地域市场	以中国市场为核心，同时涉及日本、全球市场对比及中国潮玩出海（欧美、东南亚等）。
用户群体	Z 世代年轻消费者、潮玩收藏者、IP 运营方、制造企业、投资机构、政策制定者等。

三、核心摘要提炼

中国潮玩市场高速增长，情绪消费成核心驱动力。 2025 年中国潮玩市场规模预计达 825 亿元，同比增长 40.5%；预计 2030 年突破 2,133 亿元，复合增长率 18.7%。超 9 成青年认可“情绪价值”，近 6 成愿为情绪买单。

产业链以 IP 为核心，呈现“IP+技术+供应链”协同发展格局。 上游 IP 创作（自主+授权），中游柔性制造与智能制造（3D 打印、AI 视觉检测），下游全渠道零售（快闪店、体验店、DTC 出海）。投融资回暖，2025 年融资事件回升至 20 起，亿元级融资重现。

未来趋势：智能化、全球化、可持续发展。 AI 赋能产品形态（智能交互潮玩）、技术驱动生产（3D 打印、AI 质检）；出海从产品输出转向文化输出（泡泡玛特海外收入增长超 12 倍）；环保材料与碳中和产品成行业标杆（如 DIMOO 河狸手办全链路减碳）。

核心观点总结表：

层面	核心结论
市场规模	2025 年中国潮玩市场规模 825 亿元（+40.5%），2030 年预计 2,133 亿元（CAGR 18.7%）。
消费驱动	情绪价值主导：超 90% 青年认可情绪价值，近 60% 愿为情绪买单。
产业链	上游 IP 双轮驱动（原创+授权），中游智能制造（3D 打印、AI 质检），下游全渠道（DTC、快闪店、社群运营）。
投融资	2021-2025 年融资先降后升，2025 年回升至 20 起，亿元级融资重现，资本聚焦 IP+技术+供应链协同。
技术趋势	AI 赋能产品（智能交互潮玩）、生产（AI 视觉检测）、供应链（柔性制造）。
出海与文化	泡泡玛特海外收入增长超 12 倍，东莞潮玩通过“在地化展览+国际传播”走向世界。
可持续发展	环保材料、碳中和产品（DIMOO 河狸手办）成为行业标杆，二手交易市场推动循环经济。

四、关键数据抓取与呈现

数据内容	数值	数据来源
2025 年中国潮玩市场规模及同比增速	825 亿元, +40.5%	本报告第 3 页
2030 年中国潮玩市场规模预测	2,133 亿元	本报告第 3 页
2020-2025 年中国潮玩市场 CAGR	27.1%	数据来源: 弗若斯特沙利文, 毕马威分析
2024 年全球潮玩市场规模及增速	418 亿美元, +14.2%	数据来源: 弗若斯特沙利文、源达信息证券研究所毕马威分析
2025 年青年认可情绪价值比例	超 90%	数据来源: 弗若斯特沙利文、源达信息证券研究所毕马威分析
2025 年潮玩行业投融资事件数量	20 起	数据来源: CV Source, 毕马威分析
泡泡玛特会员销售贡献率	91.2%	数据来源: 公开资料整理, 毕马威分析

五、风险与机遇诊断

类型	说明
主要挑战与风险	1. IP 依赖与生命周期管理: 核心 IP 授权普遍集中在 1-3 年, 续约受阻或热度下降将冲击业绩稳定性 (P40)。 2. 同质化竞争加剧: 盲盒等模式快速复制, 产品创新压力增大, 消费者对品质、创意要求提升 (P42)。 3. 出海的文化差异与合规风险: 文化适配、认证壁垒、知识产权保护、跨国经营品控及物流挑战 (P30, P40)。 4. 非理性消费与监管风险: 盲盒+稀有概率模式可能诱导非理性消费, 引发监管审查 (P41)。 5. ESG 与成本压力: 环保材料、碳中和转型需要高额初期投入, 中小企业面临资金压力 (P36)。 6. 社群运营与舆情风险: 品控缺陷等负面信息易在社交网络扩散, 损害品牌形象 (P32)。
被低估的潜在增长机会	1. AI 智能交互潮玩: 嵌入 AI 大模型后产品价值可提升近 10 倍, 面向儿童、成人、老年康养等多场景 (P23-24)。 2. 垂直细分赛道深耕: 影视卡牌、解压玩具、国风潮玩等精准圈层市场, 通过独特产品力建立竞争壁垒 (P27-28)。 3. 跨界联名与场景共创: 与国漫、游戏、文旅、非遗等深度合作, 实现 IP 价值共创与破圈传播 (P29)。 4. DTC 出海与本土化运营: 泡泡玛特等品牌通过 DTC 模式直接触达海外消费者, 定制本土化 IP 产品 (P35)。 5. 绿色潮玩与碳中和: 环保材料、可降解包装、全链路碳中和产品满足 Z 世代 ESG 诉求, 成为品牌差异化亮点

类型	说明
	(P36-38) 。 6. 二手交易与循环经济：二级市场延长产品生命周期，帮助企业掌握市场需求，优化库存管理（P39）。 7. 港股上市与资本化：港交所对新兴消费企业包容度高，互联互通机制提供融资与流动性支持（P40-41）。