KPMG
毕马威

情绪新宠 生态建构

潮玩行业全景洞察与趋势展望



毕马威中国
研究院

毕马威 创见不同·智启未来

kpmg.com/cn

2026年4月

目录



卷首语 02

01 产业篇：

潮玩产业市场结构与发展现状 03

02 资本篇：

潮玩产业资本化进程与跨界生态演变 13

03 趋势篇：

从爆发式增长到价值重构 21

结语 41

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。



零售及消费品行业主管合伙人
零售及消费品行业审计服务
主管合伙人

毕马威中国
林启华

卷首语

2025年，中国社零总额已突破50万亿元大关，标志着中国经济正在完成从投资驱动向消费驱动的增长模式转型。依托宏观经济转型升级的有利契机，潮玩产业这一融合艺术审美、文化符号与情感价值的新型消费形态，正加速重构当代文化产业经济图景。而随着Z世代消费群体的崛起，潮玩产品已突破亚文化圈层壁垒，形成覆盖全年龄段的大众消费市场，成为观察消费升级、文化创新与产业变革的关键观测点。

当代消费行为已超越传统商品交易范畴，呈现出显著的情绪价值消费特征。这种消费理念的高度演进，与“十五五”规划提出的消费提质扩容战略目标形成深度契合。在国家文化产业政策的持续支持下，中国潮玩产业展现出强劲的全球竞争力。经过十余年的快速发展，从无到有、由跟随者向引领者转变，行业已构建起完整的产业链生态体系。2025年中国潮玩市场规模预计超825亿元，同比增长40.5%，预计到2030年，市场规模将突破2,133亿元，复合增长率达18.7%。

全球化与本土化的交织为中国潮玩行业带来新的活力。未来，如何构建一个更加可持续和健康的产业生态，将是所有行业参与者共同面对的时代命题。基于此，毕马威发布《情绪新宠，生态建构——潮玩行业全景洞察与趋势展望》报告，基于多维度数据与系统性分析，结合专业视角，全面梳理中国潮玩行业的发展现状，深入解析产业底层逻辑，并展望未来发展趋势。《报告》从技术创新、IP开发、全球文化输出、社群经济、可持续发展以及IPO六个方面重点关注，洞悉潮玩行业未来新风口，为行业从业者揭示潮玩背后的文化逻辑与经济规律，提供具有战略价值的决策与参考。

潮涌时代，玩启新章。我们期待，这份报告不仅能够成为系统梳理潮玩行业发展状况的参考框架与研究载体，更能作为观照当代消费文化、洞察年轻世代精神诉求的多维视角，从中捕捉时代文化演进的细微脉动。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询(中国)有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

产业篇：

潮玩产业市场结构与发展现状



© 2026毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

1.1 潮玩产业：以情绪价值重构消费新模态



消费是推动经济增长的主引擎，也是人民美好生活需要的直接体现。“十四五”时期，中国稳居全球第二大消费市场。2021年到2025年间，中国社零总额年均增长超5.0%，消费对经济增长的年均贡献率达到60.0%左右，消费主引擎作用持续凸显。其中，服务消费保持较快增长，居民服务性消费支出占比较“十三五”期间提升3.5个百分点，达到46.2%[1]。情绪消费、数字消费等新型消费蓬勃发展，使人民美好生活更加多样、鲜活。

2026年是“十五五”规划的开局之年，也是中国经济向消费驱动型增长模式深度转型的关键节点。在这一背景下，消费已不仅是简单的交易行为，更承载着经济韧性、产业活力与人民幸福感的多重使命。为了释放新型消费潜力，2026年1月，国务院发布《加快培育服务消费新增长点工作方案》，将情绪消费列入三大服务消费潜力领域之一，促进服务消费提质惠民。潮流玩具（潮玩）作为情绪消费的一个重要载体与表现形式，正在开启商业新模式。

潮玩，又称艺术玩具或设计师玩具，是一种融合艺术创意、时尚文化与收藏价值的现代消费品。潮玩具有高辨识度的独立知识产权（IP）属性，其核心价值在于满足消费者对个性化、情感化和社交化的需求，区别于传统玩具更注重艺术表达与精神共鸣。从细分领域上看，潮玩主要涵盖盲盒公仔、手办模型、BJD（球型关节人偶）玩具以及艺术玩具等类型。

图 1 潮玩定义示意图



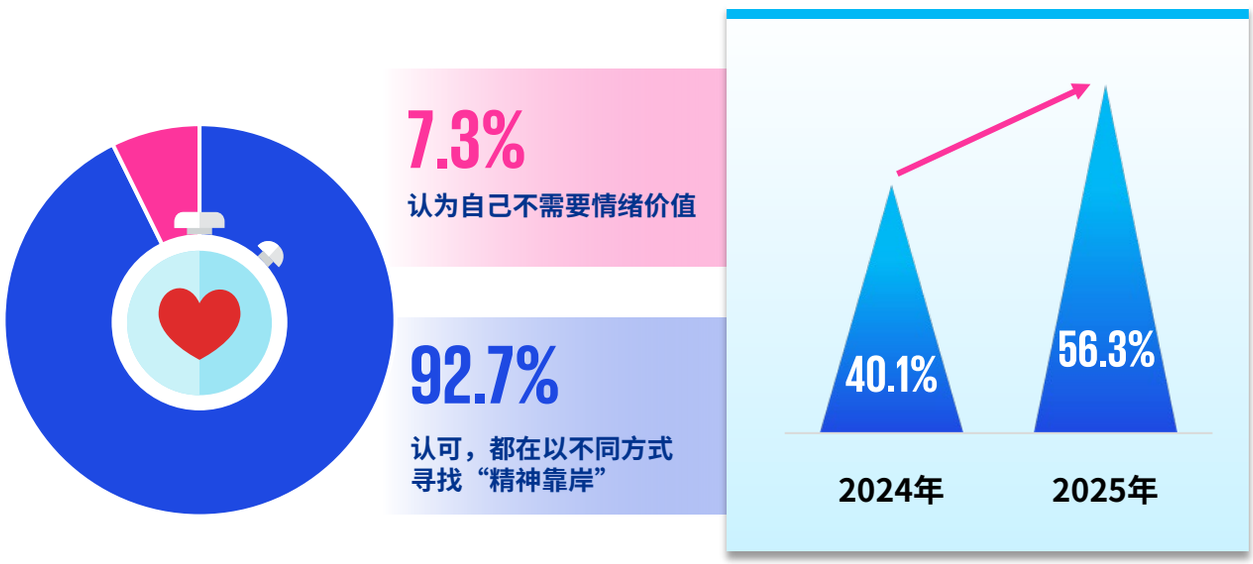
来源：毕马威分析

[1] 国新办举行国务院政策例行吹风会介绍《加快培育服务消费新增长点工作方案》有关情况，国新办，2026年2月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

潮玩产业的兴起，反映了消费者从物质消费转向追求社会认同，再到重视情绪价值的演变过程。在传统的消费观念中，商品的实用性和性价比是消费者的首要考量。然而，随着经济的快速发展和生活节奏的加快，人们更加重视愉悦感、归属感、认同感等精神层面上的满足。情绪价值正逐渐成为影响消费者消费决策的重要因素之一，特别是在年轻消费群体中。相关报告调研揭示，目前，超9成青年认可“情绪价值”概念；其中，近6成的青年愿意为情绪价值买单，在情绪的驱动下追求更丰富、更个性化的消费体验[2]。消费者购买的不仅是实物，更是对情感需求、审美偏好和社交认同的精神投资。这一由情感驱动的消费变革，正在重塑消费生态，催生多元创新。

图 2　2025年青年认可情绪价值需求调研情况（单位： %）



来源： Soul App，上海市青少年研究中心，毕马威分析



[2]《Z世代情绪消费报告》，Soul App，上海市青少年研究中心，2025年9月

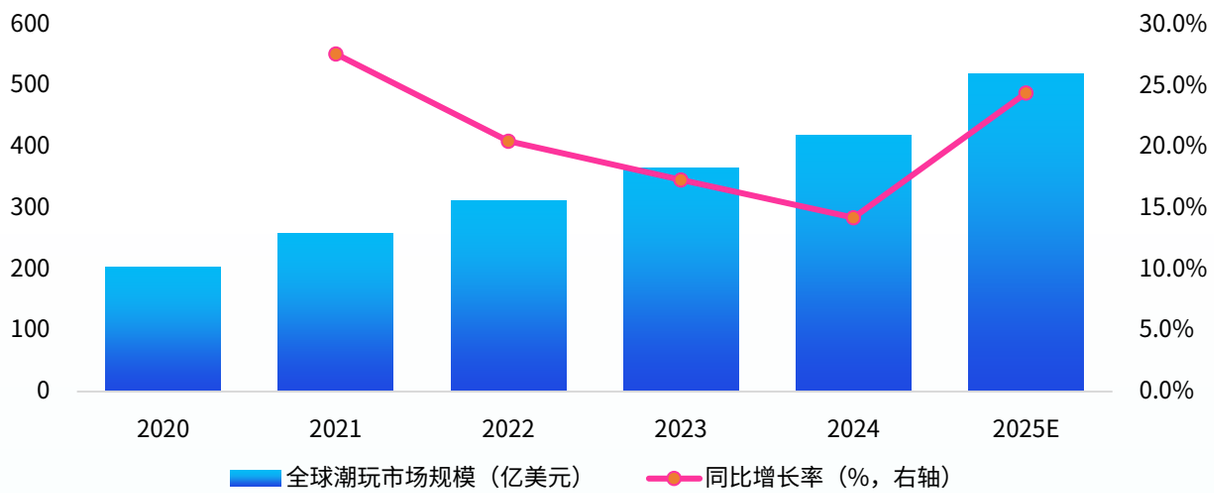
© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

1.2 潮玩市场规模：从小众圈层到大众情绪消费的跨越式增长



近年来，全球潮玩行业保持良好的增长势头，市场规模持续扩大。以Z世代为代表的年轻消费群体正成为市场主力，他们不再满足于标准化的商品，而是追求能表达自我、彰显个性的潮流玩具。这种消费偏好的转变，让潮玩文化从亚文化圈层迅速破圈，从而持续推动全球潮玩市场的扩张。数据显示，2024年全球潮玩行业市场规模为418亿美元，同比增长14.2%。预计2025年全球潮玩行业市场规模将达到520亿美元，年均增长率超过20.0%[3]。

图 3　2020年—2025年全球潮玩市场规模及预测趋势（单位：亿美元；%，右轴）



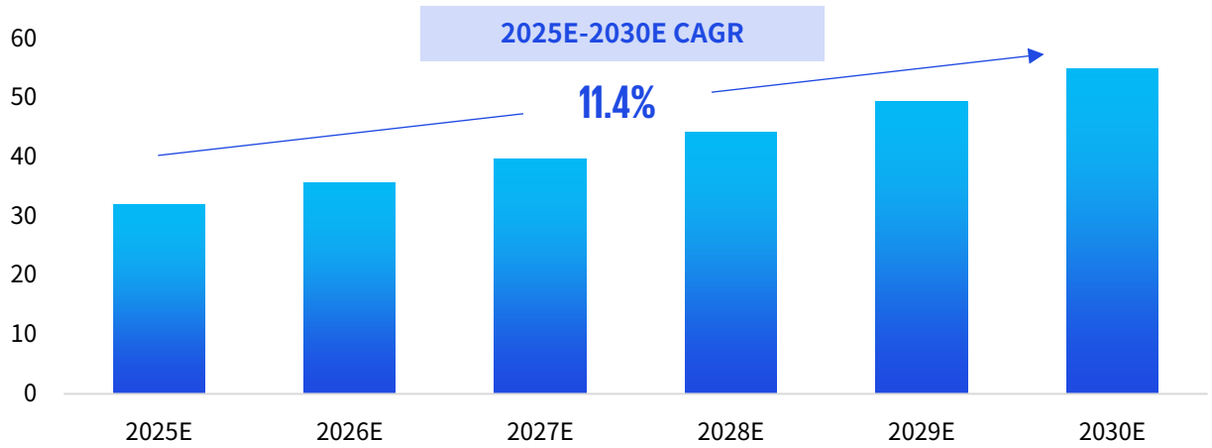
来源：弗若斯特沙利文、源达信息证券研究所，毕马威分析

作为潮玩行业的发源地之一，日本的潮玩市场发展已相对成熟。与中国市场相比，日本在IP内容化、成熟度以及品牌认知度方面具有明显优势，主要通过动漫、游戏等IP进行深度开发并与消费者建立强烈的情感连接，从而积累了深厚的IP储备和高黏性粉丝群体。数据显示，预计到2030年，日本潮玩市场将达到55亿美元规模，年均复合增长率约为11.4%，行业规模稳步提升[4]。作为潮玩行业的先行者，日本在推动全球潮玩行业发展方面发挥了重要作用，奠定了坚实的基础。

[3] 潮玩千亿赛道空间广阔，文化与全球化打开成长天花板，源达证券，2025年8月
[4] 沙利文弗若斯特

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

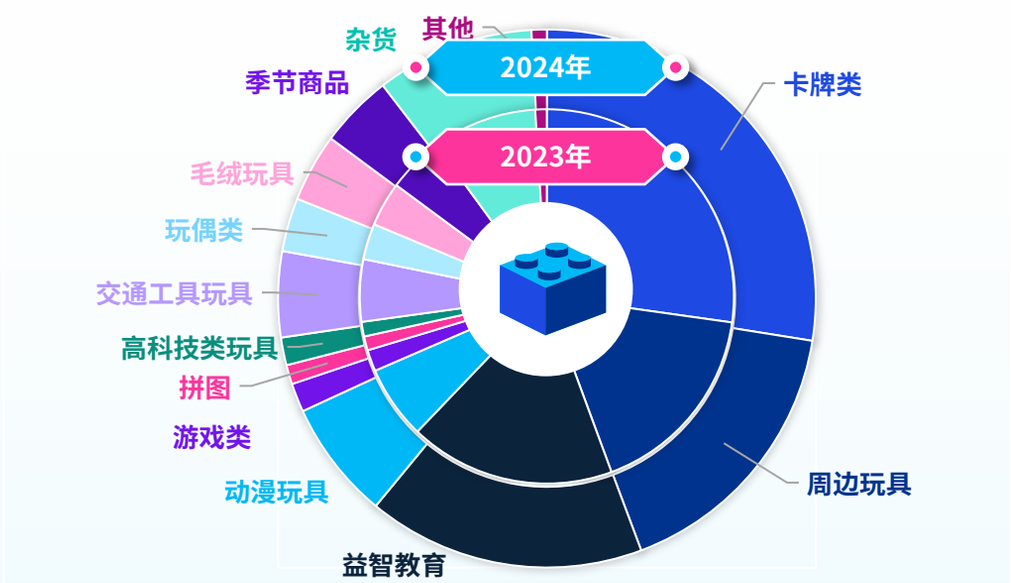
图 4 2025年—2030年日本潮玩市场规模预测趋势（单位：亿美元；%）



来源：弗若斯特沙利文，毕马威分析

在少子化趋势持续的社会背景下，日本玩具行业反而呈现出独特的逆周期增长的韧性。据日本玩具协会数据显示，2024年日本玩具市场规模达72.7亿美元，同比增长7.9%，其中以卡牌类、周边玩具、动漫玩具、高科技类玩具、玩偶以及毛绒玩具为代表的潮玩相关品类玩具占据玩具品类近6成，同比分别增长9.0%，5.5%，21.3%，42.4%，12.1%和15.3%。其中，卡牌类玩具占比最高，占27.5%。日本潮玩市场发展成熟，行业已成功将核心受众人群从儿童延伸至具备高消费潜力的成年人群体，从而以价值填充对冲了数量下滑所带来的市场压力。

图 5 2023年与2024年日本玩具市场规模占比（单位：%）



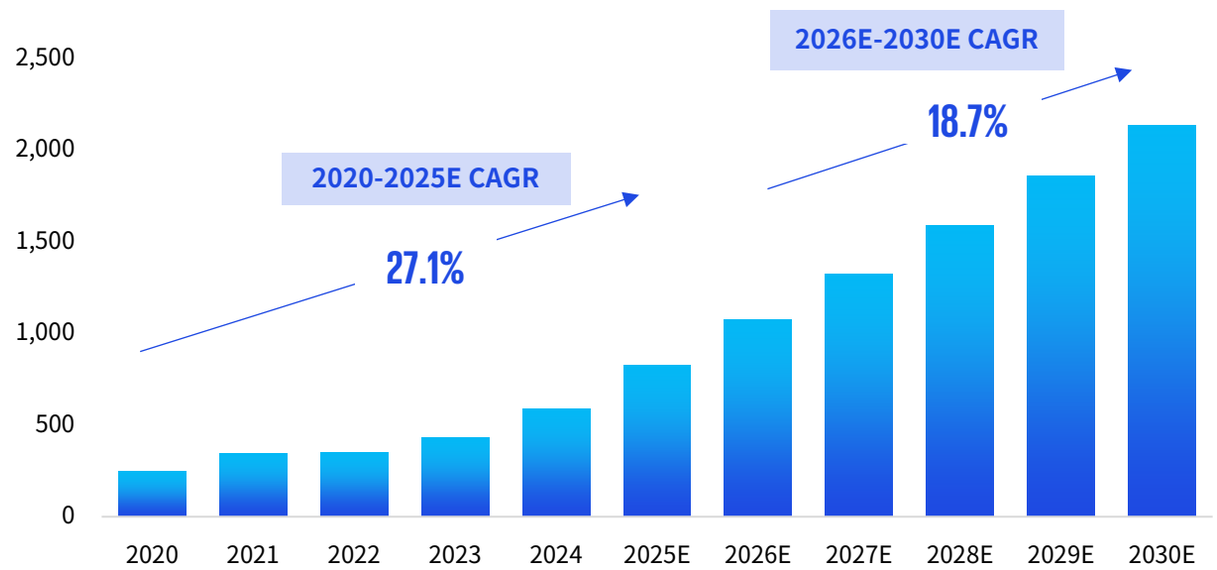
来源：日本玩具协会，毕马威分析

注：货币换算基于国家外汇管理局交易年份当年日元对美元汇率的平均值

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

作为全球潮玩市场的重要新兴力量，中国潮玩市场亦呈现快速增长的趋势。需求端Z世代情绪消费觉醒、供给端IP生态成熟与产业集群优势、渠道端全渠道创新与体验升级、技术端AI赋能产业创新以及政策端消费支持与资本推动等多重因素的共同作用，推动中国从传统玩具制造大国向潮玩品牌大国转型。数据显示，自2023年起，中国潮玩行业进入高速增长阶段，市场规模突破400亿元大关。2024年，中国潮玩市场规模为587亿元，同比增长36.5%。预计到2025年，中国潮玩市场规模将达到825亿元，2020年到2025年间年均复合增长率高达27.1%，高于全球平均水平。

图 6　2020年—2030年中国潮玩市场规模及预测趋势（单位：亿元；%）



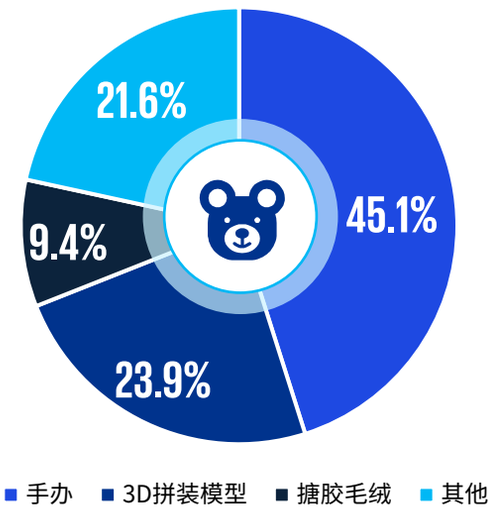
来源：弗若斯特沙利文，毕马威分析



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

手办产品领跑中国潮玩市场，搪胶毛绒成潮玩市场中备受关注的品类之一。2024年，中国潮玩产品市场呈现出多元化发展的格局。从市场份额来看，手办占据主导地位，占45.1%；3D拼装模型紧随其后，占比为23.9%；搪胶毛绒品类以9.4%的市场份额排名第三，自2024年起呈现爆发式增长态势，成为潮玩市场中最受关注的新兴品类。

图 7　2024年中国潮玩产品市场份额（以零售额计）（单位：%）



来源：弗若斯特沙利文，毕马威分析

中国出台一系列政策，助力并推动中国潮玩行业的发展。近年来，中国政府将潮玩产业作为国民经济的重要组成部分，出台了一系列政策文件和措施，为潮玩行业的发展提供了良好的政策环境支持。从政策演变趋势来看，国家对潮玩行业的监管呈现出两大转变：一是从**鼓励发展**向**规范发展**的演进，二是从**单一业态**向**多场景融合**的拓展，体现出政策在支持行业发展的同时注重规范化和多元化发展的双维度导向。

从鼓励发展向规范发展过渡	从前期的侧重产业扶持，通过IP授权等方式创新扩大市场，到市场监督管理总局出台的《盲盒经营行为规范指引（试行）》，强化盲盒等细分领域的规范，防范市场乱象。政府对潮玩行业经济的规范化管理已经进入实质性阶段，对行业的长期健康发展进行规范引导。
从单一业态向多场景融合延伸	从前期聚焦潮玩本身的设计，到推动潮玩与数字技术、文旅演艺、商业空间等深度融合。2025年11月多部门联合发布的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》中提到，支持发展品牌授权，推出系列IP授权类产品。政府积极推动潮玩产业的发展，通过与一系列场景与文化的融合，提升潮玩行业文化价值，为消费市场注入新活动。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

表 1　中国潮玩行业监管与支持政策梳理（不完全统计）

监管方向	发布时间	发文单位	政策名称	相关内容
产业扶持与消费升级	2025年11月	工业和信息化部、国家发展改革委、商务部、文化和旅游部、中国人民银行、市场监管总局	《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》	积极发展宠物周边、动漫、潮服潮玩等兴趣消费产品。鼓励传统商超、购物中心、商业街设计改造引入谷店或集合型潮玩店。
	2025年9月	财政部、商务部	《关于开展消费新业态新模式新场景试点工作的通知》	支持时尚服饰、消费电子、美妆、潮玩、家居、汽车、智能终端、运动潮品以及服务消费等领域具有创新性、引领性的产品和服务举办首发首秀首展活动。
	2025年1月	国务院	《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》	推出彰显中国审美、中国风格的时尚穿戴、家居、潮玩、运动、电子设备等产品，推动在服装、箱包、珠宝、美妆、玩具等领域开发联名款文创产品，打造国货潮牌、潮品。
	2024年3月	国务院	《2024年政府工作报告》	培育壮大新型消费，实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货潮品等新的消费增长点。
文化融合与IP开发	2025年11月	工业和信息化部、国家发展改革委、商务部、文化和旅游部、中国人民银行、市场监管总局	《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》	支持企业孵化本土知识产权（IP），创新设计文创产品、动漫周边商品等，发展品牌授权，推出系列IP授权类产品。
	2023年7月	工信部、发改委、商务部	《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》	推进与文化产业融合，举办玩具和婴童用品创意设计大赛，推动新国潮、博物馆、文旅IP等品牌授权，提升品牌价值和产品附加值。
数字化与创新场景融合	2024年6月	发改委	《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》	打造新生代潮玩聚集地，支持打造一批演艺新空间，促进虚拟现实（VR）体验等文娱业态场景创新。
	2024年4月	商务部	《商务部办公厅关于实施数字消费提升行动的通知》	打造新生代数字潮玩聚集地，探索同一数字消费场景内商、旅、文、体、健多业态融合，满足消费者个性化、沉浸式体验需求。
市场规范化与消费者权益保护	2023年6月	市场监督管理总局	《盲盒经营行为规范指引（试行）》	对盲盒市场的销售及经营进行规范管理。

来源：各监管机构官网，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

1.3 × 潮玩产业链全景图：以IP创意为核心，从文化符号到实体商品高效转化的价值链



潮玩产业链是一条以IP为核心的价值链。目前，潮玩行业已形成从IP创作、产品设计到智能制造、全渠道销售的产业生态。上游以**原创+授权**联名双轮驱动构建IP矩阵；中游则兼顾产品设计开发与制造，支撑潮玩精密注塑与涂装工艺需求；下游则通过机器人商店、快闪店与跨境电商构建**体验+零售**复合场景。

与此同时，一些潮玩行业先行者已逐步建立起完善的IP全产业链平台。以泡泡玛特为例，作为中国潮玩文化的代表，其已建立起覆盖起上、中、下游的产业链，掌控着从创意到零售的全过程，持续引领并推动中国潮玩文化的发展。

表 2 潮玩行业上中下游介绍

	潮玩行业	泡泡玛特
上游	IP创作与授权作为价值源头，直接决定了产品的市场吸引力、文化内核与长期生命力。当前潮玩市场的IP授权机制已形成**自主开发+外部联名**的双轨并行的分化格局。	签约全球300多位艺术家，形成稳定的创意资源池，同时对自有IP、独家IP与非独家IP进行清晰分类。
中游	作为潮玩产业链的核心转化枢纽，中游环节承担着将IP视觉资产转化为实体产品的关键工业职能，其本质是基于IP形象进行二次创作，设计出盲盒、手办等不同形态的产品，同时兼备设计、建模、材料选型与制造工艺的系统性整合。	构建敏捷、协同且因地制宜的柔性供应链，全球已布局六大生产基地，覆盖东南亚及墨西哥等海外地区。
下游	销售渠道与消费者触达已成为IP价值转化的关键，触达策略的升级正推动潮玩行业从产品驱动迈向**内容+社群+情绪价值**三位一体的运营范式，通过不同且丰富的场景激发消费者购买欲，并形成社群文化，构建起以用户为中心的长期关系网络。	覆盖全球的**场景+内容触角**，无死角的全渠道销售网络，更是通过创造场景与内容，让IP持续与消费者互动。

来源：公开信息整理，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

图 8 潮玩产业链布局情况



来源：公开信息整理，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

资本篇：

潮玩产业资本化进程与跨界生态演变



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2.1 潮玩头部企业加速资本化，行业集中度提升

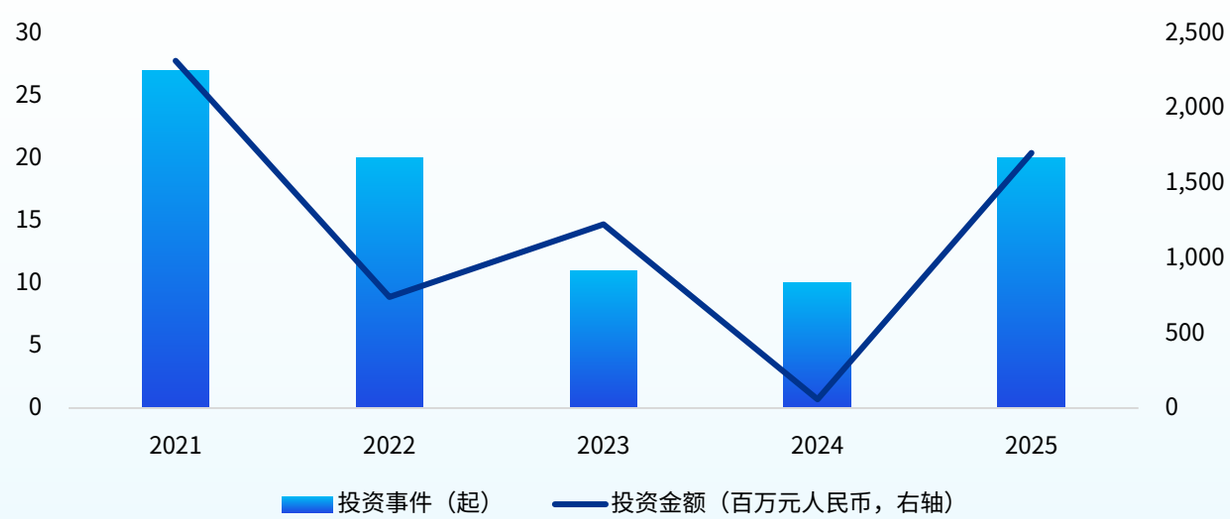


2.1.1 PEVC：投融资回暖，资本偏向于具备IP运营能力、全球渠道网络和供应链协同的企业

潮玩行业的核心在于通过IP内容和创意资源撬动产业发展，而投融资正是加速这一进程的关键杠杆。资本不仅为IP孵化、内容创作和技术研发提供必要的资金支持，更通过资源整合帮助品牌实现从单一产品到生态化运营的跨越，从而放大内容与资源的协同效应。

从历年数据看，2021年至2025年间，潮玩行业的投融资规模呈现出高位震荡下行、触底企稳、逐步回暖的周期性特征。2021年是潮玩消费的巅峰之年，全年共发生27起融资事件，资本对行业的关注度高涨；从已披露的金额来看，投融资金额达到了23.1亿元人民币，这一阶段的繁荣与头部企业的快速崛起及盲盒经济爆发密切相关。2022年至2024年，行业投融资热度明显降温，事件数量分别降职20起、11起和10起，融资金额亦大幅波动下降，资本趋于理性、行业进入去泡沫和结构调整阶段。尤其是2024年，成为近年来的融资低谷，资本观望情绪显著增强，市场进入相对冷静期。进入2025年，行业迎来明显修复，融资事件数量回升至20起，融资金额达到约17亿元，亿元级融资案例增多。资本正逐步重拾信心，积极重返潮玩赛道。

图 9 2021年—2025年潮玩行业投融资情况（单位：起；百万元，右轴）



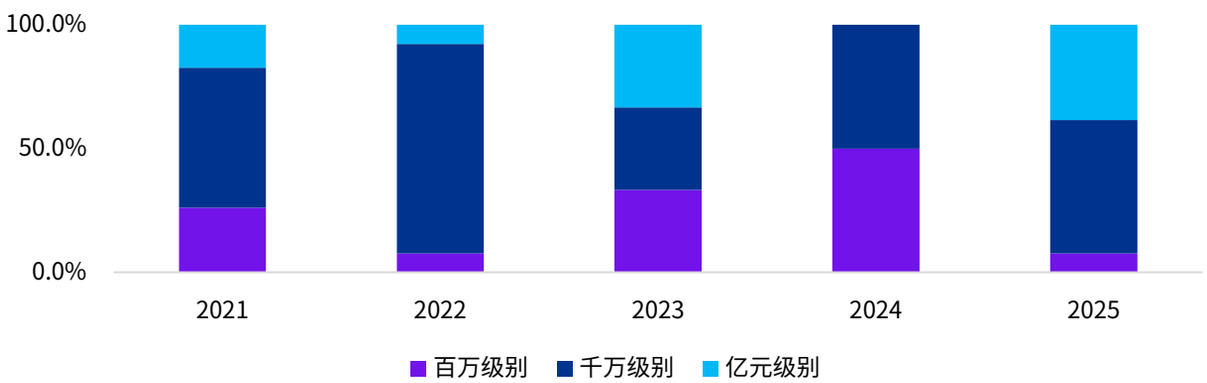
来源：CV Source，毕马威分析

注：货币换算基于交易年份当年人民币对各币种中间价平均值。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

从投融资金额层级分布来看，过去五年中国潮玩行业发生的投融资事件主要集中在千万元级别。其中，2025年千万元级别融资事件占全年潮玩行业投融资事件的54.0%，与2024年占比大致相同。值得注意的是，亿元级别融资事件重新回归。随着潮玩行业的快速发展和市场规模的持续扩张，资本的投资偏好正在发生变化。当前，资本更倾向于支持处于成长期、具有一定规模和发展潜力的企业。

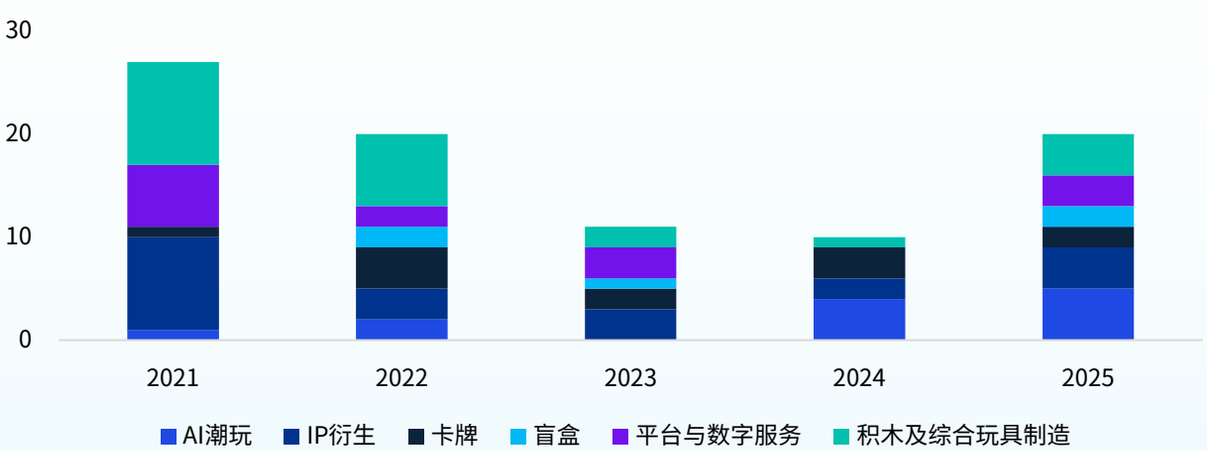
图 10 2021年—2025年潮玩行业投融资事件按金额层级分布情况（单位：%）



来源：CV Source，毕马威分析

从各细分赛道来看，中国潮玩行业投融资整体呈现由制造与IP驱动向技术与内容融合转型的趋势。2021年，资金主要集中于积木及综合玩具制造（10起）、P衍生（9起），以及平台与数字服务（6起）中，这一阶段正值盲盒经济兴起和渠道快速扩张时期，行业增长更多依赖于产品的供应能力和IP的商业化变现能力。进入2022年至2023年，行业整体融资规模收缩，各赛道的投资热度普遍回落。其中，制造类项目由7起降至2起，IP衍生维持在3起左右，资本从规模扩张转向对盈利能力的审慎评估，行业进入去泡沫期。2024年为明显低谷期，但投资结构开始出现分化，AI潮玩逆势增长至4起，成为当年为数不多的亮点，而传统平台与数字服务的投融资事件数量降为0，单纯依靠渠道运营的商业模式吸引力减弱，技术驱动和内容创新成为行业的新焦点。到2025年，行业融资热度重新回暖，呈现出多点开花的态势。AI潮玩（5起）与IP衍生（4起）、制造端（4起）同步回升，卡牌与平台类亦有所恢复，中国潮玩行业开始进入IP+技术+供应链协同的新阶段。

图 11 2021年—2025年潮玩产业细分赛道投融资情况（单位：起）

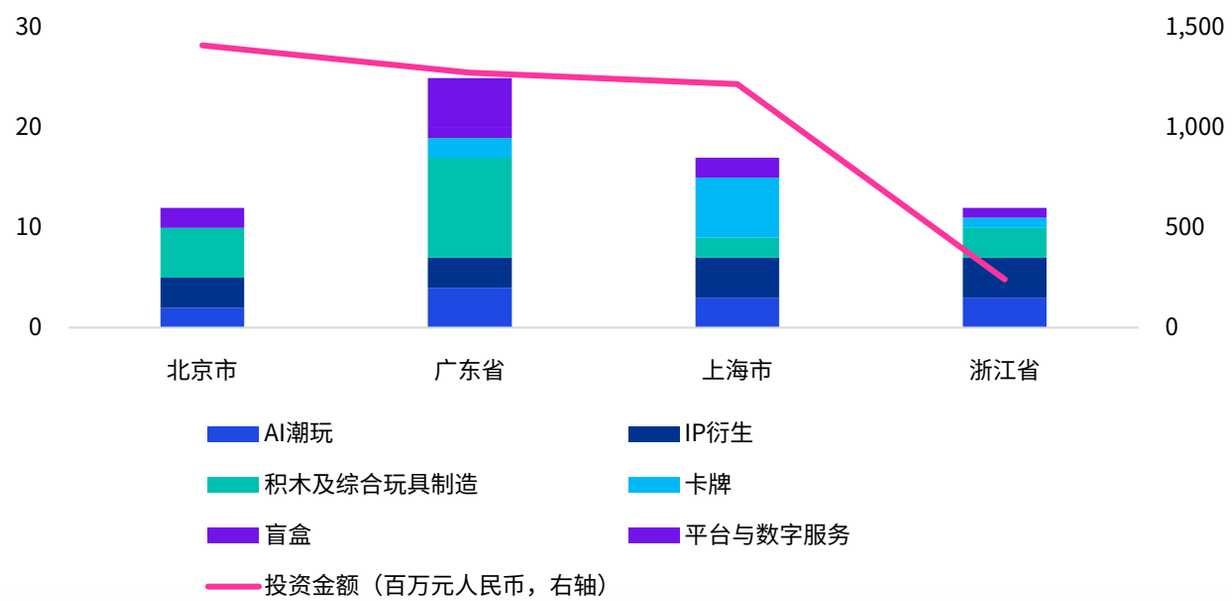


来源：CV Source，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

从地区分布来看，潮玩行业投融资事件主要集中在北京、上海、广东和浙江四地，区域集聚效应明显。2021年至2025年间，中国共有13个省市的潮玩项目获得融资。其中，北京以约14.1亿元位居首位，远高于广东（约12.8亿元）和上海（约12.2亿元），北京凭借其在文化创意、IP孵化及平台型企业的深厚积累，吸引了大量具备内容溢价能力的中后期项目，在资本层面具有强大吸引力。广东省虽然融资总额略逊于北京和上海，但融资事件数量最多，呈现出项目多、单笔金额小的特点。广东因制造业和供应链的优势，在产业基础和落地能力极具竞争力，吸引了大量早期及成长型项目。上海则以较高的单笔融资金额见长，在卡牌（6起）及IP衍生（4起）等领域表现突出，其在商业化变现、品牌运营及消费市场转化方面具备优势，成为相关企业融资的重要高地。相比之下，浙江省的整体融资规模虽不算庞大，但在IP衍生和AI潮玩等领域保持一定的活跃度，显示出该地区在新兴内容与技术创新方向上的探索潜力，未来有望形成更具特色的区域发展路径。

图 12　2021年—2025年潮玩行业PEVC融资规模TOP4地区分布（单位：起；百万元，右轴）



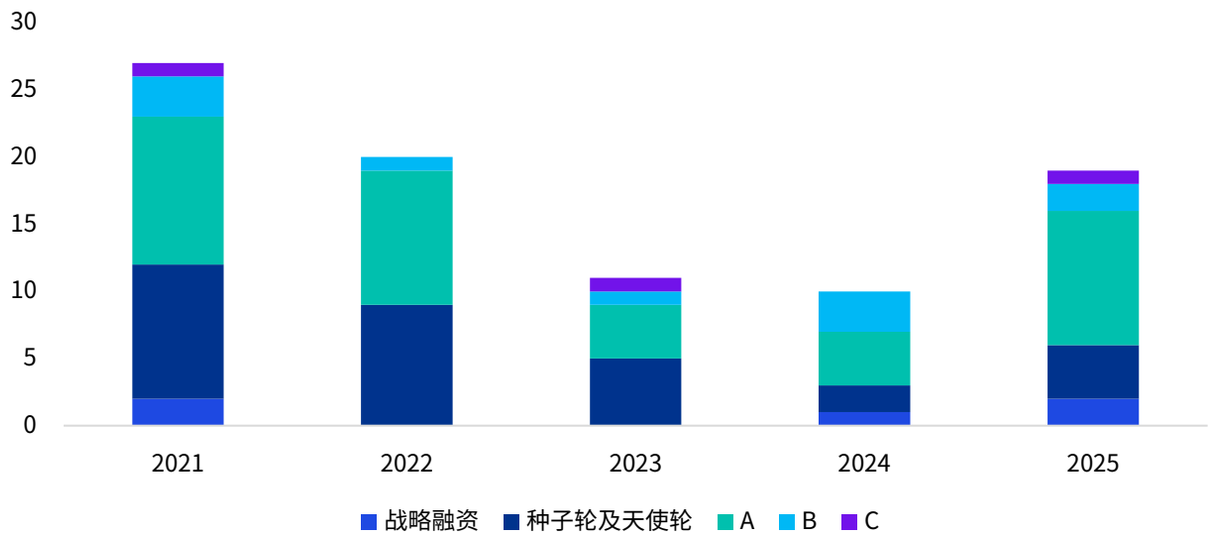
来源：CV Source，毕马威分析

注：货币换算基于交易年份当年人民币对各币种中间价平均值。

从融资轮次分布来看，2021年是潮玩行业的融资高峰期，A轮（11起）与种子/天使轮（10起）占据主导，叠加少量B轮（3起）及战略融资（2起），当时行业处于快速扩张阶段，资本大量涌入早期项目，推动IP孵化与产品创新。2022年延续了2021年的融资格局，但整体热度有所下降。A轮和种子/天使轮仍为主要融资轮次，但后期轮次明显减少，资本态度趋于审慎。进入2023年及2024年，行业的融资规模与轮次全面收缩，A轮融资数量降至4起，种子轮则降至2至5起区间，B轮及以上融资稀少。这一阶段，资本更加聚焦于项目的盈利能力与现金流表现，行业进入理性发展阶段。2025年，行业出现回暖迹象，A轮（10起）和种子/天使轮（4起）的投融资数量回升，战略融资（2起）与C轮（1起）亦有所恢复。资本信心回归，优质企业开始获得中后期资金支持，行业逐步迈向稳定。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

图 13 2021年—2025年潮玩行业投融资事件按融资轮次分布情况（单位：起）



来源：CV Source，毕马威分析

从投资机构的投向来看，潮玩行业的核心逻辑主要围绕IP价值、数字化创新和跨行业协同三大方向展开。风投机构和专项基金更倾向于早期项目，尤其是具备原创IP和技术创新能力的初创企业；产业资本则更关注成长期项目，通过布局上下游产业链巩固生态优势；国资背景机构则偏好介入具有较强市场竞争力和规模效应的成熟期项目；而海外资本更多关注具有全球化潜力和技术驱动能力的项目。

未来，随着元宇宙和数字化、AI等技术的进一步发展，潮玩行业的IP价值将进一步提升，AI潮玩和虚拟收藏品或将成为新的投资热点。同时，跨行业协同效应也将成为资本关注的重点，如潮玩与影视、游戏、实景娱乐等领域的深度融合，将推动潮玩行业向更开放、多元的方向发展。

表 3 投资机构分类与主要投向分析

投资机构类型	主要投向
风投机构	主要关注早期至成长期的潮玩企业，尤其是具有创新能力和市场潜力的项目，如原创IP、新兴品牌、数字化潮玩等。
产业资本	投资行为具有较强的产业协同性，关注上下游产业链布局，如IP运营、内容生态、线上线下结合等，巩固自身生态优势。
国资背景机构	资金来源稳定，投资周期较长，偏好具有较强市场竞争力和规模效应的项目，如区域龙头企业、成熟期潮玩品牌等。
海外资本	关注全球化布局的潮玩企业，尤其是具有技术驱动能力（如区块链、AR/VR）和IP运营能力的项目，推动潮玩的数字化和国际化。
专项基金	专注于特定赛道，如元宇宙、数字藏品、区块链游戏等，投资标的多为具有技术创新能力的初创企业。

来源：公开信息整理，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2.1.2 IPO：IPO热潮集中爆发，港股成主战场

当前，中国潮玩产业与资本市场深度融合，越来越多的潮玩企业通过融资、上市等方式获得资金支持。近年来，港交所推出多项制度改革，如允许同股不同权架构、引入SPAC（特殊目的收购公司）机制等，有效降低了新兴企业的上市门槛，为潮玩这类轻资产、高成长性的企业提供了更加灵活、高效的融资渠道。凭借政策开放、制度灵活以及国际化程度高等优势，港股市场已成为吸引潮玩企业融资与上市的重要平台。

从2025年至今，港股市场成为中国潮玩企业进军海外资本市场的重要阵地。2025年初，中国潮玩品牌布鲁可成功登陆港交所主板，成为中国版乐高模式的首个IPO案例。据《中国经营报》记者不完全统计，近半年内，包括桑尼森迪、卡游、52TOYS、铜师傅在内的多家潮玩企业提交了IPO申请或进入上市排队状态[5]，覆盖收藏卡牌、IP玩具、集合店、趣玩食品等多元赛道。与此同时，早在2020年完成IPO的泡泡玛特持续领跑行业，市值一度突破4,000亿港元。2025年三季度，泡泡玛特海外收入同比增长超12倍，进一步验证了中国潮玩品牌在全球市场的潜力与增长动能，为中国潮玩出海提振信心。未来，在科技与消费双轮驱动下，港股IPO市场有望维持强劲势头。潮玩这类兼具文化属性和商业价值的行业预计继续获得资本青睐。

[5] 2025年中国潮玩产业：资本竞逐 加速出海，中国经营报《贝果财经》，2026年1月



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2.2 非传统玩家 × 加速布局潮玩赛道



2.2.1 收并购：大型企业动作频频，业务深度协同

非传统玩家加速布局潮玩赛道，主要采取两种方式：收并购和设立潮玩事业部。这两种路径各有侧重，分别从外部资源整合与内部能力构建两个维度推动企业在潮玩领域的快速切入与发展。

收并购活动成为许多企业迅速获取潮玩品牌、IP资源及运营经验的重要手段。尽管中国潮玩行业的收并购活动虽体频次较低，但其战略重心已从早期的规模扩张，逐步转向以IP为核心、注重跨产业资源整合的战略性布局。特别是在2024年至2025年两年间，收并购事件高度集中于IP资产本身，收并购的核心标的逐渐从以往的品牌或渠道，转向具备粉丝基础和商业变现能力的成熟IP资产，形成**IP直采**的新模式。这种模式不仅能帮助企业快速补足创新能力、缩短IP孵化周期，也推动**IP+产业**双轮驱动的发展路径的形成。例如，某知名潮玩品牌通过收购Nommi糯米儿、MayMei霉霉等成熟IP，强化自有IP矩阵建设[6]；小黄鸭德盈则通过分阶段控股拥有Cimmy、SLLO等独家IP的HIDDEN WOOO，与自身B.Duck主IP形成受众互补，同时实现了从设计、生产到私域运营的全链条整合[7]。

与此同时，跨界资本的涌入加速了行业整合与资本化进程。值得注意的是，当前最活跃的收购主体并非传统潮玩企业，掌握流量与资金优势的教育集团、影视公司等非传统玩家纷纷跨界入局。教育集团量子之歌并购拥有WAKUKU、右梨等IP的潮玩品牌Letsvan，将潮玩业务打造为其核心消费单元[8]；万达电影联合儒意星辰投资52TOYS，绑定迪士尼、漫威等国际IP，进一步强化影视衍生品开发。这些跨界合作不仅为企业整合资源、拓展市场，也推动IP+消费场景的深度融合[9]。跨界资本的介入，助力潮玩企业打破原有圈层限制，向大众消费市场迈进。同时，潮玩企业也在借助资本的力量，加快全球化布局，拓展国际市场。

[6] 自有IP加速！潮玩黑马TOP TOY获淡马锡投资估值百亿，南方都市报，2025年9月
[7] 小黄鸭德盈2025年上半年营收增长37%，战略收购HIDDEN WOOO，加速潮玩赛道布局，财联社，2025年8月
[8] 量子之歌布局潮玩赛道 完成对Letsvan的并购投资，中国证券报，2025年3月
[9] 1.44亿，万达、儒意入局潮玩，21世纪经济，2025年5月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2.2.2 潮玩事业部成跨界企业战略新支点

设立潮玩事业部则体现了企业对潮玩赛道长期价值的认可。通过在内部成立专门的业务单元，企业可以系统性地整合现有资源，如供应链、渠道网络、设计能力等，将其与潮玩产品开发、IP孵化、线上线下营销等环节有机结合。这种方式不仅有助于构建可持续的潮玩业务体系，还能促进原有主业与新兴业态之间的协同发展，形成更具韧性的业务结构。根据Wind数据，2021年至2026年初，已有十余家非传统潮玩企业明确设立潮玩相关业务单元，涵盖零售、教育、玩具制造、科技与资本平台等多个领域。

传统零售与消费品牌凭借渠道优势，通过构建多元化的IP矩阵，迅速切入潮玩生态，实现市场份额的扩张。如名创优品通过某知名潮玩品牌打造**自有IP+授权IP+第三方产品**三层IP矩阵，以24亿GMV验证渠道变现能力[10]。高乐股份则早在2020年已设立专门的潮玩事业部，专注于盲盒等产品的开发、市场推广和运营，玩具与动漫企业从IP衍生品向全链条运营升级，服务人群也从儿童扩展到更广泛的泛年龄层[11]。玩具制造商如奥飞娱乐依托“喜羊羊”“超级飞侠”等经典IP打造全龄段潮玩矩阵，将动漫IP价值延伸至实体消费领域[12]，而实丰文化联合国内外知名IP，打造AI猪小屁、AI乖巧宝宝等产品，拓宽了AI玩具的市场边界[13]。科技企业则通过AI对话模组、情感交互系统等技术重构潮玩形态，首程控股旗下基金投资以**让AI成为IP的成长引擎**为核心理念的奇妙拉比[14]，以及大洋集团AI陪伴机器人量产落地，预示着技术驱动的潮玩新品类即将进入主流消费市场[15]。此外，区域平台与文化机构的参与通过构建产业协同生态，推动行业标准建设和资源整合，为潮玩行业的发展提供了更完善的基础设施。东莞潮玩协会成立与潮大王APP社区崛起，标志着行业从野蛮生长转向标准化、生态化发展阶段。



[10] 名创优品旗下TOP TOY递表港交所，上海证券报，2025年9月
[11] 高乐股份：将会加大盲盒业务相关方面的开发和投入，界面新闻，2020年12月
[12] 奥飞娱乐：打造“IP+全产业链”运营平台，中国证券报，2024年10月
[13] 以AI为核心创新引擎 实丰文化彰显中国玩具产业核心竞争力，证券日报网，2026年3月
[14] 首程控股旗下基金投资奇妙拉比，围绕核心知识产权(IP)推进产品矩阵扩展，智通财经，2026年2月
[15] 大洋集团与CONSCIOUSNESS FOUNDATION LTD.签署战略合作 成立合资公司进军AI陪伴机器人赛道，智通财经，2026年2月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

趋势篇：

智能交互、差异化IP与全球化
不断重构潮玩行业的未来图景



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.1 × 智能交互与沉浸式体验：重新定义潮玩用户的消费场景



在技术浪潮的推动下，潮玩行业正迎来前所未有的发展机遇。一方面，生产技术革新为企业构筑强大的竞争壁垒。随着增材制造（即3D打印）与AI视觉检测等技术的普及，潮玩产品生产开发周期大幅缩短，良品率大幅提升。另一方面，产品形态的智能化与数字化打开了万亿级增量市场。数据显示，嵌入AI大模型的普通玩具价值可提升近10倍[16]，中国潮玩企业有望借此机遇在全球价值链中占据更高位置。然而，高端智能设备与系统的前期投入成本较高，对中小型潮玩企业造成一定的财务压力。大型企业凭借雄厚资本率先应用AI获取竞争优势，而中小玩家因资金限制问题裹足不前，进而可能拉大两极分化。

3.1.1 生产技术革新：提升制造效率与精度

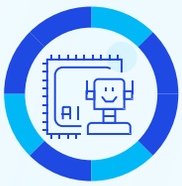
当前，潮玩行业的生产端正在经历一场由技术驱动的深刻变革，其核心在于通过数字化与智能化手段重塑传统制造流程，实现效率与品质的双重跃升。在设计开模阶段，3D打印技术的应用大幅缩短了产品从创意到实物的转化周期。一些潮玩企业负责人表示，潮玩手办传统模具开发周期通常需要15天以上。若采用3D打印技术，只需将设计数据导入打印机，短短几小时内就能得到设计原型。这种速度和效率，可以让品牌更快地验证设计，及时发现并修正潜在问题，以更快的速度响应市场变化。

在大规模生产阶段，人工智能和自动化技术发挥着提高产品精度的重要作用。通过建立柔性生产线和智能制造系统，企业可以实现工作流程的高度自动化，减少对人工的依赖。例如，涂装工艺过去需要手工喷涂且存在约±5%的色差，而如今引入数字喷涂和机器视觉校正后，色差可控制在±1%以内，大大提高了质量一致性[17]。

在包装、质检等环节，AI视觉检测设备的引入为产品质量把控装上了智慧之眼。针对潮玩产品微小瑕疵难以识别、人工检测效率低且易出错的痛点，不少企业开始部署基于深度学习的AI异物检测系统。例如，知名潮玩企业应用AI异物X光检测机，通过智能算法能够精准识别产品内部0.8毫米的隐蔽断针，实时成像反馈；还可自动生成检测报表，节省90%整理时间，实现不良品自动停机、报警与分流，切实为产品安全质量护航[18]。

[16] 有“AI”则贵 玩具市场变天 国产厂商扎根沃土？财联社，2025年1月
[17] AI赋能潮玩电商：赋能路径与挑战应对，电子商务评论，2026年3月
[18] 科技赋能隔绝安全隐患，东莞茶山企业“AI之眼”精准识别潮玩产品0.8毫米的隐蔽断针，信息时报，2026年1月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。



案例1：东莞模德宝智能工厂[19]

位于东莞市松山湖的模德宝智能工厂，是一家以智能制造为核心的现代化企业。该工厂通过引入先进的人工智能（AI）技术和自动化设备，实现了从设计、生产到检测、物流的全流程智能化管理。作为东莞制造业数字化转型的代表之一，模德宝展示了无人化生产的高效模式。

AI技术在模具开发中的应用：在模具设计这一传统耗时环节，模德宝引入了AI技术，开发出潮玩产业小脑系统。该系统能够将经验丰富的师傅的手艺转化为AI模型，大幅缩短模具设计周期。通过AI技术，模具开发效率显著提高，生产周期得以缩短，帮助企业更好地应对市场需求波动。

智能化生产实践：模德宝工厂内配备了十几条全自动生产线，机械臂、AGV小车等自动化设备24小时不间断运行。通过模云平台这一智能管理系统，工厂实现了数据的实时监控与分析，生产效率显著提升。

3.1.2 产品形态与体验创新：从静态摆件到交互伙伴

在技术融合的浪潮下，潮玩的产品定义正在被彻底改写，其演进路径清晰地指向了智能化、沉浸化与数字化三大方向。潮玩不再仅仅是供人收藏的静态摆件，逐渐转变为提供多维体验的交互伙伴。智能化方面，新一代智能潮玩通过集成AI芯片与传感器，实现了从玩具到玩伴的功能跨越。基于端侧语音识别芯片和AI大模型，潮玩产品被赋予了对话、倾听甚至情感反馈的能力。市场上已涌现出面向儿童的智趣启蒙恐龙、面向成人的情感陪伴玩偶，以及聚焦老年康养赛道的智能陪伴产品等多种创新形态的产品。它们能够模拟角色音色、进行个性化记忆交互，满足不同人群的情感与社交需求。

沉浸化方面，增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的融入为用户创造了虚实融合的沉浸式体验。潮玩IP不再局限于橱窗或展台，而是以AR和VR技术为沉浸媒介，拓展至数字空间。例如，一些潮玩品牌开发手机AR应用，用户扫描实体玩具即可在屏幕上看到其对应的虚拟形象，并与之互动或参与小游戏，增强了用户粘性和娱乐性。

数字化方面，数字藏品（NFT）与实体潮玩的深度结合，构建了双重收藏的新型价值体系。区块链技术为潮玩赋予了可验证的数字身份，使每一件实体潮玩成为一个独一无二的数字资产。越来越多的品牌方通过在推出限量版潮玩时，同步发行对应的数字所有权凭证，潮玩收藏不再局限于单一持有，而是进入更透明、更具价值流转空间的市场体系，也为IP价值的延伸和确权开辟了新路径。

[19] 从“世界工厂”到“AI智造高地”，东莞抢滩AI，钛媒体，2025年4月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

图 14 智能技术持续推动产品形态与用户体验升级



来源：公开资料整理、毕马威分析

3.1.3 供应链与渠道优化：数字化管理与新零售融合

面对潮玩市场产品迭代快、需求波动大的特性，构建柔性、敏捷且可信的供应链体系已成为行业竞争的关键。随着数字技术的深入应用，潮玩行业的供应链与渠道管理正由以往依赖经验的粗放模式，逐步转向以数据为基础的精准决策方式。传统潮玩企业往往面临库存管理难题，出现热门款式供不应求、冷门款式滞销的情况。而AI驱动的智能供应链系统能够精准预测市场需求，帮助企业优化生产计划。此外，基于大数据分析平台，企业可以对不同区域的消费偏好和需求趋势进行精准预测，从而优化生产排期与区域铺货策略。例如，某潮玩企业已经在探索核心形象与本土化融合的柔性供应链体系，利用技术手段敏捷响应各地市场审美偏好变化。

图 15 某潮玩企业柔性供应链机制



来源：公开资料整理、毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

另一方面，区块链技术在潮玩防伪溯源系统中发挥着重要作用。针对市场上热门IP频遭仿冒、消费者权益受损的痛点，区块链技术凭借其不可篡改与透明可追溯的特性，提供了有效的技术解决方案。部分企业将版权保护与区块链技术相结合，为每一件出厂的潮玩产品生成唯一的数字证书，并将其从生产、质检到物流的全生命周期流转信息记录在链上。消费者通过手机扫码，即可快速验证产品真伪，并查看其完整的流转历史，这一技术极大地提升了造假门槛，还有效保护正版IP的价值与消费者权益[20]。

[20] 2025年数字藏品黑马平台崛起：江西迅链科技如何打造潮玩Cosmos新生态，今报在线，2025年3月



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.2 × 差异化IP开发与垂直深耕：从大众爆款到精准圈层

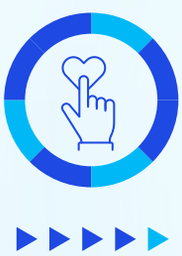


近年来，情绪消费的强势崛起为潮玩行业开辟了万亿级蓝海市场。而潮玩作为情绪消费的重要载体，其价值持续凸显。与此同时，潮玩企业纷纷尝试跨界联名，通过与国漫、游戏、文旅等业态的深度融合，潮潮玩IP不再局限于单一的产品形态，而是逐步拓展至影视、游戏、实景娱乐等多个领域，实现多元化的价值转化。这种转化既帮助品牌实现破圈传播，创造多维价值释放空间，也为消费者带来了更为丰富和沉浸式的体验。然而，目前IP依赖仍是行业通病，一旦核心授权无法续约或IP热度下降，潮玩企业的业绩稳定性将面临较大挑战。

3.2.1 垂直赛道深耕：从大众爆款到精准圈层

近年来，潮玩行业的发展趋势正从大众爆款模式向精准圈层深耕转变。越来越多的潮玩企业开始在垂直细分赛道中进行布局，核心在于通过独特的产品力和专业化的运营能力，在特定细分市场中建立竞争壁垒，避免与头部品牌在大众市场中正面交锋。这一趋势的背后，是多重因素共同作用的结果。

一方面，随着消费者审美的多元化和个性化需求的提升，传统的大众爆款模式已无法满足日益细分的市场需求，消费者更倾向于选择能够精准契合自身兴趣和价值观的产品。另一方面，在垂直细分市场中，潮玩品牌可以通过技术、文化等多维度的创新，打造出具有独特性且难以被复制的差异化优势。此外，垂直赛道深耕模式能够实现精准定位高价值用户群体，通过提升客单价和复购率，最终实现经济效益的显著提升。



案例2： 影视卡牌赛道粉丝经济+收藏价值[21]

在影视卡牌领域，吾流文化专注于高净值、追求收藏价值的影视粉丝群体。通过深度挖掘核心粉丝的收藏需求，吾流文化推出了一系列兼具艺术价值和纪念意义的影视周边卡牌。这些产品不仅满足了粉丝的情感需求，还通过限量发行、联名合作等方式提升了产品的稀缺性和收藏价值，多款产品推出迅速实现了千万级GMV。

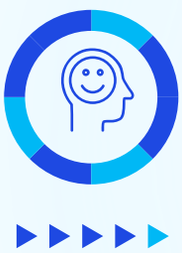
[21] ip授权展 | 《长月烬明》手串销售破千万，吾流文化是怎样成为衍生品爆款制造机的？ | 雷报

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.2.2 情感价值强化：从功能满足到心灵共鸣

情绪消费已成为我国消费市场的重要增长极。数据显示，我国情绪消费市场规模从2022年的1.6万亿元攀升至2024年的2.3万亿元，预计2029年有望突破4.5万亿元[22]。消费者不再满足于产品的基本功能和实用价值，还希望产品能带来心理和情感上的愉悦。在这一大背景下，潮玩IP的情感价值强化呈现出两条主要路径：一是通过故事叙事与艺术设计提升情感共鸣；二是将潮玩元素精妙融入实用物品，实现情感与功能的双重承载。

在情感共鸣层面，随着生活节奏加快和压力增大，越来越多的年轻人开始通过各种商品和服务来寻求情感上的支持和满足。这种需求推动潮玩IP在故事叙事和艺术设计上的不断创新，以更深层次地激发消费者的情感共鸣。同时，社交媒体的广泛传播也为具备情感共鸣力的产品提供了快速走红的渠道，进一步推动了情绪价值在潮玩行业的落地与放大。



案例3：解压玩具情绪消费新风尚[23]

Tangle扭扭乐自2025年3月登陆中国市场至2026年春节前夕，累计销量已超过100万件。年轻人将其视为情绪快速充电宝，消费者表示，在写代码卡壳，阅读文献感到烦躁时，盘上几分钟便能获得情绪疏解。这种将情感抚慰功能产品化的趋势，为潮玩IP开发开辟了新赛道。

在实用性融合层面，潮玩元素正加速渗透至日用消费品领域。潮玩与实用品的跨界融合，既拓展了潮玩IP的应用场景，也为传统消费品注入了年轻化、潮流化的元素。



案例4：六福珠宝携手电影《哪吒之魔童闹海》国潮新章贺新岁[24]

2026年初，六福珠宝与电影《哪吒之魔童闹海》联名推出的飞天猪足金储金壶、哪吒足金手机贴、敖丙足金手机贴等产品，将潮玩IP的萌趣形象与黄金饰品的实用属性及收藏价值巧妙结合。其中，手机贴既可装饰手机，又蕴含送福上门、好运连连的吉祥寓意；储金壶则可收纳金豆，又兼具储金功能与聚财寓意。

[22] 4.5万亿元新蓝海！情绪消费赛道崛起，央视网，2026年1月
[23] 解压玩具，指尖小物件成为情绪消费新风尚，中青在线，2026年3月
[24] 六福珠宝携手电影「哪吒之魔童闹海」再添开年新作 国潮新章贺新岁，中华网，2026年2月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.2.3 跨界联名破圈：从IP借势到价值共创

跨界联名已成为潮玩品牌快速获取用户关注、拓展消费圈层的重要策略。不同于以往单向的IP借势模式，当前联名合作正逐步转向双向价值共创。通过与国漫、游戏、奢侈品甚至国家级文化符号的深度跨界融合，潮玩品牌不仅能借助IP影响力精准触达目标受众，更能通过资源整合与创意协作实现品牌势能的指数级增长。

一方面，跨界联名通过整合不同领域的资源与优势，能够实现**1+1>2**的协同效应。例如，国漫IP的粉丝基础与潮玩品牌的创意设计能力相结合，不仅能够吸引原有粉丝群体，还能通过创新的产品形式触达更广泛的消费圈层。同时，传统品牌与潮玩等新兴文化符号的合作，能够更好地贴近年轻消费者的需求与审美偏好，从而实现品牌年轻化转型。另一方面，与国家级文化符号的联名，能够为品牌赋予文化内涵，提升品牌价值。此外，跨界联名正从单纯的产品层面延伸至场景共创，通过与地标、活动等场景的结合，品牌能够将消费行为转化为沉浸式体验，从而进一步提升消费者的参与感与品牌认同感。

案例5：国家级IP联名创新——卡游马年春晚卡牌[25]

围绕2026年农历马年主题，卡游与春晚联手打造的央视春晚——骐骥驰骋典藏卡。这款典藏卡以“马”为核心脉络，卡面内容横跨千年文脉，从秦汉文物的古朴雄健、唐宋诗词的风华诗韵，到敦煌壁画的重彩华章、江南风光的清雅意趣，还融入了皮影、景泰蓝等非遗元素，每一张卡牌都承载着一则文化故事，串联成一部以马为主题的艺术史诗。工艺上，典藏卡融合光刻浮雕、烫金、闪膜、防伪变色等顶尖技术，既展现了中国制造的精工匠意，也让卡牌成为兼具观赏性、互动性与收藏价值的“当代年礼”，完美适配春晚的团圆场景。

案例6： 场景共创——泡泡玛特新春游园会落地上海BFC[26]

2026年2月，泡泡玛特携手BFC外滩金融中心打造“点金奔腾”新春游园会主题合作。现场打造宫灯旋转木马、青花瓷造型星星人装置等沉浸式打卡点，LABUBU、星星人、MOLLY等全明星IP亮相。现场还设置主题快闪店，发售独家马年限定周边，同步推出集章兑礼、猜灯谜等互动活动。此次合作融合潮玩IP与传统年味，打造打卡、互动、消费的完整链路，成为上海新春热门打卡点，将消费行为升级为一场文化与娱乐的深度互动。

[25] 卡游卡牌的收藏价值：将文化寄于方寸之间，中国日报网，2026年4月
[26] 泡泡玛特、大闹天宫抢滩新春游园会；名创优品、卡游扎堆携手春晚；广电局明确IP融合发展重点，中国授权展，2026年2月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.3 × 全球化与文化输出：从产品出海到IP创新的协同发展



中国潮玩企业在产品设计、供应链效率、IP运营等方面已形成系统性优势，有能力在全球市场占据更大份额。与此同时，国内潮玩产业集聚效应日益凸显。以东莞为例，当地集聚了超过8,000家玩具生产企业以及近1,500家上下游配套企业，全球超过三分之一的动漫衍生品、国内近85%的潮玩均产自东莞[27]。此外，东莞已建成全国首个国家级潮玩技贸评议基地，标志着中国潮玩产业在标准化、国际化方面迈出了关键一步。产能方面，部分头部企业已在墨西哥、柬埔寨、印尼布局生产基地，全球化产能配置能力持续提升，能够有效应对地缘政治风险和贸易壁垒。然而，中国潮玩出海仍面临多重挑战：文化差异影响市场接受度，IP知名度提升带来仿冒风险，跨国经营对品控、物流和合规也提出更高要求。如何在快速发展中破解这些问题，是中国潮玩走向全球的关键所在。

3.3.1 从产品出海到文化出海：政策护航与产业生态的协同发展

中国潮玩企业海外市场布局广泛。以泡泡玛特为例，其海外业务已在20多个国家和地区实现线下和线上的全渠道入驻，产品已销往超过80个国家和地区[28]。这亮眼成绩的背后，离不开政策的支持与产业生态的完善。

近年来，政府通过出台税费优惠政策、设立技贸服务站等方式，为潮玩企业出海提供全方位的助力。2025年8月，全国首个潮玩服务站在黄埔海关、东莞市政府及相关行业协会的共同推动下正式成立，为企业提供技贸咨询、出口认证等一站式服务。标准方面，继2024年10月发布首个以潮玩命名的团体标准《潮玩产品通用技术要求》后，2025年10月，由中国质量检验检测科学研究院牵头制定的团体标准《消费品化学安全性等级评价玩具》也正式出台。目前，行业标准进出口盲盒类潮玩检验规程正在申请制定中[29]。

与此同时，中国潮玩之都东莞、中国玩具礼品之都汕头为代表的产业集群也在积极推动产业转型升级。东莞通过在海外举办国际动漫潮玩展，将蕴含中国传统文化基因的潮玩IP推向世界；汕头则加快建设全球玩具智造中心、全球玩具贸易中心、国际玩具总部基地、潮玩创意产业基地等五大项目，推动汕头澄海从世界玩具代工厂向原创品牌策源地迈进。

[27] 《光明日报》：潮玩之都，含“潮”量实在高，黄埔海关，2026年3月
[28] 泡泡玛特官网：全球化布局
[29] 中国潮玩加速布局海外市场，经济日报，2026年1月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。



案例7：“在地化文化展览+国际传播平台联动”模式推动东莞潮玩走向世界[30]

2025年，东莞**制造美学·潮玩出海**外宣项目以**在地化文化展览+国际传播平台联动**模式推动东莞潮玩走向世界。项目共组织超过150件东莞潮玩产品，分别登陆巴西里约热内卢和日本东京两大国际文化窗口，累计吸引超过340家境内外媒体报道，媒体传播覆盖全球受众超7,700万人次。

3.3.2 从文化符号到文化内涵：IP创新助力文化传播

中国潮玩的核心竞争力在于其IP的创新表达。与传统文物相比，潮玩以“萌”“趣”为核心标签，打破语言与文化隔阂，成为海外用户了解中国文化的新窗口。一方面，“萌化”的设计让文化符号更具亲和力。例如，诞生于“中国潮玩之都”东莞的“山海经”系列潮玩将神兽形象转化为萌系玩偶，消解了传统神话的严肃感，赋予其鲜活的生命力。这种视觉上的亲和力，让海外用户更容易产生情感共鸣。另一方面，趣味化互动让文化知识更具参与性。以“本草纲目”主题潮玩为例，其通过还原中药铺场景，让用户在模拟抓药、配药的过程中，直观感受到中医的辩证思维与东方智慧。这种从符号搬运到精神萃取的转变，使潮玩成为传递中华文化内涵的重要载体。

此外，中国潮玩正从简单堆砌文化元素，转向构建跨文化的情感共鸣。例如，泡泡玛特LABUBU系列设计卢浮宫名画主角、新加坡鱼尾狮守护者等形象，以属地化符号唤起不同国家用户的文化归属感；年画娃娃系列设计朝鲜族娃娃穿着潮牌卫衣手持木槌打年糕、蒙古族娃娃脚踩运动鞋驯鹰，将民族传统与现代生活巧妙融合，展现出文化传承与时代精神的统一[31]。这种全球叙事与本土表达相结合的模式，为跨文化交流提供了新途径。



案例8：拼酷融合国风元素赋予潮玩产品文化底蕴[32]

拼酷目前已开发近3,000款产品，核心围绕非遗、历史建筑、文学著作和文物类题材展开创作，每一款产品都承载着深厚的文化底蕴。浙江的万工轿、东莞的千角灯、岭南的醒狮等非遗元素，成为拼酷的创作灵感来源。这些饱含中国文化的产品在海外市场备受欢迎，彰显出中国文化的国际影响力日益提升。

[30] 惊艳海外！东莞“制造美学·潮玩出海”入选国际传播优秀案例，南方Plus，2026年1月
[31] 潮玩出海“圈粉”世界，光明日报，2025年10月
[32] 中国潮玩：从产品输出到IP生态出海，消费日报，2026年1月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.4 社群经济：渠道创新与全域运营



社群经济已从单纯的粉丝运营逐步深化为更具内涵的情绪价值共同体。在此背景下，潮玩品牌通过构建核心用户社群，在提升宣传真实度和效率的同时降低宣发成本，从而实现顾客粘性提升与复购转化的双重目标。一些潮玩品牌通过线上线下多触点的深度融合、沉浸式体验空间与内容策展地的打造，可以实现公域流量与私域资产的贯通。然而，随着用户规模的持续扩大，企业社群运营成本的增加以及社群舆情等潜在风险可能会加速信任体系的崩塌。一旦出现品控缺陷等事件，负面信息极易在社交网络中迅速扩散，形成“涟漪效应”，对品牌形象造成损害。总体来看，潮玩社群经济正在通过空间融合、场景创新、线上线下联动等多维度探索，构建起一个更具深度和广度的消费生态。

3.4.1 空间融合和场景创新，快闪店与体验店撬动潮玩线下新生态

在Z世代主导的新型消费市场中，传统货架式陈列已难以满足年轻消费群体对沉浸式体验与社交属性的双重期待。以空间融合与场景创新为特征的快闪店与体验店，正逐渐成为潮玩品牌破圈的重要渠道，重新定义了潮玩品牌的线下营销模式。

快闪店作为一种新兴的零售形式，通过限时性与场景化的巧妙设计，营造稀缺感与话题性，吸引消费者驻足打卡，从而带动商圈人流量的提升。这种创新玩法不仅深化了品牌与消费者之间的情感连接，更推动了潮玩文化的广泛传播与深度普及。

图 16 线下快闪店生态结构

- 为品牌提供空间，获得租金收入
- 商业体口碑为快闪店背书，提升消费者对品牌方的信任度



- 品牌理念传递与产品营销
- 提升消费者认知及高效获客能力
- 带动商场人流量
- 提升商圈竞争力

来源：公开资料整理、毕马威分析

注：“场地方” 通常指各类商业场所、社区及办公场所，以及公共空间，包括购物中心、商场百货、超市、住宅、写字楼园区，以及地铁、交通枢纽、景区和沿街区域等。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

除了快闪店，融合趣味理念与年轻人生活方式的创意集市体验店也悄然兴起。在商业空间体验愈发受重视的当下，沉浸式场景与特色空间已成为潮玩产业不可或缺的关键要素。通过精心打造的空间场景、丰富的业态场景以及独特的IP场景，品牌最大化挖掘了“场”概念的价值潜力，不仅实现了空间功能的延展，更提升了体验价值。体验店不仅延续了快闪店的创新特色，更通过多元化内容呈现、社交化互动形式以及生活化场景营造，进一步丰富了商业空间的内涵，建立起品牌与消费者之间更加深层次的情感连接。



案例9： 酷乐潮玩，沉浸式体验式潮玩集市，引领年轻消费新主场[33]

酷乐潮玩以**年轻就要酷乐潮玩**为品牌主张，将“赛博朋克”文化深度融入全新店态，打造了一个融合潮流态度与沉浸式体验的创意空间。门店不仅是商品售卖场所，更是一个充满惊喜与趣味的潮玩集市，上万款单品涵盖IP定制衍生品、主题场景生活好物、网红穿搭配饰、潮流玩具等个性商品，让消费者在探索中发现惊喜，在互动中感受趣味。通过将潮玩与生活创意杂货相结合，并以集市的形式逛购场景为特色，酷乐潮玩以独特的业态组合在潮玩零售领域脱颖而出，成为创意集市体验店的典型代表。在全新升级的店态中，沉浸式体验属性进一步强化，体验更丰富、场景更多元、差异化更鲜明，彰显出创意集市体验店的未来趋势。

3.4.2 线上社群化运营，公私域联动，从引流到裂变

在内容电商蓬勃发展的当下，公域流量与私域运营的协同效应正重塑行业格局。这种联动机制以产品为基础，通过内容传递情绪，引导用户逐步建立情感连接，不仅驱动着潮玩情绪经济的崛起与产业跨界，更成为新消费品类孵化的关键引擎。作为新兴文化消费形态，潮玩的核心竞争力在于以互动叙事创造沉浸式情感体验。通过社交裂变、社群共创等多元内容策略，该领域成功打破传统创作单向传播模式，使消费者从被动接收者转型为品牌故事的共建者。这种双向互动机制既实现了用户自我表达与情感投射的需求满足，又形成情绪价值的裂变式传播，为行业持续创新提供内生动力。

公私域联动已成为用户增长的加速器。在公域流量池中，传统电商、短视频及社交平台构成潮玩品牌触达用户的三大主战场。通过开箱测评、设计师故事、文化科普等内容矩阵，品牌能精准锁定目标人群，激发消费兴趣与探索欲。当公域完成初步引流后，私域则承担起用户转化与价值深挖的核心职能，依托官方APP、微信小程序及会员社群等渠道，为用户提供定制化服务体验。

社群运营在此基础上构建用户粘性闭环。通过日常互动维系用户关系，社群既是用户交流平台，也是产品创意的策源地——品牌通过用户反馈收集优化方案，甚至开放设计投票环节，将消费者转化为共创者。这种深度参与机制不仅强化品牌忠诚度，更形成自发的口碑传播网络，实现用户价值的指数级裂变。

[33] 酷乐潮玩，为年轻玩家打造超好玩的潮玩集市，环球科技网，2021年9月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

图 17 潮玩产业公私域流量联动

引流 → 沉淀 → 转化 → 复购

线上平台引流

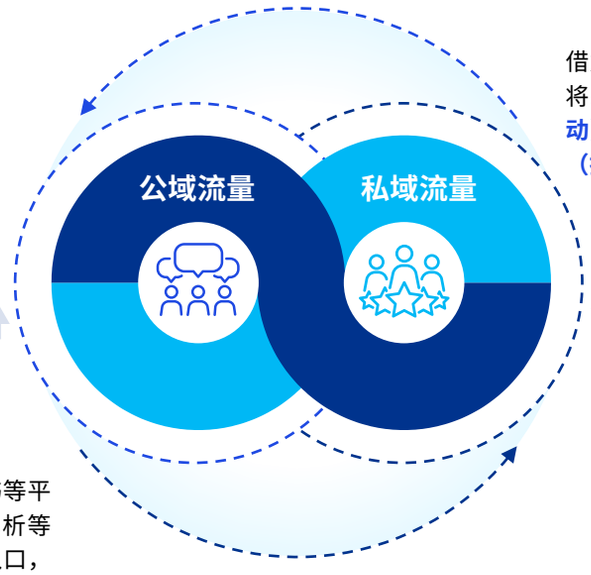
整合传统电商平台与短视频等新兴流量入口，通过多维营销策略（平台活动/直播带货/精准推广）构建市场渗透路径

线下门店导流

快闪店、门店等等场景设置小程序码，用户扫码可参与**到店专属抽盒**，同步引导注册会员

内容转化激活

打通企业小程序与抖音、小红书等平台，通过制作盲盒开箱/玩法解析等场景化内容并嵌入小程序跳转入口，实现精准流量转化



高粘性互动社区

借力积分体系的游戏化规则设计，将用户行为导向**活跃（签到/互动）—复购（积分兑卡）—裂变（拉新奖励）**的自我驱动闭环

高活跃会员体系

以累计成长值作为会员等级划分的标准对应不同的会员权益

高转化社群运营

聚焦核心粉丝精细化运营，结合企业小程序等数字化工具构建高粘性用户生态，驱动活跃度与转化率双提升

来源：公开资料整理、毕马威分析



案例10： 私域流量运营的价值转化路径：从用户粘性到业绩跃升[34]

泡泡玛特通过**内容矩阵+场景渗透**的双轨策略实现全域经营突破。在抖音、小红书等新兴平台，品牌联合KOL打造沉浸式视频内容激发用户好奇，同时依托粉丝自发创作的潮玩搭配内容构建UGC生态，形成内容裂变效应。线下门店则被升级为潮流艺术空间，通过艺术化陈列与限定款发售机制强化场景体验。随着私域体系完善，微信小程序成为核心运营阵地，不仅可以复刻线下抽盒体验，更通过打通线下渠道、天猫平台及小程序的跨平台账户ID，实现会员等级与积分体系的全域贯通。这套**内容种草-场景体验-私域转化**的完整链路，使会员数量规模突破5,912万，会员销售贡献率达91.2%，复购率高达50.8%，成功构建起从流量获取到商业变现的价值闭环。

[34] 泡泡玛特二季度业绩缓解市场焦虑，营收与利润双高，极光月狐数据研究院，2025年9月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.4.3 DTC模式，全渠道直营与沉浸式体验

在竞争激烈的消费市场中，DTC（直面消费者）模式正重塑品牌与消费者的连接方式。相较于传统营销，该模式通过消除中间环节，构建了线上线下全渠道触达体系。借助沉浸式体验、IP生态运营和精准需求洞察，推动潮玩产业全球化发展，成为企业破局的关键路径。其核心优势在于通过直接对话消费者获取实时数据反馈，实现产品迭代与策略调整的敏捷响应；同时依托去中介化优势，企业可自主把控定价权，在保障品质的前提下提供更具竞争力的价格，这一模式促使企业从用户需求出发，不断优化产品、调整价格，并推动市场扩展，从而构建起可持续发展的商业循环。

案例11： DTC出海战略：从B2B到直面消费者的跃迁[35]

泡泡玛特的全球化进程历经三次战略迭代，初期通过B2B模式试探海外市场，中期采用B2C混合策略积累经验，自2022年起全面转向以DTC为核心的出海模式。线下渠道实施**试点先行、快速复制**策略，通过快闪店验证市场后，加速布局直营门店与机器人商店；线上则构建**平台+独立站**双引擎，既通过亚马逊、Lazada等主流电商平台实现广域覆盖，又以自有独立站沉淀私域流量，通过社交化运营强化粉丝粘性。该模式的核心价值在于：通过直接触达海外消费者，实现销售成本管控与用户数据闭环，基于区域消费特征定制IP产品，推动IP本土化破圈，最终形成**市场验证-渠道拓展-产品适配-品牌深耕**的全球化运营闭环。

图 18 泡泡玛特海外扩张的DTC逻辑[36]

本土化运营：

根据区域特点精准布局，不同市场调整对应的IP风格，引发文化共鸣。

社交媒体营销：

入驻shopee、亚马逊等电商平台，通过Instagram、TikTok等平台与全球潮玩爱好者互动，形成文化输出。



直营门店先行：

海外店铺均为直营店，确保品牌一致性，注重店铺质量。

[35] 拆解泡泡玛特DTC品牌增长策略：渠道+运营+供应链齐发力，上南北 Brand Club，2024年12月
[36] 泡泡玛特：DTC模式下的“快乐制造机”是如何炼成的？极致零售研究院，2025年7月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.5 × 可持续发展：环保材料应用与二级市场循环



可持续发展已成为潮玩行业关注的重点关注之一。环保材料的应用、低碳供应链的建设以及二级市场的循环体系，正成为推动行业前行的三大关键力量。从实践效果来看，环保材料的创新应用正推动品牌逐步向绿色生产模式转型，通过采用可降解材质和清洁生产工艺，不仅满足了消费者日益增长的环保诉求，也带动了技术革新和产业升级。然而，这一转型过程面临较高的初期投入，包括研发费用和供应链重构支出，短期内可能对企业的资金链形成一定压力。与此同时，二级市场循环经济为潮玩品牌开辟了全新的增长路径。通过建立完善的二手交易平台，不仅可以有效延长产品生命周期，还能为企业更准确地掌握市场需求，从而优化库存管理与生产计划，提升整体运营效率。

3.5.1 绿色未来，可持续潮玩新共鸣

在生态文明建设持续推进的时代背景下，可持续发展理念已深度融入消费市场基因。随着Z世代消费者对ESG（环境、社会、治理）价值体系的高度认同，绿色低碳转型正成为企业实现高质量发展的必由之路与战略发展方向。在此进程中，绿色潮玩作为文化创意产业的新兴趋势，不仅通过环保材料应用、循环设计思维重构了传统玩具产业价值链，更以年轻化、趣味化的传播方式，为应对气候变化等全球性议题提供了兼具商业价值与社会价值的解决方案，正在引领新消费时代可持续发展模式的革新。

材料创新，环保材质成为新趋势

在政策支持与消费趋势的双重推动下，可持续设计强调使用环保材料，以减少对环境的影响。潮玩行业正加快材料创新步伐，积极探索绿色生产新路径。环保材料正逐步从概念走向规模化应用，成为制造领域的主流选择。生物基塑料、竹材、再生纸等材料在确保产品质量与耐用性的同时，降低产品全生命周期的碳排放，助力企业在源头构建绿色竞争力。以聚乳酸（PLA）为代表的生物基材料，因其来源于植物、碳排放低且具备可降解特性，已广泛应用于潮玩公仔及包装填充物等领域。此外，生物基涂料因能有效减少挥发性有机物的排放，已被应用于手办的上色环节。

将低碳转型与绿色实践确立为战略支点，既是对全球环境治理诉求的积极回应，也是为产业长远发展的提供有力支撑。当环境责任理念逐步内化为行业共识之际，如何在商业模式创新、产品生态设计与消费行为引导之间构建三者间的动态平衡机制，仍将是潮玩产业不断探索和前行的关键方向。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

零碳正当潮，行业共同探索绿色产业链制造

在全球贸易绿色壁垒升级与国内ESG监管趋严的双重压力下，中国潮玩企业正加速推进可持续发展战略。随着消费者对绿色属性认知度持续提升，行业已形成"设计研发-原材料采购-生产制造-物流配送"全链条低碳转型态势。值得关注的是，供应链碳中和作为关键突破口，正通过三大维度实现突破：在生产端，企业通过工艺优化降低单位能耗；在供应链端，推行木质卡板替代塑料制品、可降解包装材料应用等创新方案；在循环经济层面，废弃物资源化利用显著减少填埋量。这种多维协同的绿色转型路径，不仅助力企业构建ESG管理体系，更推动行业向"环境成本内部化"的高质量发展模式演进。

图 18 我国部分潮玩企业的绿色供应链转型的探索与实践

	环保低碳全链路可视化 实现供应链降碳	企业提前布局抢占市场先机 实现低碳转型引领
POP MART	• 积极响应国家“双碳”战略要求 • 到2030年，范围1&2温室气体排放实现碳达峰	• 推出“碳中和”产品DIMOO河狸手办，使用回收材料并优化制作工艺，真正做到了从源头减少碳排放 • 设立了“创新材料馆”，希望将长期以来在工艺和材料方面的探索成果分享出来[37]
52TOYS	• 积极推动环保理念 • 绿色供应链攻坚：设定三年包装减量目标，淘汰PVC塑封；建立供应商碳账户体系实施梯度激励	• 联合美团青山计划为NOOK废土乐园系列打造专属再生娃箱 • 多年合作中华环境保护基金会，参与到推广垃圾分类的环保活动中[38]
卡游	• 坚持践行“绿色印刷”的环保理念，向绿色发展不断转型升级 • 2025年开始评估范围三温室气体排放，并始终致力于减少温室气体排放	• 建有CNAS卡牌检测实验室，每一批卡牌进入市场前进行增塑剂、有害物质含量、锐利边缘、包装膜厚度等项目检测，确保卡牌符合环保相关标准[39]
布鲁可	• 高度重视供应商的可持续发展表现，并将其作为长期关注的核心指标之一	• 推动主要物流供应商使用新能源车辆数量持续增加，2024年达到6000辆，同比增长30.8%，实现减排二氧化碳超6万吨[40]
恒盛集团	• 引入大量可持续环保材料	• 推出零碳吉祥物，通过采购低碳原料、车间节能改造、购买碳排放指标等方式实现“零排放”的商品[41] • 联合阿里云能耗宝为零碳吉祥物提供快速便捷的产品碳足迹在线核算、在线碳中和、在线第三方认证和绿色营销服务[42]

来源：公开资料整理、毕马威分析

[37] 行业首款碳中和产品发布 泡泡玛特让环保更“潮”，央广网，2023年9月
[38] 52TOYS推出NOOK废土乐园系列，创新设计与环保理念并行，搜狐商讯，2024年7月
[39] 卡游：从一张卡牌洞见新型文化业态，新华网，2025年3月
[40] 年轻人追Labubu也追“绿”：玩具行业低碳转型之路难点何在？碳衡科技，2025年8月
[41] 百优案例 | “零碳吉祥物”开拓者：恒盛玩具的绿色创新实践，中国人民大学商学院案例中心，2023年10月
[42] 杭州亚运会首款零碳吉祥物发布，杭州网，2022年8月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

案例12： 潮玩行业碳中和标杆实践——泡泡玛特DIMOO河狸手办全链路减碳创新

2023年，泡泡玛特联合远景科技集团打造潮玩行业首个全链路碳中和产品——DIMOO×蒙新河狸联名手办。该项目通过三大创新举措实现碳中和目标：

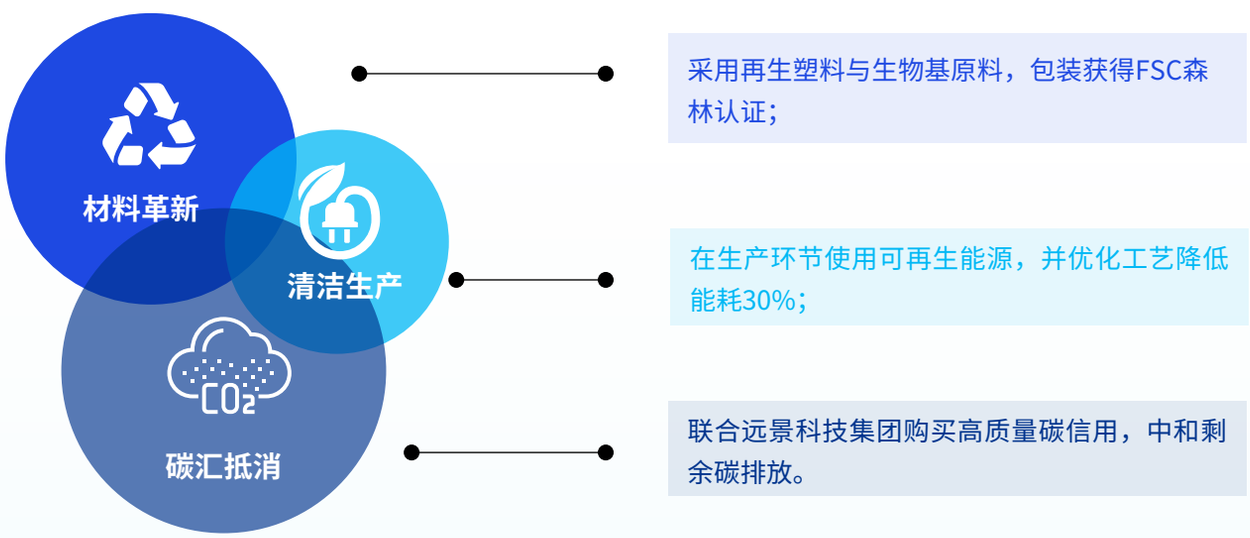
1.生产端减碳：采用20.0%绿色再生材料，优化注塑工艺降低能耗18.0%，并建立数字化碳足迹追踪系统；

2.物流端革新：使用可循环物流箱配合新能源运输车队，实现运输环节零碳排放；

3.包装革命：首创可循环利用的活性炭配重包（由降解硅藻土+水刺无纺布制成），消费者可拆卸用于室内空气净化。

该产品通过国际核证碳减排标准（VCS）完成碳抵消，其碳足迹核算严格遵循ISO14067与PAS2050双国际标准。此案例标志着潮玩行业正式迈入系统化碳中和实践阶段，为文创产业绿色转型提供了可复制的创新范本[43]。

图 20 产品三大减碳路径实现全生命周期碳中和[44]：



来源：公开资料整理、毕马威分析

[43] 泡泡玛特试水“碳中和”手办，潮玩品牌供应链减碳面临多重挑战，界面新闻，2023年11月
[44] Labubu价格暴跌与绿色转型：盲盒行业可持续发展路径分析，新浪财经，2025年6月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.5.2 循环经济：情绪价值之外的变革力量

在潮玩经济中，二手交易市场发挥出重要作用。通过玩家间流转，大量塑料、树脂等材质的潮玩产品突破传统的一次性消费路径，闲置收藏品重新进入交易市场。这种循环机制延长产品生命周期，也减少了因丢弃造成的环境污染，符合循环经济“减量化、再使用、再循环”的3R原则。二手市场让潮玩不再只是短暂的消费品，而是具备流动价值的收藏资产，从而在满足用户情感需求的同时，也推动了资源的高效利用和行业的可持续发展。

除了二级市场的自发调节，潮玩行业正将循环经济理念延伸至产品的再利用与再循环环节。比如一些品牌已率先推出玩具回收计划，鼓励消费者将闲置玩具送回进行再造加工或公益捐赠，不仅减少了废弃物堆积，也为企业塑造了负责任的品牌形象。此外，通过设计可拆解的玩具，品牌可以更高效地对不同材料进行分类与再利用，从而推动资源闭环的形成。

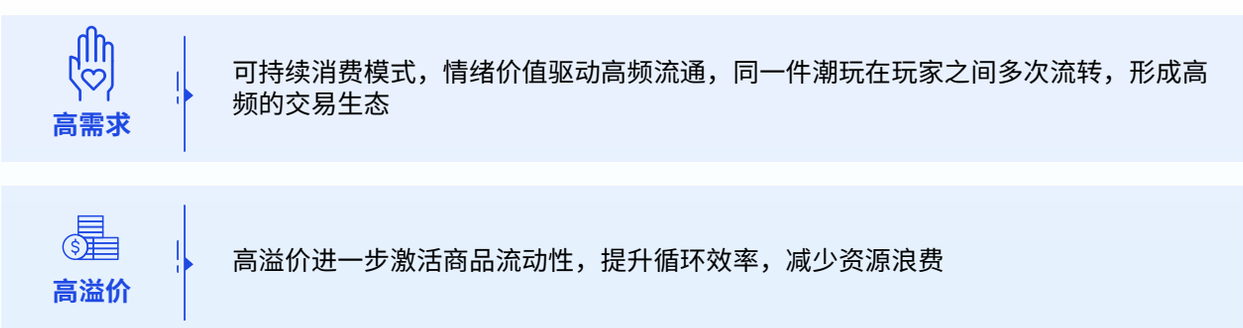
图 21 潮玩二级市场循环经济市场情况

市场表现



来源：公开资料整理、毕马威分析

市场生态



来源：公开资料整理、毕马威分析

[45] 《2025闲鱼潮玩消费洞察报告》发布，金台资讯，2025年9月
[46] 千岛APP成交额超百亿背后，退货退款要“狂扇孩子耳光5分钟”？趣解商业，2025年10月
[47] 二手溢价超30倍，蹲点直播6小时只为抢到它！LABUBU公仔为何“一仔难求”？封面新闻，2025年6月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

3.6 × 香港上市：潮玩企业全球化融资与品牌升级的核心通道



在潮玩产业全球化进程中，H股成为潮玩企业实现资本扩张的重要工具，更为潮玩行业提供了走向规范化、国际化和可持续发展的平台。然而，在享受资本市场带来的红利的同时，企业也面临着不容忽视的结构性挑战。当前行业普遍存在的IP授权依赖症，加之非理性消费现象引发的社会舆论波动，极易触发投资者对监管政策的敏感反应。在这种环境下，港股市场对企业合规性的严格要求显得尤为突出。这不仅意味着企业必须建立符合国际会计准则的财务管理体系，更要求其具备应对突发舆情和公众质疑的危机处理能力。面对持续性的监管压力，若未能妥善应对，可能演变为影响企业估值的“灰犀牛” 风险，尤其是在行业商业模式尚不成熟、盈利模式仍处于探索阶段的当下。

3.6.1 潮玩IPO关注重点

在认识到港股市场对潮玩企业提出的高标准与潜在挑战之后，进一步聚焦于港股IPO的核心关注点，将有助于企业提前布局、规避风险并提升上市成功率。港股IPO审核不仅关注企业的盈利能力与成长性，更强调商业模式的可持续性、公司治理的规范性以及ESG表现等多方面的综合表现。具体而言，港股资本市场对潮玩企业的价值评估体系呈现出多维聚焦特征，具体体现在以下五个核心维度：

- IP结构的稳定性与可持续性：授权IP是多数IPO公司的收入来源，也是收入增长的主要来源。核心IP授权普遍集中在1至3年期限，核心IP授权集中到期，一旦续约受阻或授权成本大幅攀升，业绩将面临断崖式冲击。因此，构建多元化的IP组合体系，并持续展现自有IP的孵化能力，不仅是企业规避短期经营风险的关键，更是提升业务韧性的必由之路。
- 财务质量与盈利韧性：除关注营收增长外，财务数据的真实健康度也是IPO重点关注问题。业绩增长若集中于单一爆款IP或短期营销驱动，易被质疑模式可复制性，因此分IP、分品类、分渠道的收入拆解，并说明未来三年IP储备、开发节奏与商业化路径，避免被视作**流量型快消**。
- 出海与本地化风险：海外市场拓展被视为潮玩企业的新增长点，但这一过程涉及文化适配、认证壁垒、物流成本及知识产权保护等多个方面。企业在招股书中应充分披露相关投入与回报周期，避免将**出海**仅仅作为概念包装。从**产品输出**到**本地化运营**的系统性跨越，才能真正体现企业的出海能力。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

- 商业模式的合规性与社会价值：潮玩普遍采用的**盲盒+稀有概率**销售模式，因可能诱导非理性消费和涉及成瘾性，是监管审查的重中之重。企业需建立严格的消费者年龄限制和透明的抽取规则，避免二级市场出现过度金融化炒作，并澄清商业模式与赌博的本质区别，以确保其社会责任的履行。
- 合规与数据安全审查。随着境外上市监管趋严，用户数据采集、存储与共享行为（如小程序、APP、私域社群）必须符合《个人信息保护法》及《境内企业境外发行证券和上市管理试行办法》。企业应配备专项合规团队，并由独立律师出具数据安全评估意见。

3.6.2 互联互通机制为内地潮玩企业提供的独特融资与流动性支持

互联互通机制为内地潮玩企业构建了一条战略性融资通道。在传统港股上市架构下，企业的投资者基础主要依赖国际长线基金与香港本地资金。而随着互联互通机制的建立，内地潮玩企业可以直接接入境外庞大的资本市场，充分利用香港的国际融资平台优势与内地资金的配置需求，形成了在香港募资、向内地引流的双重效应。这种机制不仅拓展了企业的融资渠道，也优化了企业股东结构，使其更加多元稳定。

从流动性支持的角度来看，互联互通机制为企业二级市场注入了持续活力。纳入港股通标的后，内地公募基金、保险资金、私募机构及个人投资者均可通过这一渠道直接参与交易，大幅拓宽了企业的投资者覆盖面。这不仅有效降低了因国际资本短期博弈或地缘情绪波动导致的流动性枯竭风险，还提升了企业的资本运作稳定性，为后续再融资、并购整合等资本运作打开了更多可能性。

3.6.3 港交所上市融资对新消费品牌企业更加包容

近年来，一批新潮玩企业加速布局港股市场，掀起赴港上市热潮。这一趋势的背后，既有A股IPO审核趋严的现实推动，也离不开政策层面的积极引导。港股凭借其灵活的上市制度和对新兴消费行业的高度包容性，成为潮玩等新消费企业的资本路径之一。国家层面亦持续释放利好信号，国务院及证监会明确支持符合条件的内地企业依法合规赴境外上市，为跨境融资提供制度保障。2024年出台的“惠港5条”政策优化了境外上市备案效率，放宽沪深港通产品范围，支持内地龙头企业赴港上市。这些举措为新型消费企业提供了强有力的政策背书和融资便利，使港股消费板块逐渐构建起填补A股空白的新兴消费生态。

从制度设计上看，港股凭借更具弹性和市场化的上市机制，为处于不同发展阶段、拥有不同股权结构的新消费企业提供了多元化的融资通道。相较之下，A股在盈利门槛和审核标准方面更为严格，而港股则对“未盈利企业”“同股不同权架构”等创新模式展现出更高的包容性。这使得一些仍处于成长期但具备高增长潜力的消费新势力，能够借助港股平台获得关键性融资支持，加速品牌扩张与市场渗透。

此外，港股在上市周期、准入条件、融资工具等方面也体现出显著优势。其上市流程相对高效、条件灵活，且融资手段丰富多样，包括新股增发、可转换债券等，具备较高的市场化程度和快速执行能力。例如，企业可通过24小时内的加速簿记闪电配售，在短时间内完成再融资操作，大幅提升资金到位效率。正是由于港股在制度灵活性、融资效率和国际化投资者基础等方面的综合优势，推动了消费板块的快速发展，为新消费企业搭建起上市、入通、重估的完整资本化路径。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。



零售及消费品行业合伙人
2026年潮玩报告组委会主席

毕马威中国
刘侨敏

结语

潮玩本质上是文化符号与情感价值的有机融合，其产业形态承载着当代青年群体的精神诉求与文化认同。从盲盒营销模式的创新应用到IP衍生矩阵的系统构建，潮玩产品已突破传统玩具的物理属性，演化为兼具社交货币属性与心理补偿功能的新型消费载体。作为文化创意产业与消费升级浪潮交汇的典型样本，中国潮玩产业历经十余年发展已形成完整的产业生态。从最初依托ACG亚文化圈层的萌芽阶段，到如今构建起涵盖设计研发、智能制造、渠道分销、IP运营的全产业链条，产业规模实现跨越式增长，已迅速成长为具有广泛社会影响力和巨大经济潜力的千亿级市场。

在本次报告中，我们深入剖析了中国潮玩行业的宏观环境、市场规模、产业链结构及未来趋势，并重点关注其“破圈”之路。从技术创新到产品形态与体验的创新，从大众爆款到精准圈层的深耕，从跨界联名到文旅融合的IP开发，再到线下主题展览和沉浸式零售空间的新场景业态，潮玩正突破单一产品形态，构建多元消费场景与文化生态。

未来，中国潮玩行业将在代际更替、技术进步和全球化深入的背景下迎来新的发展机遇与挑战。从机遇来看，全球潮流文化消费群体持续扩大，新兴市场的渗透率提升，IP全产业链开发潜力巨大，跨业态联动将释放更多商业价值；技术革新则不断推动产品创新和用户体验升级。然而，行业也面临诸多挑战，如IP生命周期管理需进一步优化，头部IP热度波动影响经营稳定性；同质化竞争加剧，产品创新压力增大；消费者对品质、创意和文化内涵的要求越来越高。

在这一背景下，构建可持续的IP孵化机制、平衡规模化扩张与品牌调性、实现全球化中的本土化适配，成为潮玩行业的关键战略任务。企业亟需精准布局，强化创新能力，以推动产业迈向高质量发展，实现商业价值与文化影响力的双提升。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询(中国)有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

关于毕马威

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。

毕马威中国在全国三十一个城市设有办事机构，拥有合伙人及员工超过14,000名，分布在北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、东莞、佛山、福州、广州、海口、杭州、合肥、济南、南京、南通、宁波、青岛、上海、沈阳、深圳、苏州、太原、天津、武汉、无锡、厦门、西安、郑州、中国香港特别行政区和中国澳门特别行政区。在高效一体化管理模式下，各办事机构紧密协作，为客户提供持续高质量的服务。

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威国际有限公司（“毕马威国际”）的成员所以毕马威为品牌开展业务运营，并提供专业服务。“毕马威”可以指毕马威全球性组织内的独立成员所，也可以指一家或多家毕马威成员所。

毕马威成员所遍布全球138个国家及地区，拥有超过276,000名合伙人和员工。各成员所均为各自独立的法律主体，其对自身描述亦是如此。各毕马威成员所独立承担自身义务与责任。

毕马威国际有限公司是一家英国私营担保有限责任公司。毕马威国际及其关联实体不提供任何客户服务。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准开业的中外合作会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

关于毕马威中国研究院

毕马威中国研究院专注于开展宏观、行业、区域和细分领域的深入研究。研究院集结了毕马威中国网络的研究力量，结合毕马威全球资源，以国际化视野，为经济和商业领域的研究课题提供深入分析和洞察。

研究院将理论创新与实践创新相融合，确保研究成果具有理论深度和实践价值。依托数据挖掘与信息追踪的“双引擎”，研究院将持续追踪特定行业最新动态，包括宏观经济趋势、国家政策法规、行业领先企业和资本市场动态等，以公开出版物、专项课题等形式，为客户提供创新和具有前瞻性的解决方案。

研究院致力于与生态合作伙伴携手共谋成长。通过持续深化与国家、地方和企业研究机构的合作，积极参与创新、专业、高效的研究生态体系的建设，推动自身发展，并为合作伙伴的可持续发展提供全方位支撑。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

联系我们

林启华

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人
毕马威中国零售及消费品行业审计服务
主管合伙人
电话：+86 (20) 3813 8388
+86 (755) 2547 4388
邮箱：raymond.lam@kpmg.com

翁晔

毕马威中国零售及消费品行业税务服务
主管合伙人
电话：+86 (21) 2212 3431
邮箱：jennifer.weng@kpmg.com

孙国宸

毕马威中国零售及消费品行业咨询服务主管合伙人
毕马威中国华东及华西区零售及消费品行业主管
合伙人
电话：+86 (21) 2212 3740
邮箱：willi.sun@kpmg.com

刘侨敏

毕马威中国零售及消费品行业合伙人
2026年潮玩报告组委会主席
电话：+86 (755) 2547 3325
邮箱：josie.liu@kpmg.com

张诗颖

毕马威中国零售及消费品行业市场经理
电话：+86 (20) 3813 8974
邮箱：cherry.s.zhang@kpmg.com

研究团队

毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）

孟璐、范嘉怡、区颖蓉、徐江南、刘宛昀、孙旭晖、曹阳

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
https://kpmg.com/cn/zh/about/office-locations.html

所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球组织中的独立成员所经许可后使用的商标。

刊物编号：1765328793750