

作者 | 郭静怡

8月，玩具及潮玩公司陆续发布了2022年半年报，因受疫情反复和国际局势等因素的影响，玩具及潮玩公司过得并不如意。

2022年上半年，泡泡玛特在业绩上依旧领跑，尤其是推新IP的能力得到验证，却因为疫情反复造成的短期影响使得净收稍有下降；元隆雅图依靠“冰墩墩”、“雪容融”IP实现营收增长，但也不是长久之计；沐邦高科实现整体盈利，玩具业务方面却在亏损；尽管星辉娱乐和奥飞娱乐业绩有所改善，也依旧处于亏损状态.....

整体业绩上，盈利和亏损的公司各占一半。泡泡玛特、元隆雅图和美盛文化位列前三，净利润分别为3.33亿、1.74亿和6042.11万元，其次是沐邦高科和实丰文化；凯知乐、高乐股份、奇士达是2022年上半年亏损最严重的三家玩具公司，分别亏损了6362.3万元、5723.7万元和4354.2万元。

潮玩品牌中，TOP TOY 2022上半年营收2.06亿元，同比增长116.84%，IP小站和九木杂物社上半年分别收入0.41亿元和4亿元，营收同比下降。

15家玩具及潮玩公司加起来的总营收为96.3亿，总利润靠泡泡玛特撑起3.76亿。



“IP热”成就玩具公司

元宇宙、新媒体平台助力新增长

今年上半年，玩具公司中实现盈利的共有6家，这些公司主要通过热门IP及IP联名实现盈利，与此同时积极发展新业务，寻找新增长点。

2022年上半年，泡泡玛特毫无疑问拔得了头筹，实现总营收23.59亿元、盈利3.33亿元。尽管如此，泡泡玛特或多或少受到了疫情反复的短期影响，净利润同比下降了7.2%。

泡泡玛特以艺术家挖掘、IP运营、消费者触达、潮流玩具文化的推广及创新业务孵化为主要业务重点，其中IP运营和设计是推动泡泡玛特发展的核心驱动力

。

泡泡玛特的自主产品是其营收核心，占总营收的91.4%，按照IP划分包括自有IP、独家IP和非独家IP。



在消费者触达方面，泡泡玛特主要通过线下渠道、线上渠道、会员运营、港澳台地区及海外渠道实现营收。其中，泡泡玛特中国大陆地区的线下渠道方面新开23家门店，增至308家，机器人商店新开55家，增至1916家，总计收入达到10.95亿元，同比增长21.8%。

中国大陆地区的线上渠道方面，主要收入来源来自泡泡玛特特抽盒机，达到5.44亿元，收入占比55.6%，同比增长67.2%，其次为天猫旗舰店，收入达到2.45亿元，增长11.8%。财报显示，泡泡玛特2022年上半年线上渠道的收入增长主要源于品牌影响力和会员人数的增加，其累计注册会员总数为2305.9万人，新增注册会员347.9万人，会员贡献占营收的93.1%。

收入					
分产品					
礼品(促销品)	468,785,278.29	24.10%	413,172,400.95	44.35%	13.46%
促销服务	38,865,057.25	2.00%	137,925,906.35	14.81%	-71.82%
新媒体营销服务	371,203,886.65	19.08%	308,552,620.65	33.12%	20.30%
贵金属工艺品	4,062,561.95	0.20%	12,320,376.71	1.32%	-67.03%
特许纪念品经营	1,061,410,409.47	54.56%	58,418,044.60	6.27%	1,716.92%
出租收入	1,196,861.44	0.06%	1,159,187.88	0.12%	3.25%
分地区					
华南地区	219,256,619.93	11.27%	90,378,574.24	9.70%	142.60%
华北地区	1,058,834,210.13	54.42%	228,588,034.45	24.54%	363.21%
华东地区	573,470,036.98	29.48%	489,158,884.51	52.51%	17.24%
西北地区	5,407,535.62	0.28%	295,017.89	0.03%	1,732.95%
华中地区	11,016,450.53	0.57%	8,374,959.17	0.90%	31.54%

此外，元隆雅图积极布局元宇宙业务，于2021年12月成立全资子公司元隆宇宙数字技术上海有限公司（下称“元隆宇宙”），2022年初又通过元隆宇宙设立了上海喔哇。

元隆宇宙定位为以IP为核心的元宇宙营销机构，目前已形成数十人的团队，已签约及合作40余位头、腰部虚拟人，并发布首个虚拟人与虚拟萌宠组合“嫦小月”&“作作兔”，开展虚拟人直播代言、虚拟人数字藏品、虚拟人周边等应用探索。

单位：元

	本报告期		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	840,000,042.70	100%	512,861,276.84	100%	63.79%
分行业					
文化行业	836,609,021.30	99.60%	510,696,753.75	99.56%	-63.85%
其他	3,391,021.40	0.40%	2,264,523.09	0.44%	49.73%
分产品					
动漫服饰	215,339,160.19	25.64%	169,372,896.49	33.03%	-27.14%
传统衍生品	54,098,866.96	6.44%	9,768,339.80	1.90%	-453.82%
动漫、游戏等	1,749,999.98	0.21%	5,294,811.16	1.03%	-66.95%
轻游戏服务平台收入	281,838,333.64	33.55%	172,221,950.94	33.58%	63.65%
IP 自媒体	7,254,800.12	0.86%	10,924,203.17	2.13%	-33.59%
玩具制造	276,327,860.41	32.90%	143,014,552.19	27.89%	93.22%
其他	2,199,226.65	0.26%	30,364.55	0.01%	7,142.74%
房租收入	1,191,794.75	0.14%	2,234,158.54	0.44%	-46.66%

美盛文化目前不仅拥有“同道大叔”等国内知名原创精品IP，还深化与迪士尼、漫威、任天堂等公司的合作共同开发“星球大战”、“冰雪奇缘”、“魔兽”、“超级马里奥”、漫威英雄系列等IP衍生品。2019年初，美盛文化收购了新NEW TIME，并于2021年与泡泡玛特开始合作生产潮流玩具。

公司名称	公司类型	业务性质	注册资本(万元)	总资产(万元)	净资产(万元)	营业收入(万元)	营业利润(万元)	净利润(万元)	取得方式
内蒙古豪安能源科技有限公司	全资子公司	单晶硅棒、硅片的生产销售	5,000.00	99,177.88	20,408.18	23,886.87	4,773.47	4,185.68	购买
广东美奇林互动科技股份有限公司	全资子公司	玩具运营	5,000.80	22,233.07	18,701.99	7,494.56	-446.00	-452.44	购买

财报指出，2022年上半年，新冠疫情持续蔓延，上游大宗商品原材料涨价压力不断传导，下游行业需求复苏不稳定，国际贸易摩擦不断，加之短视频运营、直播带货等新媒体对传统实体行业的冲击等不利因素，公司生产经营均受到了一定的冲击和影响，玩具类业务销售持续下降，直接影响了公司的经营业绩。

该公司的益智玩具以塑料积木玩具为主，主要包括科普系列、编程机器人系列、城市系列、婴幼儿系列及IP授权系列，总共20多个系列200多款热销产品。

沐邦高科上半年重点围绕IP授权、盲盒以及国潮风等潮流产品进行研发推广，目前已有“斗罗大陆”、“空天文创”、“中船文创”、“奥特曼”、“樱桃小丸子”、“三只松鼠”、“京剧猫”、“Oringa 问号鸭”、“麦杰克小镇”、“神兽金刚”等知名IP授权。

单位: 元

	本报告期		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	165,403,919.77	100%	177,110,633.90	100%	-6.61%
分行业					
玩具业务	149,539,812.63	90.41%	174,645,700.48	98.61%	-14.38%
游戏业务	14,319,775.58	8.66%	1,334,444.71	0.75%	973.09%
其他业务	1,544,331.56	0.93%	1,130,488.71	0.64%	36.61%
分产品					
玩具	149,539,812.63	90.41%	174,645,700.48	98.61%	-14.38%
游戏	14,319,775.58	8.66%	1,334,444.71	0.75%	973.09%
其他	1,544,331.56	0.93%	1,130,488.71	0.64%	36.61%

分产品来看，玩具自产中，电动遥控玩具营收占比最高，达到了5080.24万元，其次的婴幼儿玩具，达到了4290.33万元。



另一家精英动漫

上半年实现营收7782.63万元，同比减少28.16%，净利润实现261.53万元，同比下降83.09%，主要为疫情影响玩具及衍生品销量下降所致。

该公司以“叶罗丽”动漫品牌及衍生产品玩具生产和销售为主要业务，经过1-8季，叶罗丽番外篇《叶罗丽 X 冰莲花》及第9季的播出反响热烈，叶罗丽系

列玩具及周边授权产品深受广大消费者喜爱。

报告期内，玩具及衍生品销售收入占比最高，为5353.66万元，同比下降45.37%，动漫授权、版权及承制收入2428.97万元，同比增长135.84%。



疫情反复、局势动荡、高通胀率

玩具的海外收益该何去何从？

2022年上半年亏损的公司有6家，占到了总玩具公司数量的一半，其大部分是因为国内外疫情反复和国际局势不稳定因素影响，中国内陆重点城市线下门店客流量减少或关停，海外收益额受限导致的。

2022年上半年亏

损最严重的公司是玩具品牌运营商

与零售商凯知乐（Kidsland）

，营收6.04亿元，同比减少19.90%，亏损6362.3万元，同比下降628.08%。这主要是因为该公司主要业务集中在中国内地的一线城市，而报告期间中国内地多城市及地区疫情反复，受到各种封锁措施及物流支援措施暂停的严重影响

。

按渠道划分，自营零售渠道收入达到5.02亿元，同比减少16.0%，其中零售店收入为3.18亿元，下跌9.6%，寄售专柜收入为1.50亿元，下跌27.5%，线上商店收入为3432万元，下跌12.8%。



批发渠道方面，截止至2022年6月30日，凯知乐新增42家分销商，48家分销协议届满而不予重续，分销商总量为515家，去年同期为578家。今年上半年，凯知乐与12家连锁大卖场及超级市场订有批发安排；线上重要客户从6家减少至5家。

高乐股份和奇士达

也亏损严重，营收分别为1.61亿元和1.02亿元，同比下降12.10%和10.44%；分别亏损5723.7万元和4354.2万元，净利润同比下降60.99%和695.90%。这两家公司亏损的主要原因是受国内外疫情和国际局势不确定性的影响，导致销售至海外客户的收益金额暂时减少。

高乐股份

目前主要业务包括玩具和互联网教育两大业务板块。玩具业务方面，高乐股份拥有独立自主的“GOLDLOK”品牌，主要产品包括电动火车、互动对打机器人、电动车、线控仿真飞机、智能女仔、环保磁性学习写字板等，品类覆盖电子电动玩具、塑胶玩具、毛绒玩具、益智玩具、智能互动玩具、知名IP形象授权玩具、礼品等，规格超过1000种。

分产品					
磁性学习版	2,220,102.13	-1.38%	1,339,026.12	-0.73%	65.80%
电动车	12,718,206.37	7.88%	16,722,339.16	9.11%	-23.94%
线控仿真飞机	260,079.84	0.16%	15,632.30	0.01%	1,563.73%
电动火车	13,922,660.30	8.62%	6,359,358.80	3.46%	118.93%
机械人	5,123,623.89	3.17%	8,226,473.16	4.48%	-37.72%
女仔玩具	11,021,091.14	6.83%	26,057,333.13	14.19%	-57.70%
贸易	67,021,288.03	41.52%	91,710,805.16	49.94%	-26.92%
其他产品	3,274,113.74	2.03%	10,781,537.83	5.87%	-69.63%
教育信息化	40,130,957.14	24.86%	20,752,411.99	11.30%	93.38%
模具	1,880,690.69	1.17%	104,424.78	0.06%	1,701.00%
其他业务收入	3,854,488.27	2.39%	1,582,286.48	0.86%	143.60%
分地区					
美国	26,800,441.10	16.60%	29,141,070.83	15.87%	-8.03%
拉丁	818,779.42	0.51%	1,242,598.87	0.68%	-34.11%
欧盟	6,719,532.08	4.16%	7,656,073.79	4.17%	-12.23%
亚洲	5,419,874.61	3.36%	3,102,328.42	1.69%	74.70%

奇士达

主要业务包括设计、开发、制造及销售高品质智能车模、智能互动式玩具及传统玩具。

该公司的智能玩具和传统玩具均有“奇士达”品牌的产品，其中智能车模产品还包含与知名汽车制造商推出的联合品牌产品，智能互动式玩具产品主要为智能互动式玩具套装、活动玩具及音乐玩具，包括与动画电视剧或电影的流行娱乐角色或玩具品牌拥有人联合推出的品牌产品。

报告期内，按地区划分收入，中国内地营收达到7350.2万元，中国内地以外地区营收为2991.3万元；按产品进行划分，智能车模占总营收比例最高，为6728.4万元。

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
动漫文化	1,330,855.59 2.16	924,225,177. 87	30.55%	1.00%	9.16%	-5.19%
分产品						
玩具销售	474,806,439. 78	310,726,645. 52	34.56%	-11.60%	-8.26%	-2.38%
影视类	146,579,246. 33	56,830,509.7 1	61.23%	-9.72%	-19.39%	4.65%
婴童用品	636,399,694. 01	476,729,714. 45	25.09%	27.31%	38.79%	-6.20%
电视媒体	32,898,729.1 4	38,989,647.4 4	-18.51%	-18.27%	9.68%	-30.20%
游戏类	7,852,455.12	6,003,008.76	23.65%	-79.25%	-63.44%	-33.01%
信息服务类	0.00	0.00		-100.00%	-100.00%	
其他类	32,309,027.7 8	34,945,651.9 9	-8.16%	-2.63%	1.98%	-4.89%
分地区						
中国内陆	591,804,560.	383,060,692.	35.28%	-13.23%	-6.24%	-2.84%

财报指出，2022年上半年，国内部分重点城市遭遇疫情反复，区域内相关企业停工停产，国际环境复杂严峻，疫情持续、地缘政治动荡及各国的高通胀问题等因素对奥飞娱乐婴童、玩具业务造成了一定影响。因此，奥飞娱乐主要围绕提升产品价格、优化产品结构、持续降本增效等针对性措施降低相关因素造成的影响。

该公司的玩具业务主要包括K12儿童玩具和潮流手办。

动漫IP类玩具以国内知名品牌“奥迪双钻”为主，包括以围绕自有动漫IP“超级飞侠”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”“火力少年王”等开发生产的变形玩具、人偶、装备、陀螺、悠悠球、四驱车等以及与全球知名IP通过授权合作开发生产的衍生玩具，如“侏罗纪”“小黄人”等。



潮玩手办方面，奥飞娱乐通过旗下“玩点无畏”品牌积极切入潮玩手办市场，集合外部IP和自有IP的特性进行产品研发和设计、生产制造，并通过潮玩系统渠道、连锁便利渠道以及二次元平台、电商平台等线下线上等渠道进行销售。

报告期内，结合《超级飞侠12》《巴啦啦小魔仙之魔法星缘堡》等新片热播，公司同步推出相关精品玩具项目，通过高度还原动画内容以及丰富的产品玩法，成功打造超级飞侠全新系列愿望能量球、巴啦啦夏乐彤魔法道具等爆款产品，同时拓展玩具新品类，打造益智拼装产品系列，丰富口袋小世界儿童潮玩系列等。

除此之外，公司还积极开拓文具文创、饰品潮玩、KA超市等业态的相关渠道市场，目前已与晨光文具、得力文体、名创优品等开展合作并持续推动更多跨界文创合作模式。

星辉娱乐

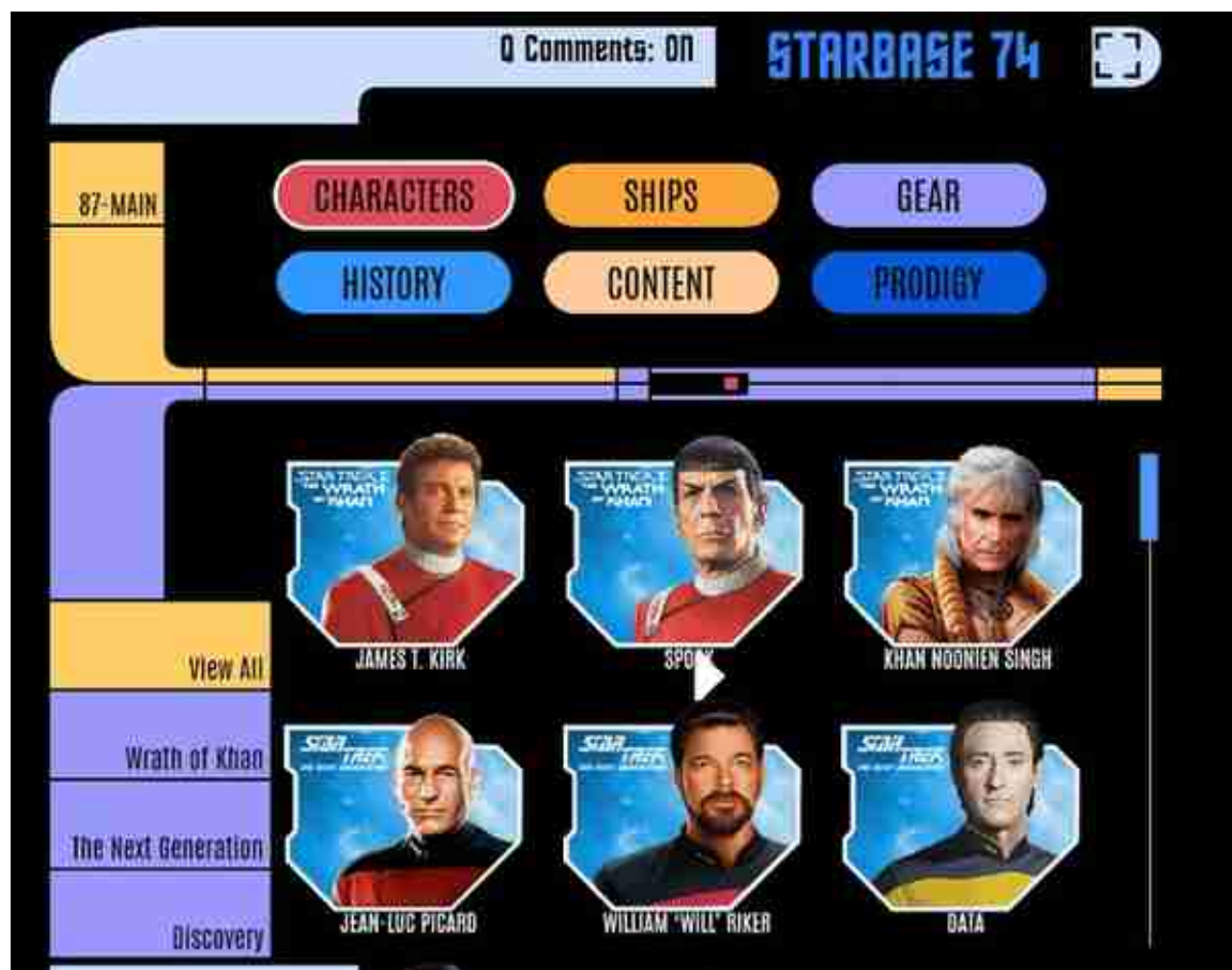
上半年营收为7.77亿元，同比增长46.72%，主要是因为报告期内西班牙人俱乐部重返西甲后，电视转播权收入增加所致；亏损1363.33万元，同比缩减了93.09%。

报告期内，公司玩具及衍生品业务实现营收1.69亿元，较上年同期增长28.32%，占总营收的21.72%；实现净利润1395.77万元，较上年同期增长125.32%。其中车模玩具业务实现营收1.52亿元，同期增长38.07%，婴童用品实现营收0.17亿元，同比减少20.88%。



彩星玩具

是今年上半年亏损最少的一家玩具公司，实现营收2.67亿港元（折合成人民币约2.36亿元），同比增长25%，主要是因为“Miraculous: Tales of Ladybug & Cat Noir”玩具系列的扩展，净亏损141.2万港元（折合成人民币约124.82万元），去年同期为溢利1448.3万元。



名創優品集團控股有限公司
未經審計額外資料
(以百萬呈列，百分比除外)

	截至6月30日止三個月			同比	截至6月30日止十二個月			同比
	2021年	2022年	美元		2021年	2022年	美元	
	(未經審計)	(未經審計)			(經審計)	(未經審計)		
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣			
收入								
國內業務	1,946	1,533	229	(21%)	7,291	7,442	1,111	2%
– 名創優品品牌	1,823	1,410	211	(23%)	6,956	6,825	1,019	(2%)
– TOP TOY品牌	72	95	14	33%	98	447	67	355%
– 其他	51	28	4	(47%)	237	170	25	(28%)
國際業務	526	785	117	49%	1,781	2,644	395	49%

财报指出，由于奥密克戎的区域性影响使得前往TOP TOY 门店所在商场的客流量有所减少，也导致若干门店暂停营业。TOP TOY门店数量截止至2022年6月30日为97家，同比增长64家，环比增长5家。

今年上半年，金运激光的IP衍生品运营业务（IP小站）实现收入4060.25万元，同比减少35.04%。

报告期内，IP小站在营线下门店共4家，共实现营收149.31万元；公司自建销售平台IP小站微信小程序交易额为109.55万元，实现营收86.72万元，累计注册用户数量为193.76万；第三方销售平台的交易额为364.20万元，实现营收242.95万元。



今年上半年，九木杂物社实现营收4.0亿元，同比减少9%，截止报告期末，共有九木杂物社481家，包

括直营店324家，加盟店157家。

财报指出，受疫情影响，九木杂物社开店速度略有放缓，通过IP文创化和供应链建设提升原创商品能力；提升会员运营，提高百万级注册会员的复购率，采取会员权益延期、权益补发等措施增加消费者粘性。并通过线上公域和私域运营缓冲疫情冲击，提升九木杂物社的抗风险能力。

尽管各个公司都在努力采取应对措施，上半年疫情反复与国际局势不稳定等不可抗力因素给玩具及潮玩行业带来不小的冲击，其影响也是无法完全消除的，对于年终能否交出一份满意的成绩单还是一个未知数。