仅供内部参考，请勿外传

CTE 2026 展会观察：IP 分层拓客群，品类与互动创新拓场景

■ 2026 CTE 中国玩具展专题跟踪

姓名	电话	邮箱	登记编号
刘佳昆(分析师)	021-38038184	liujiakun@gtht.com	S0880524040004
鲍秋宇(分析师)	021-23185602	baoqiuyu@gtht.com	S0880526060006

本报告导读：

CTE2026 新品亮点纷呈，行业显现多品类、AI 化、成人化等发展趋势。

投资要点：

- **CTE 2026 新品围绕 IP 分层开发、拼搭品类扩容与智能互动展开，产品形态和使用场景进一步丰富。**布鲁可、万代、迪士尼、实丰文化、灵动创想及森宝等企业集中展示新品，既围绕经典 IP 推出不同规格、价格与风格的产品，也通过原创系列、载具拼搭及 AI 硬件拓展产品供给。成人收藏、女性悦己及入门用户需求，分别体现在艺术潮玩、萌系联名与轻量化拼装等设计中。
- **1）IP 分层开发：**围绕同一 IP 覆盖不同消费需求，原创系列与本土化企划同步推进。灵动创想围绕奥特曼推出 100cm 声光模型、可动人偶、艺术搪胶及 39.9 元萌系盲盒，分别对应大件收藏、把玩、艺术陈列与轻量收集需求；Artverse 变形金刚系列通过涂鸦设计与磁吸配件丰富经典角色的表达。迪士尼围绕《复联 5》档期展示超级英雄产品，并以冰雪奇缘、疯狂动物城等 IP 覆盖服饰、毛绒及生活周边。布鲁可则持续丰富英雄无限等原创系列，展示法相李白、杨戬及齐天大圣等角色，增加中国传统文化题材供给。
- **2）拼搭品类扩容：**载具、积木人与场景产品持续丰富，部分新品降低拼装门槛。布鲁可积木车 C 系列扩充变形金刚与原创改装车题材，并通过立体浮雕收藏卡向非拼搭产品延伸。森宝展示 SEMBO WHEELS 积木车、QQ 飞车联名灰模及 6—11cm 多尺寸积木人骨架，同时以军事装备透视版展示内部结构，以三丽鸥、爱心小熊等联名拓展生活场景。万代面向中国内地市场推出 GUNDAM XMX，采用 59.9 元盲盒定价、免工具拆件与部分预涂装设计，兼顾入门拼装和收藏需求。
- **3）智能互动拓展：**AI 硬件由儿童陪伴延伸至成人办公，传统玩具通过语音、声光功能丰富玩法。实丰文化发布 AI 品牌 Rootix 及 DeskBuddy 桌面伙伴，接入办公智能体，提供任务进度提醒与优先级管理，并结合表情动画、复古小游戏及 NFC 手办互动保留陪伴属性；儿童端以 AI 猪小屁、麦克 AI 飞飞兔及 AI 守护星覆盖毛绒陪伴、语音互动与安全管理需求。迪士尼声控头盔、万代 DX 奥特升华眼镜及灵动创想迪迦声光模型，则通过语音控制、卡面扫描及声光效果增加角色互动体验。
- **风险提示：**新品推广及销售不及预期、IP 授权变动、行业竞争加剧、AI 硬件商业化不及预期等、消费需求波动风险。

轻工制造业

评级： **增持**

细分行业评级

文娱用品	增持

相关报告

轻工制造业《AI 眼镜商业化提速，产业链迎成长机遇》2026.10.20

轻工制造业《IP 运营持续深化，渠道布局加速》2026.10.16

轻工制造业《科技消费 9 月专题：从 Meta Connect 2026 看 AI 眼镜发展趋势》2026.10.14

轻工制造业《不同周期下的箱瓦纸进口影响》2026.10.12

轻工制造业《中国潮玩出海：从产品输出到品牌全球化的跃迁》2026.09.28

仅供内部参考，请勿外传

表1：相关标的盈利预测及估值（单位：元）

股票代码	股票简称	收盘价（元）	EPS（元）			PE		
			2026E	2027E	2028E	2026E	2027E	2028E
晨光股份	603899.SH	21.3	1.53	1.64	1.75	13.93	12.99	12.18
创源股份	300703.SZ	12.4	0.29	0.59	0.80	42.45	20.97	15.62
布鲁可	0325.HK	54.6	3.33	4.28	5.52	19.29	15.01	11.64
泡泡玛特	9992.HK	128.5	8.01	9.50	11.34	18.87	15.91	13.33
广博股份	002103.SZ	6.7	0.31	0.36	0.40	21.22	18.71	16.57
齐心集团	002301.SZ	7.1	0.22	0.26	0.30	32.82	26.98	23.64

资料来源：Choice，国泰海通证券研究，注：晨光股份和布鲁可 26-28 年 EPS 来自国泰海通证券研究所预测，评级为增持，其他公司 2026-2028 年 EPS 采用 choice 一致预期，收盘价截至 2026 年 10 月 22 日，汇率取港币:人民币=1:0.85，布鲁可与泡泡玛特收盘价单位为港币、其余公司为人民币

仅供内部参考，请勿外传

目录

1. 布鲁可：多 IP 系列持续上新，推进原创 IP 与新品类.....4
2. 万代：高达本土化落地，拼装门槛降低.....5
3. 迪士尼：复联 5 档期驱动，互动授权品扩容.....6
4. 实丰文化：AI 陪伴从儿童延伸至成人，Rootix 品牌亮相.....7
5. 灵动创想：同一 IP 分层开发，覆盖多价格带.....8
6. 森宝：重器做深、萌系做宽，切入积木车.....9
7. 2026 CTE 新品总结：IP 分层开发与拼搭扩容并进，智能互动拓展场景 10
8. 风险提示.....11

仅供内部参考，请勿外传

1. 布鲁可：多 IP 系列持续上新，推进原创 IP 与新品类

本届新品分类：布鲁可本届携 900 余款产品参展，覆盖积木人与积木车两大品类，现场设置漫威-复仇者联盟 5、侏罗纪世界与布鲁可原创 IP 三大主题展区，新品主要集中在英雄收集、模玩收藏与积木车三条产品线。

1）英雄收集类：30 余款产品首次展出，洛克人 IP 首次在群星 S 系列实现商品化。群星 S 新增洛克人第 1 弹次元交错、假面骑士第 2 弹与奥特名鉴第 5 弹；星辰版推出变形金刚第 9 弹龙焱降临与繁星集结第 3 弹交汇之光，星光版推出假面骑士第 8 弹，群星版推出奥特名鉴第 17 弹与变形金刚第 12 弹。经典版以原创 IP“英雄无限”为主，展出法相李白、法相杨戬、战斗服关羽 2.0，以及大闹天宫齐天大圣、哪吒闹海哪吒等角色。

2）模玩收藏类：近 10 款新品首展，复联 5 相关产品与电影档期同步推出。超越版推出漫威雷神，超越版 Lite 第 3 弹、第 4 弹分别为复仇者联盟 5 Vol.1 与 Vol.2，传奇版推出奥特名鉴邪恶迪迦。自然集新增侏罗纪世界霸王龙、三角龙、暴虐霸王龙与牛龙 4 款，题材由人形角色延伸至恐龙。

3）积木车与收藏卡：C 系列继续扩充变形金刚与改装车题材。现场展出变形金刚 C05 火种源力、CT04 通天晓及改装车 C01 荒野回声，并陈列擎天柱、推土机、山猫号航天飞机等处于监修阶段的样品。同场展出的第四届 BFC 创作赛优秀作品，对应赛事参赛超 7 万人次、覆盖 22 个国家及地区。此外，公司 9 月推出全新品类立体浮雕收藏卡英雄令假面骑士第一弹，向非拼搭类收藏产品延伸。

布鲁可本届新品提高原创 IP 与新品类的权重。原创 IP 方面，繁星集结推出星辰版第 3 弹，英雄无限展示法相李白等角色，并以齐天大圣大型雕塑作为展台主视觉，增加中国传统文化题材及自有系列的产品供给。新品类方面，积木车展示变形金刚 C05“火种源力”、CT04 通天晓及原创改装车 C01“荒野回声”，车型由经典授权角色延伸至原创改装题材；叠加 9 月推出的立体浮雕收藏卡英雄令，公司产品形态正由积木人向载具、非拼搭收藏品等方向扩展。

表 1:2026 CTE 布鲁可参展新品梳理

新品	类别	产品要点
群星 S·洛克人第 1 弹「次元交错」	积木人·英雄收集	洛克人 IP 首次在群星 S 系列商品化
群星 S·假面骑士第 2 弹 / 奥特名鉴第 5 弹	积木人·英雄收集	群星 S 系列续弹
星辰版·变形金刚第 9 弹 / 繁星集结第 3 弹	积木人·英雄收集	龙焱降临/交汇之光
星光版·假面骑士第 8 弹；群星版·奥特名鉴第 17 弹、变形金刚第 12 弹	积木人·英雄收集	主力系列持续出弹
超越版·英雄无限（齐天大圣、哪吒、法相李白等）	积木人·原创 IP	中国神话与历史人物题材
超越版·雷神；超越版 Lite·复联 5 Vol.1/Vol.2	积木人·模玩收藏	对应《复仇者联盟 5》12 月 16 日上映
传奇版·邪恶迪迦	积木人·模玩收藏	奥特名鉴 IP 高端模玩
自然集·侏罗纪世界 TC01-TC04	积木人·模玩收藏	霸王龙、三角龙彩模，暴虐霸王龙、牛龙灰模
积木车 C 系列（C05 火种源力、CT04 通天晓、C01 荒野回声）	积木车	变形金刚与改装车题材，部分处于监修阶段
英雄令·假面骑士第一弹	立体浮雕收藏卡	全新品类-立体浮雕造型

资料来源：布鲁可公众号，国泰海通证券研究

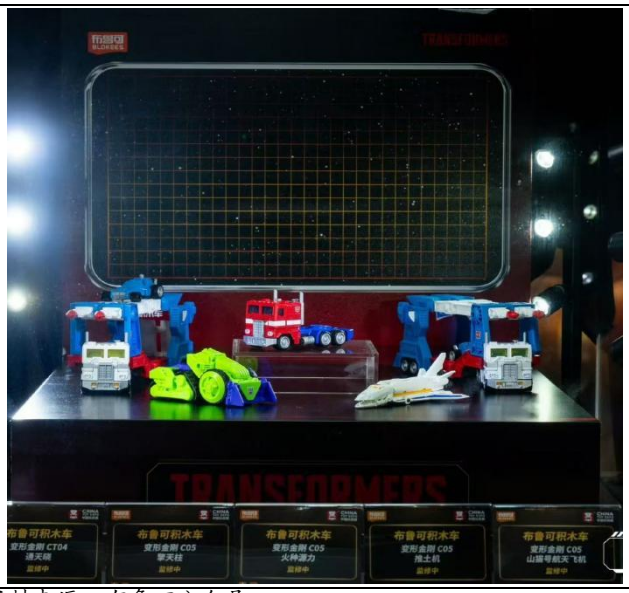
仅供内部参考，请勿外传

图 1：布鲁可展台「英雄无限」齐天大圣雕塑



资料来源：布鲁可公众号

图 2：布鲁可积木车 C 系列变形金刚新品陈列



资料来源：布鲁可公众号

2. 万代：高达本土化落地，拼装门槛降低

本届新品分类：万代本届以高达与奥特曼两大 IP 为主线，新品分为高达新企划、面向中国内地的盲盒拼装模型及奥特曼 60 周年变身道具三类，分别对应核心模型玩家、入门收藏用户与儿童角色扮演需求。

1）高达新企划：RG PROJECT 在本届集中展示。该项目由神山健治执导，以游戏与动画两条线展开，对应新作动画《机动战士高达 RG XARX-ZERO》计划于 2027 年播出。展台分设 GAME 与 ANIME 两个区域，陈列 HG 1/144 螺旋高达与 HG 1/144 高达 ZERO 等新品，为 2027 年作品提前预热。

2）盲盒拼装：GUNDAM XMX 是面向中国内地市场打造的全新拼装品牌。该系列于 10 月 3 日在 Wonder Festival 上海首次发布，首弹选用《机动战士高达 SEED》强袭高达，含 5 款常规款与 1 款隐藏款，成品高约 11cm，单盒参考价 59.9 元，预计 2027 年春季在内地发售。产品采用免工具拆件、部分预涂装与背包武器可互换设计，第二弹 RX-78-2 已在开发中。

3）变身道具：DX 奥特升华眼镜（中文版）为奥特曼 60 周年主题新品。产品配套收录历代 60 位奥特曼的角色卡面，玩家用眼镜扫描角色即可触发声光效果，并结合角色变身玩法，建议零售价 339 元/套。

万代本届新品降低高达拼装的进入门槛，并针对中国市场做本土化开发。拼装体验方面，GUNDAM XMX 采用免工具拆件、部分预涂装及武器配件互换设计，并以 59.9 元/盒的盲盒形式推出，兼顾入门拼装与收藏需求。本土化开发方面，GUNDAM XMX 面向中国内地市场单独打造，首发于 Wonder Festival 上海；奥特曼 60 周年变身道具也推出了中文版本。

仅供内部参考，请勿外传

表 2:2026 CTE 万代参展新品梳理

新品	类别	产品要点
RG PROJECT·HG 1/144 高达 ZERO	高达拼装模型	动画线，对应《机动战士高达 RG XARX-ZERO》，2027 年播出
RG PROJECT·HG 1/144 螺旋高达	高达拼装模型	游戏线，神山健治执导新世界观
GUNDAM XMX·强袭高达（第 1 弹）	盲盒拼装模型	约 11cm，5 款+1 隐藏款，免工具拆件，59.9 元/盒，2027 年春季发售
DX 奥特升华眼镜（中文版）	变身道具	扫描 60 位奥特曼卡面触发声光，339 元/套

资料来源：万代官微，国泰海通证券研究

图 3：GUNDAM XMX 展台



资料来源：万代模型官方微博

图 4：RG PROJECT 展区 HG 新品陈列



资料来源：万代模型官方微博

3. 迪士尼：复联 5 档期驱动，互动授权品扩容

本届新品分类：迪士尼中国本届设立米奇和朋友们、冰雪奇缘、疯狂动物城、史迪奇、皮克斯、蜘蛛侠与复仇者联盟七大展区，近 60 家来自中国、亚太及欧美市场的授权合作伙伴带来 2000 余件展品，新品以影片档期相关的超级英雄产品和面向女性及亲子用户的萌系周边为主。

1）超级英雄类：复仇者联盟展区围绕《复仇者联盟 5》集中上新。《复联 5》已定档 12 月 16 日在中国内地上映，展区推出主题声控头盔，用户喊出“打开面罩”“合上面罩”即可控制面罩开合，同时陈列钢铁侠、美国队长等角色的面具、玩偶、背包与马克杯。自《复联 4》上映以来，迪士尼中国已与合作伙伴累计推出超过 15000 款复联主题授权玩具，后续将随电影上映继续上新。

2）公主与动物城类：冰雪奇缘、疯狂动物城展区以甜美风格产品为主。冰雪奇缘展区展出艾莎公主裙装、玩偶、城堡，以及儿童骑行车、梳妆台等过家家产品；疯狂动物城展区以朱迪、尼克形象的斜挎包和毛绒挂件为代表。

3）经典及皮克斯 IP 类：米奇和朋友们、史迪奇、皮克斯与蜘蛛侠展区覆盖全年龄段授权品类。据迪士尼介绍，疯狂动物城、玩具总动员与蜘蛛侠系列今年增长较为突出。

迪士尼本届新品以《复联 5》档期为核心节点，授权产品正从静态周边向互动玩法扩展。复仇者联盟展区展区集中展示钢铁侠、美国队长等角色的头盔、面具及周边产品，配合影片上映安排后续授权新品；冰雪奇缘、疯狂动物城等主题则展示公主服饰、毛绒挂件及生活配饰。互动玩法方面，《复仇者联盟 5》主题声控头盔可通过语音指令控制面罩开合，在角色造型还原之外增加互动体验。本届新品体现迪士尼以影视 IP 为核心，结合角色扮演与生活化周边开发不同产品形态。

仅供内部参考，请勿外传

表 3:2026 CTE 迪士尼参展新品梳理

新品	类别	产品要点
《复仇者联盟 5》主题声控头盔	互动角色扮演	语音指令控制面罩开合
复联角色面具、玩偶、背包、马克杯	授权周边	钢铁侠、美国队长等角色；复联授权玩具累计超 15000 款
冰雪奇缘·艾莎系列	公主过家家	公主裙、玩偶、城堡、儿童骑行车、梳妆台
疯狂动物城·朱迪/尼克周边	毛绒、箱包	斜挎包、毛绒挂件
米奇和朋友们、史迪奇、皮克斯、蜘蛛侠	综合授权	七大展区、近 60 家授权伙伴、2000 余件展品

资料来源：新闻晨报，国泰海通证券研究

图 5：迪士尼中国冰雪奇缘展区



资料来源：新闻晨报

图 6：迪士尼中国复仇者联盟 5 展区



资料来源：新闻晨报

4. 实丰文化：AI 陪伴从儿童延伸至成人，Rootix 品牌亮相

本届新品分类：实丰文化本届携多款 AI 智能硬件及陪伴玩具亮相 CTE，并于 10 月 21 日举行“玩具之外”新品发布会，新品分为成人办公 AI 硬件、儿童 AI 陪伴产品与 ODM 智造方案三部分，其中新发布的 AI 品牌 Rootix 及首款产品 DeskBuddy 最受关注。

1）成人办公 AI 硬件：DeskBuddy“桌面搭子”在本届首次展出。产品可接入国内外主流办公智能体，具备盯进度、做决策、做桌搭三项核心功能：读取任务进度后，通过灯带、表情动画等低干扰方式提示状态，在任务停滞时主动提醒；多任务并行时排定优先级，并给出推荐项与判断依据。外观采用复古游戏机造型与红蓝配色，内置复古小游戏，附赠 NFC 贴片，用户可为手办摆件设定名字与性格，形成桌面互动玩法。

2）儿童 AI 陪伴：麦克 AI 飞飞兔与 AI 守护星同场展出，AI 猪小屁进一步丰富 AI 毛绒玩伴场景。飞飞兔主打多轮对话，可以用父母的声音讲哄睡故事；AI 守护星为无屏儿童智能设备，集成定位、通话、远程取景、AI 拍学与 AI 对话功能。AI 猪小屁采用亲肤毛绒材质及可换装设计，面向 3—12 岁儿童，内置儿歌、故事、科普和双语启蒙内容，并支持用户记忆及家长端使用时长管理。与麦克 AI 飞飞兔、AI 守护星相比，AI 猪小屁更侧重毛绒玩伴与睡前陪伴场景。

3）品牌与制造：发布会正式官宣 AI 业务新品牌 Rootix，定位“主动式 AI 硬件”。ODM 专区展示工业设计、AI 大模型接入、语音识别、情感计算及量产交付能力，现场开放品牌联名、ODM 定制、渠道代理与技术授权四种合作模式，并同步举行 DeskBuddy 订货会。

仅供内部参考，请勿外传

实丰文化本届新品把 AI 陪伴从儿童延伸至成人，并通过 Rootix 品牌推动 AI 业务独立运营。儿童端，AI 猪小屁等则继续覆盖儿童语音陪伴、安全管理及毛绒互动场景。成人端，DeskBuddy 接入主流办公智能体，提供盯进度、做决策等任务管理功能，同时以复古游戏机造型和 NFC 手办互动保留情绪陪伴属性，定位介于效率工具与情绪搭子之间。品牌层面，Rootix 以“主动式 AI 硬件”为定位统一承接 AI 产品，发布会同步举行 DeskBuddy 订货会，并开放 ODM 定制与技术授权，推动公司 AI 业务由自有产品开发向硬件方案输出延伸。

表 4:2026 CTE 实丰文化参展新品梳理

新品	类别	产品要点
DeskBuddy 桌面搭子	办公 AI 硬件	接入主流办公智能体；盯进度、做决策、做桌搭；复古游戏机造型+NFC 互动
Rootix	AI 业务品牌	定位“主动式 AI 硬件”
麦克 AI 飞飞兔	儿童 AI 陪伴	多轮对话，可用父母声音讲哄睡故事
AI 猪小屁	AI 毛绒陪伴玩具	毛绒换装、AI 对话以及用户记忆、家长端管理
AI 守护星	无屏儿童智能设备	定位、通话、远程取景、AI 拍学、AI 对话
ODM 智造方案	制造服务	设计+AI 技术+量产交付；联名、定制、代理、授权四类合作

资料来源：实丰文化 AI 玩具公众号，商协会，国泰海通证券研究

图 7：AI 猪小屁智能毛绒玩具



资料来源：商协会

图 8：AI 智能桌面伙伴 DeskBuddy 展示



资料来源：实丰文化 AI 玩具公众号

5. 灵动创想：同一 IP 分层开发，覆盖多价格带

本届新品分类：灵动创想本届展品涵盖收藏大件、可动人偶、艺术潮玩及萌系小物四类，价格从几十元至千元级，展示奥特曼、假面骑士、变形金刚等 IP 产品，同一 IP 分别应用于声光模型、可动人偶、艺术搪胶及盲盒等产品形态。

1）收藏大件：巨匠声光模型系列首次公开。豪华声光英雄·迪迦奥特曼 30 周年限定在 CTE 首展，产品尺寸为 100cm，采用经典皮套质感设计，配备声光互动功能。

2）可动人偶：奥特曼与假面骑士系列同步推出第二弹。奥特曼英雄本色 Vol.2 与假面骑士英雄本色 Vol.2 同步首展，均具备 26 处可动关节，并在 4 月首弹基础上调整背部涂装与配件配置。

3）艺术潮玩：Artverse 品牌展示变形金刚盲盒与奥特曼搪胶产品。“Artverse·变形金刚·能量涂鸦 Vol.1”在本届首展，将 Torry 涂鸦艺术融入 G1 造型，采用 9cm 尺寸及全涂装设计，搭配磁吸结构与专属涂鸦冰箱贴，稀有款擎天柱的涂鸦面积更大。同场展出的“Artverse·CHIMA GROUP·奥特曼艺术搪胶系列 Vol.2”延续与日本艺术家的合作。

仅供内部参考，请勿外传

4）萌系小物：包括 IP 变形盲盒与可拼接场景食玩。“不知什么鸟系列”将奥特曼、假面骑士设计为 6cm 圆润小鸟造型，保留头盔、腰带等角色元素，单盒售价 39.9 元，一端 6 盒。10 月上市的三丽鸥家族“邻家小店”食玩盲盒支持左右拼接、上下堆叠，可将单个店铺组合为街区。

本届新品以核心 IP 为基础，通过产品分层拓展消费人群，通过审美与玩法创新增加购买理由。以奥特曼为例，100cm 声光大件、可动人偶、艺术搪胶与 39.9 元小鸟盲盒，分别对应大件收藏、把玩、艺术表达及轻量收集需求；变形金刚进入 Artverse 产品线，则进一步丰富其经典形象之外的审美表达。公司在角色还原之外，正增加艺术家合作、萌系改造与场景组合等开发方式。

表 5:2026 CTE 灵动创想参展新品梳理

新品	类别	规格 / 定价
豪华声光英雄·迪迦奥特曼 30 周年限定	巨匠声光模型	100cm 收藏级尺寸，复合型皮套质感，声光互动
奥特曼英雄本色 Vol.2	可动人偶	26 处关节可动，涂装与配件升级
假面骑士英雄本色 Vol.2	可动人偶	26 处关节可动，与奥特曼线同弹
Artverse·变形金刚·能量涂鸦 Vol.1	艺术潮玩盲盒	9cm 掌心全涂装，磁吸+涂鸦冰箱贴，稀有款擎天柱
Artverse·CHIMA GROUP·奥特曼艺术搪胶系列 Vol.2	艺术搪胶	日本艺术家联名，Artverse 常态产品线
不知什么鸟·奥特曼 Vol.1	萌系盲盒	6cm 小鸟化造型，39.9 元/单盒、239.4 元/端盒
不知什么鸟·假面骑士 Vol.1	萌系盲盒	6cm 小鸟化造型，1 号/铠武/艾克赛德/甲斗等 6 款
三丽鸥家族·邻家小店食玩盲盒	食玩盲盒	左右拼、上下叠，可连成街区；10 月上市

资料来源：灵动创想官微，国泰海通证券研究

6. 森宝：重器做深、萌系做宽，切入积木车

本届新品分类：森宝本届在 W4 馆 D31 展位参展，新品覆盖军事重器、积木人、IP 联名场景与积木车新品类四个方向，同时通过品牌焕新推出 Floralism 花艺派系列。

1）军事重器：强国系列以“透视版”作为新卖点。展台以重器沙盘与“强国雄风·海陆空作战编队集群”陈列产品，重点包括 99A 主战坦克透视版、956 现代级驱逐舰透视版与歼-35 隐形战斗机透视版，透视结构可展示装备内部构造；公司同期还官宣了 055 万吨大驱积木新品，并设置流浪地球科幻积木展区。

2）积木人：森宝积木人骨架迎来焕新。新骨架覆盖 6cm 至 11cm 多档尺寸，从迷你简易拼搭、Q 版无限拼接到基础可动与升级骨架进阶造型分层设计，展台同步设置“S 创想+”玩家二创分享区。

3）IP 联名场景：联名新品以萌系角色和生活场景为主。全新 IP 自嘲熊线下首次亮相，爱心小熊与 FARMER BOB 联名打造“甜野生活”主题；三丽鸥方向展出 Hello Kitty 中岛与大耳狗云朵梦境场景，月光社小颗粒系列增加海绵宝宝等联名，另有蜡笔小新双叶幼稚园场景。

4）积木车新品类：SEMBO WHEELS 与 QQ 飞车联名同步曝光。积木车品牌以“开始拼装你的第一台积木车”进行品类预热，森宝×QQ 飞车联名新品以灰模形式首度亮相。

森宝本届新品呈现“军事重器做深、萌系联名做宽”的结构，并以积木人、

仅供内部参考，请勿外传

积木车切入新的细分赛道。军事模型方面，99A 主战坦克、956 现代级驱逐舰及歼-35 战斗机推出透视版，以内部结构展示增加模型细节；公司同步官宣 055 万吨大驱新品。萌系产品方面，自嘲熊首次线下亮相，爱心小熊、FARMER BOB 及三丽鸥等 IP 围绕甜野生活、云朵梦境等主题展示场景积木。此外，森宝还展示积木人新骨架及 SEMBO WHEELS 积木车，进一步丰富拼搭产品种类。

表 6:2026 CTE 森宝参展新品梳理

新品	类别	产品要点
99A 主战坦克 / 956 驱逐舰 / 歼-35 透视版	军事重器	透视结构展示装备内部构造
055 万吨大驱	军事重器	新品官宣
森宝积木人（骨架焕新）	积木人	6cm-11cm 多档尺寸，Q 版拼接至进阶可动
自嘲熊	新 IP	线下首度亮相
爱心小熊×FARMER BOB	IP 联名	“甜野生活”主题场景
三丽鸥 Hello Kitty / 大耳狗	IP 联名场景	中岛陈列与云朵梦境场景
月光社·海绵宝宝等	小颗粒积木	更多品类联名
Floralism 花艺派	花艺积木	品牌焕新系列
SEMBO WHEELS / 森宝×QQ 飞车	积木车	积木车品类首发；联名灰模首度曝光

资料来源：森宝积木公众号，国泰海通证券研究

图 9：森宝重器沙盘展区



资料来源：森宝积木公众号

图 10：森宝爱心小熊联名展区



资料来源：森宝积木公众号

7. 2026 CTE 新品总结：IP 分层开发与拼搭扩容并进，智能互动拓展场景

CTE 2026 新品主要围绕 IP 开发、拼搭品类及互动功能展开。经典 IP 通过不同规格、价格与风格覆盖多层次需求，拼搭产品进一步丰富载具、人物及场景布局，AI 硬件则从儿童陪伴延伸至成人办公。消费人群的拓展，具体体现在收藏模型、艺术潮玩、萌系联名及入门拼装等产品中。

IP 开发从角色还原延伸至多形态表达，原创系列与本土化企划丰富产品供给。灵动创想围绕奥特曼展示 100cm 声光模型、可动人偶、艺术搪胶及 39.9 元萌系盲盒，分别对应大件收藏、把玩、艺术陈列与轻量收集需求；变形金刚 Artverse 系列通过涂鸦设计丰富经典形象的表达。布鲁可围绕授权 IP 布局英雄收集与模玩收藏系列，同时展示英雄无限法相李白、杨戬及齐天大圣等角色。万代面向中国内地市场推出 GUNDAM XMX，体现针对本土用户开展专门产品企划的方向。

仅供内部参考，请勿外传

拼搭新品同时丰富品类与拼装体验，覆盖不同题材偏好和参与门槛。布鲁可积木车 C 系列扩充变形金刚与原创改装车题材，森宝展示 SEMBO WHEELS 积木车、QQ 飞车联名灰模及多尺寸积木人骨架，载具与人物产品选择进一步增加。既有品类也通过结构和场景设计丰富玩法：森宝军事装备透视版突出内部构造，萌系联名围绕生活场景展开。万代 GUNDAM XMX 则采用 59.9 元盲盒定价、免工具拆件及部分预涂装设计，兼顾入门拼装与收藏需求。

AI 硬件拓展使用场景，语音与声光功能增加角色互动体验。实丰文化发布 Rootix 品牌及 DeskBuddy 桌面伙伴，将办公智能体、任务管理与桌面互动结合，产品由儿童陪伴延伸至成人办公；AI 猪小屁、麦克 AI 飞飞兔等继续覆盖毛绒陪伴与语音互动需求。传统玩具方面，迪士尼声控头盔通过语音指令控制面罩开合，万代 DX 奥特升华眼镜通过扫描角色卡面触发声光，灵动创想迪迦模型结合大尺寸陈列与声光效果，在角色造型还原之外丰富互动玩法。

8. 风险提示

新品推广及销售不及预期。部分新品仍处于展示或预售阶段，上市进度及销售表现存在不确定性。

IP 授权变动风险。授权 IP 续约或合作条件变化可能影响新品推出及盈利水平。

行业竞争加剧风险。积木人、积木车、盲盒拼装及 AI 玩具赛道参与者持续增加，产品同质化可能带来价格竞争，压缩企业利润空间。

AI 硬件商业化不及预期。AI 玩具及桌面 AI 硬件仍处于发展早期，用户付费意愿、产品体验、大模型调用成本及数据安全等方面存在不确定性。

消费需求波动风险。潮玩需求易受消费环境影响，部分展会及新品信息可能存在披露不完整或更新滞后的情况。

仅供内部参考，请勿外传

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

本报告仅供国泰海通证券股份有限公司（以下简称“本公司”）授权客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

本公司利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域、部门或关联机构之间的信息流动。因此，投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“国泰海通证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息或进而交易本报告中提及的证券。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议，本公司、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

评级说明

投资建议的比较标准

投资评级分为股票评级和行业评级。

以报告发布后的 12 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后的 12 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深 300 指数涨跌幅为基准。

	评级	说明
股票投资评级	增持	相对沪深 300 指数涨幅 10%以上
	谨慎增持	相对沪深 300 指数涨幅介于 5%～10%之间
	中性	相对沪深 300 指数涨幅介于-5%～5%
	减持	相对沪深 300 指数下跌 5%以上
	无评级	对于个股未来市场表现与基准指数相比无明确观点
行业投资评级	增持	明显强于沪深 300 指数
	中性	基本与沪深 300 指数持平
	减持	明显弱于沪深 300 指数

国泰海通证券研究所

地址 上海市黄浦区中山南路 888 号 邮编 200011 电话 （021）38676666