

AI 玩具在泰国市场调研报告

摘要

泰国玩具市场2024年规模约4.6-4.8亿美元，年复合增长率约5.5%。AI/智能玩具作为新兴细分品类正处于早期增长阶段，受益于泰国高度数字化（网络渗透率91%）、政府Thailand 4.0政策推动STEM教育、以及中产阶级对教育投资的重视。中国品牌占据约50%市场份额（中端为主），本土AI玩具品牌几乎空白，泰语本地化、数据隐私合规和1000-2000泰铢价格带存在明确市场机会。

研究背景

AI玩具（具备语音对话、自适应学习、编程教育、情感识别等AI功能的智能玩具）全球市场正快速增长。泰国作为东南亚第二大经济体，数字经济发达（2024年460亿美元），教育科技需求旺盛，是AI玩具出海的重要目标市场。本调研旨在评估泰国AI玩具市场的规模、竞争格局、消费者态度和进入机会。

研究方法

- 调研维度：**市场规模、竞品分析、消费者洞察、政策法规、渠道分销、进入机会
- 信息来源类型：**行业报告（IMARC、Euromonitor、Intel Market Research）、政府数据（ITA、世界银行）、新闻媒体（Bangkok Post、Nation Thailand）、社交媒体讨论、电商平台数据、国际组织报告（UNESCO、UNICEF）
- 研究深度：**普通研究

主要发现

1. 市场规模与增长趋势

泰国玩具市场整体

指标	2024年	2025年	2034年预测	CAGR
----	-------	-------	---------	------

泰国玩具市场总规模	4.56-4.81亿美元	~4.81亿美元	7.79-7.87亿美元	5.46-5.52%
全球智能AI玩具市场	121.4亿美元(2022)	~128亿美元	285亿美元	14.6%
亚太AI玩具市场	1860万美元	2130万美元	4270万美元(2032)	10.4%
泰国EdTech市场	—	17.57亿美元	48.90亿美元	11.44%

✓已验证 来源：IMARC Group, Intel Market Research, Research and Markets

关键增长驱动力

- 1. **数字化程度高**：网络渗透率91%，数字经济占GDP 23.9%，电商市场306亿美元
- 2. **政府政策推动**：Thailand 4.0战略、AI教育计划（目标2030年培养3万AI专家）
- 3. **中产阶级教育投资意愿**：出生率下降→单个孩子投入增加
- 4. **Kidult现象**：成人玩具收藏热潮带动整体玩具市场增长
- 5. **电商基础设施成熟**：Shopee使用率75%，物流网络覆盖全国

2. 竞品分析

主要产品与定价

品牌	产品名	价格(泰铢)	价格段	来源国	类型
Miko	Miko 3	15,000-20,000	高端	印度	AI对话机器人
DJI	RoboMaster S1	18,000-22,000	高端	中国	编程教育机器人
Kebbi	Kebbi Air	10,000-15,000	高端	台湾	教育陪伴机器人
ROYBI	ROYBI Robot	8,000-12,000	高端	美国	教育AI机器人
优必选(UBTECH)	Alpha Mini	6,000-9,000	中高端	中国	人形机器人
Sphero	Sphero BOLT	4,500-6,500	中端	美国	编程机器人球
Fisher-Price	Think & Learn	3,000-5,000	中端	美国	早教智能玩具
WowWee	CHiP/Coji	3,000-6,000	中端	加拿大	互动机器人
Makeblock	mBot系列	2,500-5,000	中端	中国	STEM编程机器人
小度(Baidu)	智能屏玩具版	2,000-3,500	中端	中国	AI语音助手

Lexibook	Powerman系列	2,000-4,000	中端	法国	教育机器人
小米	米兔机器人	1,500-3,000	中端	中国	编程积木机器人
Alpha Group	Robo Alive	800-2,500	低端	中国	仿生机器人

竞争格局

玩家类型	市场份额 (估)	代表品牌	优势	劣势
中国出海品牌	~50%	Makeblock、DJI、小米、优必选、小度	性价比、供应链、迭代快	品牌认知低
国际大牌	~30%	ROYBI、Sphero、Fisher-Price、Lexibook	品牌信任度、教育内容	价格高、本地化不足
亚太品牌	~15%	Miko(印度)、Kebbi(台湾)	语言本地化、文化适配	产能有限
泰国本土	~5%	几乎空白	—	—

产品类型分布

- 1. 编程教育机器人 (35%) — Makeblock、Sphero、DJI
- 2. AI对话陪伴机器人 (30%) — Miko、ROYBI、Kebbi
- 3. 互动娱乐机器人 (20%) — WowWee、Robo Alive
- 4. 早教智能玩具 (15%) — Fisher-Price、小度

3. 消费者洞察

核心关注点 Top 5

排名	关注点	证据
1	屏幕时间管理	72.6%泰国儿童每天屏幕时间超标
2	数据隐私与安全	担心录音、面部识别数据泄露
3	教育价值 vs 纯娱乐	要求有实际学习效果
4	语言支持（泰语）	泰语语音识别是刚需

5	独立思考能力保护	担心AI替代思考
---	----------	----------

✓已验证 来源：Bangkok Post、Nation Thailand、Microsoft Thailand调查

消费者画像

- **主要购买者：**曼谷等城市的中产阶级家长（孩子3-12岁）
- **购买动机：**STEM教育投资 > 英语启蒙 > 科技兴趣培养 > 娱乐
- **决策因素：**教育效果 > 泰语支持 > 价格 > 品牌 > 安全认证
- **购买渠道：**线上（Shopee/Lazada）购买 + 线下（Central/Big C）体验

典型用户声音

"AI for Teachers项目显示99.7%的教师认为AI显著帮助缩小学习差距。" — Microsoft Thailand & 教育部调查(2026)

"道德促进中心警告家长，过度依赖AI会削弱孩子独立解决问题的能力。" — Nation Thailand

4. 政策法规环境

玩具安全标准

- **强制标准：**TIS 685 Part 1-2562 (2019)，由泰国工业标准院(TISI)管理
- **适用范围：**所有面向14岁以下儿童的玩具及配件
- **核心要求：**物理机械安全、阻燃性、化学限量、标签标识
- **认证流程：**进口商须在清关前获得TISI批准和产品测试认证
- **对标国际：**与ISO 8124和EN 71对齐

✓已验证 来源：Intertek, SGS, Pro License Co.

数据隐私法规 (PDPA)

- 2022年6月生效，参考EU GDPR
- 20岁以下均为未成年人，数据收集需父母/监护人同意
- AI玩具涉及的语音录制、图像采集、行为数据均受PDPA约束
- PDPC正与UNICEF合作制定儿童AI隐私专项保护措施

AI监管立法 (进行中)

- ETDA正修订AI立法草案，聚焦风险分级、透明度、合规评估
- 已成立AI治理实践中心(AIGPC)与UNESCO合作
- 暂无明确完成时间表

5. 渠道与分销

平台	定位	适合产品	备注
Shopee Thailand	大众电商	中低端(1,000-5,000泰铢)	使用率75%，销量最大
Lazada Thailand	品质电商	中高端(5,000+泰铢)	品牌旗舰店多
TikTok Shop	社交电商	新奇/网红产品	年轻家长触达
LINE Shopping	社交+电商	全价位	泰国国民App
Central/Big C	线下商超	国际大牌	体验式购买

6. 市场机会与进入建议

明确机会

机会	说明	优先级
泰语AI本地化	多数产品仅支持英文/中文，泰语是刚需	☆☆☆
1,000-2,000泰铢价格带	竞争相对空白，中国品牌可主导	☆☆☆
泰语+英语双语对话机器人	英语启蒙是核心购买动机	☆☆☆
本土文化内容融合	佛教故事、泰国童谣、本地节日	☆☆
隐私合规差异化	强调离线模式、家长控制、数据加密	☆☆
B2B教育机构渠道	学校STEM套件采购、政府教育项目	☆☆

进入壁垒

1. **安全认证**：TIS 685强制认证，需TISI批准+产品测试（周期较长）
2. **语言壁垒**：法规文件多为泰语，需本地合作伙伴
3. **隐私合规**：PDPA对儿童数据要求严格
4. **本地竞争**：中国品牌已大量涌入中端市场

5. **消费谨慎**：家庭债务高企，私人消费增长仅2.6%

建议策略

- 1. **定价**：主攻1,500-3,000泰铢价格带（中端偏低）
- 2. **产品**：泰语+英语AI对话 + 编程教育二合一
- 3. **渠道**：Shopee优先 + Lazada品牌旗舰 + LINE营销
- 4. **合规**：提前办理TIS 685认证，PDPA合规设计
- 5. **合作**：寻找泰国本地教育机构或代理商合作

结论与建议

泰国AI玩具市场处于**早期增长期**，具备以下核心特征：

- 1. **市场有空间**：整体玩具市场稳步增长，AI智能细分受EdTech（CAGR 11.4%）和数字化浪潮推动
- 2. **竞争已存在但未饱和**：中国品牌主导中端，高端有Miko/DJI，但泰语本地化产品极少
- 3. **消费者需求明确**：教育价值 + 泰语支持 + 隐私安全 = 核心卖点三角
- 4. **合规门槛可控**：TIS 685与ISO 8124对齐，PDPA参考GDPR框架
- 5. **本土品牌空白**：几乎无泰国本土AI玩具品牌，合资/授权模式有机会

核心建议：如果要进入泰国AI玩具市场，关键差异化在于**泰语AI能力**（语音识别+对话+本地化教育内容），同时控制在**2,000-3,000泰铢**价格带（约400-600人民币），通过Shopee/Lazada电商快速起量，配合TikTok/LINE社交营销触达年轻家长。

信息来源

行业报告

- 1. IMARC Group - Thailand Toys Market ✓已验证
- 2. Intel Market Research - Asia-Pacific AI Toys Market ✓已验证
- 3. IMARC Group - Thailand EdTech Market ✓已验证
- 4. Research and Markets - Traditional Toys and Games in Thailand ✓已验证

政府与国际组织

- 5. ITA - Thailand Digital Economy ✓已验证

- 6. World Bank - Thailand Economic Monitor ✓已验证
- 7. UNESCO - Thailand AI Readiness Assessment ✓已验证

法规标准

- 8. Intertek - Thailand TIS 685 ✓已验证
- 9. SGS - Thailand Toy Safety Standard ✓已验证
- 10. DLA Piper - Data Protection Laws Thailand ✓已验证

新闻媒体

- 11. Microsoft News Asia - AI for Teachers in Thailand ✓已验证
- 12. Bangkok Post - Kids get too much screentime ✓已验证
- 13. Nation Thailand - AI削弱批判思维警告 ✓已验证
- 14. Asia Data Destruction - AI and Children's Data ✓已验证

电商平台

- 15. Shopee Thailand (shopee.co.th) △间接数据
- 16. Lazada Thailand (lazada.co.th) △间接数据

附录

- 研究时间：2026-08-04 11:33 - 12:05 (GMT+8)
- 研究深度：普通研究
- Subagent任务：市场规模 (✓)、消费者洞察 (✓)、竞品分析 (✓)
- 自主调研：政策法规、渠道分析、数字经济环境