

2017-2023年中国玩具行业 分析及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国玩具行业分析及战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/U727193AZG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

前言

简单说，用于“玩”的器具，就叫玩具。根据GB6675-2003《国家玩具安全技术规范》的规定，玩具是指供给14岁以下儿童玩耍的所有产品和材料。根据GB/T4574-2011《国民经济行业分类》的规定，“玩具制造（代码为C2450）”隶属于“制造业（代码为C）”下的“文教、工美、体育和娱乐用品制造业（代码为C24）”，玩具制造是指：以儿童为主要使用者，用于玩耍、智力开发等娱乐器具的制造。根据国家统计局的《文化及相关产业分类（2012）》，“玩具的制造”隶属于“文化用品的生产”。

广义的玩具泛指一切可以用来玩的物品或器具，人们通过玩玩具可以获得一定程度的满足感。随着玩具产业的发展和人们观念的改变，面向成年人的玩具也越来越多。

玩具具有娱乐性、教育性、安全性3个基本特征。其品种繁多，分类方法不一。

因劳动力价格、资源条件等优势，全球玩具生产制造中心由欧美国家逐渐转移到发展中国家。经过多年的发展，中国、泰国、印度、越南、墨西哥等发展中国家逐渐成为主要的玩具出口国。

改革开放以来，由于中国劳动力成本较低、引进外资优惠政策等因素，我国玩具行业突飞猛进，20世纪90年代中国已成为世界最大的玩具生产国。

2014年全球玩具市场规模达到860亿美元，较2013年增长0.8%；2015年全球玩具市场规模达到74亿美元，较2013年增长1.6%。

2007-2015年全球玩具市场规模走势图资料来源：Toy Association、智研数据中心整理

从全球玩具市场分布来看，近年来玩具消费从成熟的欧美地区逐渐延伸至新兴市场，亚洲、南美、澳洲等地玩具消费增长迅速。2015年，北美地区、亚洲和西欧的玩具消费最多，三个地区销售额基本持平，销售额占全球销售总额比例分别为25.8%、24.5%及23.9%。

2015年全球玩具市场区域分布格局资料来源：Toy Association、智研数据中心整理

本玩具行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国玩具行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国玩具行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国玩具行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国玩具行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 世界玩具行业发展分析	1
第一章 世界玩具行业运行状况分析	1
第一节 世界玩具行业总体概况	1
一、全球玩具产品的基本类型	1
二、全球十大毛绒玩具品牌	2
三、十大危险玩具排名	6
第二节 世界玩具公司及主要品牌分析	9
第三节 世界玩具产业发展趋势分析	12
第二章 世界玩具主要国家运行分析	15
第一节 美国	15
一、美国玩具市场大	15
二、美国安居的范畴及制胜的法宝	16
三、美国毛绒玩具市场发展分析	16
四、美国玩具市场的营销渠道方式分析	17
第二节 德国	20
一、德国市场特点	20
二、德国玩具市场的营销渠道	20
三、2010-2015年德国玩具市场分析	21
第三节 英国	26
一、2015年英国玩具市场分析	26
二、英国有关玩具安全性能及质量的规定	28

三、英国玩具产品开发和销售模式	29
第四节 瑞士	30
一、瑞典的玩具市场特点	30
二、瑞士玩具的消费习惯及流行趋势	31
三、瑞士玩具市场销售渠道	32
第五节 美国、日本与中国玩具产业比较	32
第二部分 我国玩具行业发展分析	36
第三章 2012-2015年中国玩具产业运行环境分析	36
第一节 2012-2015年中国玩具产业政策分析	36
一、国际标准化组织	36
二、ICTI世界玩具工业理事会商业操守规范	37
三、中华人民共和国玩具安全标准	40
四、《国家玩具安全技术规范》概述	41
五、玩具企业危机下寻求政府经济新政策	44
第二节 2012-2015年中国宏观经济环境分析	46
一、国际经济形势严峻复杂	46
二、国内经济发展形势	64
三、2015年我国经济发展形势	69
四、2015年我国居民消费状况分析	74
第三节 2016年经济发展形势及展望	77
一、世界经济发展的不确定性进一步加大	77
二、我国经济发展实现稳中求进的基础与制约	78
三、坚持把工业转型升级作为实现稳中求进的重要举措	80
第四节 2012-2015年中国玩具产业社会环境分析及企业策略	81
一、市场现状分析	81
二、中国玩具业未来出路	82
第四章 2012-2015年中国玩具行业运行形势分析	84
第一节 2012-2015年中国玩具行业发展总况	84
一、国产玩具和国外玩具的差异	84
二、如何改善中国玩具的现状	85

三、顺应玩具发展的潮流趋势	86
四、中国玩具的革新之路	87
第二节 2016玩具行业流行趋势分析	88
第三节 玩具及儿童产品召回统计分析应对措施	90
一、欧美召回玩具及儿童产品数据统计	90
二、召回案例分析	91
三、召回原因分析	92
四、应对措施	92
第四节 2012-2015年中国玩具行业品牌分析	93
一、我国玩具品牌现状分析	93
二、影响我国玩具品牌塑造的主要因素分析	94
三、我国玩具企业品牌授权状况分析	95
四、我国玩具品牌推广创新发展情况研究分析	96
五、浅析整合营销战略下的我国玩具企业自主品牌建设	96
第五章 2012-2015年中国玩具市场运行动态分析	99
第一节 2012-2015年中国玩具市场发展状况	99
一、2015年我国玩具市场行情回顾及2016年行情预测	99
二、2015年玩具行业的发展变化及市场走向	101
三、2015年中国玩具行业面临的困难和出路	102
第二节 2015年中国儿童玩具市场分析	107
一、我国儿童玩具市场发展状况	107
二、儿童玩具市场潜力分析	109
三、我国儿童玩具产品质量问题分析	114
四、我国儿童玩具市场策略分析	114
第三节 2010-2015年中国成人玩具市场分析	116
一、我国成人玩具市场商机分析	116
二、成人玩具的定义及面对的消费群体	117
三、成人玩具市场现状及问题	117
四、成人玩具市场的前景和应注意的问题	118
第四节 2012-2015年中国老年玩具市场分析	119
一、我国老年玩具市场分析	119

二、我国老年玩具市场潜力分析	121
三、开发老年玩具市场的措施分析	123
第六章 中国玩具制造行业主要数据监测分析	127
第一节 2012-2015年中国玩具制造行业规模分析	127
一、玩具规模以上企业产值增长趋势	127
二、中国玩具制造行业规模以上企业从业人员趋势	127
三、中国玩具制造行业规模以上企业数量趋势	128
四、中国玩具制造行业不同类型企业数量分布	128
五、中国玩具制造行业规模以上企业资产规模趋势	129
六、中国玩具制造行业亏损企业数量增长趋势	129
第二节 2015年全国各地区玩具制造业主要数据	129
一、2015年中国玩具制造业产销率	129
二、2015年1-10月全国各地区玩具制造业销售产值表	130
三、玩具出口欧盟标准轮番提高、成本压力加速行业整合	131
第七章 2010-2015年中国玩具行业出口贸易分析	132
第一节 我国玩具行业进出口状况分析	132
一、2015年我国玩具出口分析	132
二、2015年我国规模以上玩具企业产品出口情况	140
三、2015年玩具进口分析	140
四、当前我国玩具出口分析	141
第二节 2010-2015年我国玩具进出口数据分析	144
第三节 提高我国玩具出口国际竞争力的对策	144
一、竞争战略概述	144
二、竞争战略的四个层次	145
三、企业竞争战略的确定	146
四、企业竞争战略优势的创建及评价	147
五、面对欧美法规提高企业竞争力的策略	152
六、我国缺乏自主玩具品牌的原因及解决方法	154
第四节 欧债危机背景下，玩具出口如何应对	155

第八章 中国玩具行业子行业运行态势分析	157
第一节 毛绒（布绒）玩具	157
一、布绒玩具的介绍	157
二、我国毛绒玩具市场的发展困境与对策	160
三、我国毛绒玩具市场调查分析	162
四、我国毛绒玩具市场潜力分析	163
第二节 木制玩具	165
一、木制玩具的相关介绍	165
二、我国木质玩具发展分析	166
三、木制玩具走俏市场的原因分析	169
第三节 塑料玩具	170
一、我国塑料玩具的市场潜力分析	170
二、我国塑料玩具出口状况分析	172
三、我国塑料玩具发展的对策分析	173
第四节 电子玩具	175
一、电子玩具介绍	175
二、我国电子玩具市场分析	176
三、电动毛绒玩具的发展状况	177
第五节 益智玩具	178
一、我国益智玩具发展状况分析	178
二、益智玩具市场潜力分析	181
三、我国考古益智玩具发展分析	181
四、我国益智玩具的市场前景分析	183
五、2015年益智玩具在儿童玩具中关注度暴强	184
第九章 中国玩具产业市场营销策略分析	186
第一节 中国玩具业营销的模式与特点	186
一、中国玩具业的主要营销模式	186
二、玩具营销渠道的发展	186
三、节日玩具营销研究	187
第二节 中国玩具市场的营销现状与趋势	188
一、网络营销环境分析	188

二、SWOT分析	190
三、营销策略的选择	193
四、营销预算	195
五、玩具店新品如何定价成本利润要平衡	195
第三节 玩具市场成功营销案例分析	196
一、美国椰菜娃娃成功营销模式分析	196
二、“美国女孩”营销案例分析	197
三、日本任天堂经典的营销策略	203
四、玩具企业家布希耐：营销中逆向思维“有钱途”	207
第三部分 玩具行业竞争格局分析	209
第十章 中国玩具产业市场竞争格局分析	209
第一节 中国玩具产业竞争现状分析	209
一、玩具制造业集中度分析	209
二、我国传统玩具与高科技玩具的竞争状况分析	209
三、玩具行业竞争激烈状况分析	211
四、threats (威胁)	211
五、中国动漫玩具出口竞争策略分析	212
第二节 中国玩具产业主要数据分析	212
一、玩具制造业基本经济数据	212
二、玩具制造业与相关行业对比	213
三、玩具制造业行业地位变化	213
第三节 危机下中国玩具产业竞争策略分析	214
一、危机背景下我国玩具出口企业面临的主要问题	214
二、我国玩具出口企业面临问题的成因分析	214
三、危机背景下我国玩具出口企业的发展策略选择	216
第四节 增强玩具企业竞争力的设计注重点	217
一、传统玩具设计中的价值传承	217
二、儿童玩具设计的几个要点	219
三、浅析婴幼儿玩具的设计特点	222
第十一章 中国玩具产业重点企业竞争力分析	223

第一节 广东奥飞娱乐股份有限公司	223
一、公司概况	223
二、2015-2016年奥飞娱乐公司经营状况	223
第二节 广东骅威文化股份有限公司	228
一、公司简介	228
二、公司实力及前景	229
三、2015-2016年骅威股份公司经营状况	230
第三节 广东群兴玩具股份有限公司	234
一、公司简介	234
二、2015-2016年公司经营状况	235
三、公司市场发展策略	239
第四节 星辉互动娱乐股份有限公司	239
一、公司简介	239
二、2015-2016年互动娱乐经营情况分析	241
第五节 广东高乐玩具股份有限公司	245
一、公司概况	245
二、广东高乐玩具经营状况	246
第六节 好孩子儿童用品有限公司	250
一、公司简介	250
二、公司发展模式	251
三、公司渠道管理	252
第七节 万兴（佛冈）玩具有限公司	252
一、公司简介	252
二、公司竞争力	254
第八节 杭州钱鸿实业集团有限公司	254
第九节 骏达（佛冈）玩具有限公司	256
一、公司简介	256
二、公司竞争力	257
第十节 美嘉欣玩具公司	257
一、概况	257
二、发展历史	258
三、技术核心	259

第四部分 玩具行业发展前景及投资分析	261
第十二章 2017-2022年中国玩具行业发展前景预测分析	261
第一节 2017-2022年中国玩具行业发展前景分析	261
一、未来中国玩具产业趋势分析	261
二、玩具消费预测分析	261
三、我国玩具延伸产品发展预测	262
第二节 2017-2022年中国玩具产业市场预测分析	266
第三节 2017-2022年中国玩具产业市场前景分析	266
一、动漫品牌助力国内玩具转型升级	266
二、投资木质玩具前景分析	268
三、玩具行业进入行业整合期	269
第十三章 2017-2022年中国玩具产业投资机会与风险分析 (CRH)	271
第一节 2017-2022年中国玩具产业投资环境分析	271
第二节 2017-2022中国经济失衡的特点与宏观政策的效应	272
一、经济增速放缓的威胁	272
二、通货膨胀的压力	274
三、针对失衡新特点宏观经济政策的调整	275
四、经济学前沿	278
第三节 2017-2022年中国玩具产业投资机会分析	280
一、玩具业投资的动漫增值路线	280
二、玩具业投资的主题娱乐增值路线	281
三、玩具业投资的高科技增值路线	282
四、解析投资玩具生产的价值出路	283
第四节 2017-2022年中国玩具产业投资风险分析	283
第五节 企业投资策略分析	287
一、企业投资战略	287
二、企业投资战略的类型	287
三、企业投资战略分类	288
四、企业投资战略在企业战略体系中的地位和作用	291
五、影响企业投资战略的因素	292

六、三元投资决策系统	292
七、企业投资战略的选择	292
八、企业总体战略与投资战略的关系	294
添加：	296
3.2.4 国际知名玩具制造企业在华投资布局分析	296
(1) 美泰 (MATTEL) 公司在华投资布局分析	296
(2) 孩之宝 (HASBRO) 公司在华投资布局分析	297
(3) 日本万代 (BANDAI) 在华投资布局分析	300
(4) 多美 (TOMY) 公司在华投资布局分析	301
(5) 丹麦乐高 (LEGO) 公司在华投资布局分析	304

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/U727193AZG.html>