

2020-2026年中国玩具市场 评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国玩具市场评估与投资前景评估报告》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.cction.com/report/202007/172997.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

玩具，泛指可用来玩的物品，玩玩具在人类社会中常常被作为一种寓教于乐的方式。

国内海关统计数据有广义玩具和狭义玩具之分，狭义玩具是指海关商品编码为9503系列的所有产品。广义玩具除9503系列外，还包括商品编码为8712、8715、9208、9209以及9504、9505等系列，主要是增加了越野自行车、16寸以下自行车、婴孩车、百音盒以及电子游戏机、圣诞节用品等。

中国玩具产业严重依赖出口，受累于全球经济不稳定，近几年我国玩具产销出现不同形式的波动。2017年国内玩具产量为520.35万吨，需求量为318.52万吨。2011-2017年我国玩具产需情况

资料来源：中国海关、中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国玩具市场评估与投资前景评估报告》内容翔实，包括玩具相关概念及发展环境、玩具市场运行态势、市场容量、竞争对手、消费需求及发展问题等，最后分析了中国玩具行业面临的机遇及发展前景。若您想对中国玩具有系统了解或想投资该行业，本报告将是不可或缺的重要工具。

报告研究数据主要来源于国家统计局、海关总署、商务部、问卷调查及其他数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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、2013-2019年德国玩具市场分析 21第三节英国 26一、2019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2012-2019年中国玩具产业运行环境分析 36第一节2012-2019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 2012-2019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、2019年我国经济发展形势 69四、2019年我国居民消费状况分析 74第三节 2019年经济发展形势及展望 77一、世界经济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 2012-2019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 2012-2019年中国玩具行业运行形势分析 84第一节 2012-2019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 2019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与应对措施 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 2012-2019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 2012-2019年中国玩具市场运行动态分析 99第一节 2012-2019年中国玩具市场发展状况 99一、2019年我国玩具市场行情回顾及2019年行情预测 992011年我国玩具行业销售收入约2881.44亿元，进口金额37.71亿元，出口金额约1650.44亿元，国内玩具销售市场规模约1268.71亿元。 2011-2017年中国玩具行业销售规模情况 资料来源：国家统计局、中国海关、中企顾问网整理二、2019年玩具行业的发展变化及市场走向 101三、2019年中国玩具行业面临的困难和出路 102第二节 2019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 2013-2019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 2012-2019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 126第一节 2012-2019年中国玩具制造行业规模分析 126一、玩具规模以上企业产值增长趋势 126二、中国玩具制造行业规模以上企业从业人员趋势 126三、中国玩具制造行业规模以上企业数量趋势 127四、中国玩具制造行业不同类型企业数量分布 127五、中国玩具制造行业规模以上企业资产规模趋势 128六、中国玩具制造行业亏损企业数量增长趋势 128第二节 2019年全国各地区玩具制造业主要数据 129一、2019年中国玩具制造业产销率 129二、2019年1-10月全国各地区玩具制造业销售产值表 129三、玩具出口欧盟标准轮番提高、成本压力加

速行业整合 130 第七章 2013-2019年中国玩具行业出口贸易分析 131第一节 我国玩具行业进出口状况分析 131一、2019年我国玩具出口分析 131二、2019年我国规模以上玩具企业产品出口情况 139三、2019年玩具进口分析 140四、当前我国玩具出口分析 140第二节 2013-2019年我国玩具进出口数据分析 143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 145四、企业竞争战略优势的创建及评价 146五、面对欧美法规提高企业竞争力的策略 151六、我国缺乏自主玩具品牌的原因及解决方法 153第四节 欧债危机背景下，玩具出口如何应对 154 第八章 中国玩具行业子行业运行态势分析 156第一节 毛绒（布绒）玩具 156一、布绒玩具的介绍 156二、我国毛绒玩具市场的发展困境与对策 159三、我国毛绒玩具市场调查分析 161四、我国毛绒玩具市场潜力分析 162第二节 木制玩具 164一、木制玩具的相关介绍 164二、我国木质玩具发展分析 165三、木制玩具走俏市场的原因分析 168第三节 塑料玩具 169一、我国塑料玩具的市场潜力分析 169二、我国塑料玩具出口状况分析 171三、我国塑料玩具发展的对策分析 172第四节 电子玩具 174一、电子玩具介绍 174二、我国电子玩具市场分析 175三、电动毛绒玩具的发展状况 176第五节 益智玩具 176一、我国益智玩具发展状况分析 176二、益智玩具市场潜力分析 179三、我国考古益智玩具发展分析 179四、我国益智玩具的市场前景分析 181五、2019年益智玩具在儿童玩具中关注度暴强 183 第九章 中国玩具产业市场营销策略分析 184第一节 中国玩具业营销的模式与特点 184一、中国玩具业的主要营销模式 184二、玩具营销渠道的发展 184三、节日玩具营销研究 185第二节 中国玩具市场的营销现状与趋势 186一、网络营销环境分析 186二、SWOT分析 188三、营销策略的选择 191四、营销预算 193五、玩具店新品如何定价成本利润要平衡 193第三节 玩具市场成功营销案例分析 194一、美国椰菜娃娃成功营销模式分析 194二、“美国女孩”营销案例分析 195三、日本任天堂经典的营销策略 201四、玩具企业家布希耐：营销中逆向思维“有钱途” 205 第三部分 玩具行业竞争格局分析 207第十章 中国玩具产业市场竞争格局分析 207第一节 中国玩具产业竞争现状分析 207一、玩具制造业集中度分析 207二、我国传统玩具与高科技玩具的竞争状况分析 207三、玩具行业竞争激烈状况分析 209四、THREATS（威胁） 209五、中国动漫玩具出口竞争策略分析 210第二节 中国玩具产业主要数据分析 210一、玩具制造业基本经济数据 210二、玩具制造业与相关行业对比 211三、玩具制造业行业地位变化 211第三节 危机下中国玩具产业竞争策略分析 212一、危机背景下我国玩具出口企业面临的主要问题 212二、我国玩具出口企业面临问题的成因分析 212三、危机背景下我国玩具出口企业的发展策略选择 214第四节 增强玩具企业竞争力的设计注重点 215一、传统玩具设计中的价值传承 215二、儿童玩具设计的几个要点 217三、浅析婴幼儿玩具的设计特点 220 第十一章 中国玩具产业重点企业竞争力分析 221

第一节 广东奥飞娱乐股份有限公司 221一、公司概况 221二、2014-2019年奥飞娱乐公司经营状况 221第二节 广东骅威文化股份有限公司 225一、公司简介 225二、公司实力及前景 226三、2014-2019年骅威股份公司经营状况 228第三节 广东群兴玩具股份有限公司 232一、公司简介 232二、2014-2019年公司经营状况 233三、公司市场发展策略 237第四节 星辉互动娱乐股份有限公司 237一、公司简介 237二、2014-2019年互动娱乐经营情况分析 239第五节 广东高乐玩具股份有限公司 243一、公司概况 243二、广东高乐玩具经营状况 244第六节 好孩子儿童用品有限公司 248一、公司简介 248二、公司发展模式 249三、公司渠道管理 250第七节 万兴（佛冈）玩具有限公司 250一、公司简介 250二、公司竞争力 252第八节 杭州钱鸿实业集团有限公司 252第九节 骏达（佛冈）玩具有限公司 254一、公司简介 254二、公司竞争力 255第十节 美嘉欣玩具公司 255一、概况 255二、发展历史 256三、技术核心 257 第四部分玩具行业发展前景及投资分析 258第十二章 2020-2026年中国玩具行业发展前景预测分析 258第一节 2020-2026年中国玩具行业发展前景分析 258一、未来中国玩具产业趋势分析（CWB235）二、玩具消费预测分析 258三、我国玩具延伸产品发展预测 259第二节 2020-2026年中国玩具产业市场预测分析 263第三节 2020-2026年中国玩具产业市场前景分析 263一、动漫品牌助力国内玩具转型升级 263二、投资木质玩具前景分析 265三、玩具行业进入行业整合期 266 第十三章 2020-2026年中国玩具产业投资机会与风险分析 268第一节 2020-2026年中国玩具产业投资环境分析第二节 2020-2026中国经济失衡的特点与宏观政策的效应 269一、经济增速放缓的威胁 269二、通货膨胀的压力 271三、针对失衡新特点宏观经济政策的调整 272四、经济学前沿 275第三节 2020-2026年中国玩具产业投资机会分析 277一、玩具业投资的动漫增值路线 277二、玩具业投资的主题娱乐增值路线 278三、玩具业投资的高科技增值路线 279四、解析投资玩具生产的价值出路 280第四节 2020-2026年中国玩具产业投资风险分析 280第五节 企业投资策略分析 284一、企业投资战略 284二、企业投资战略的类型 284三、企业投资战略分类 285四、企业投资战略在企业战略体系中的地位和作用 288五、影响企业投资战略的因素 289六、三元投资决策系统 289七、企业投资战略的选择 289八、企业总体战略与投资战略的关系 291

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/172997.html>