

2017-2022年中国玩具行业市场现状分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国玩具行业市场现状分析及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/305192.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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、拉丁美洲、东欧等地2013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25.86%、22.75%及24.42%。与2012年相比，其中东欧的增长速度最快，达到7.61%。

2013 年全球各洲玩具消费状况

而近年来中国玩具出口增长势头迅猛，在全球玩具市场中发挥着日益重要的作用。国家统计局数据显示，2010 年中国玩具产品出口额按小口径统计为100.76 亿美元，2011 年为108.26 亿美元，2012 年为114.50 亿美元。2013 年为123.79 亿美元，2014 年为141.35 亿美元，比2013 年的玩具出口额增长了14.19%。

2009-2018年全球玩具零售额及同比增速稳健

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。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 行业发展现状

第一章 玩具行业发展概述 1

第一节 玩具的概念 1

一、玩具的定义 1

二、玩具的特点 1

三、玩具的分类 2

第二节 玩具行业发展成熟度 4

一、行业发展周期分析 4

二、行业中外市场成熟度对比 4

三、行业及其主要子行业成熟度分析 5

第三节 玩具市场特征分析 8

一、市场规模 8

二、产业关联度 8

- 1、原材料供应局势 8
- 2、能源供应影响 9
- 3、企业用工环境 9
- 三、影响需求的关键因素 13
- 四、国内和国际市场 13
- 五、主要竞争因素 14
- 六、生命周期 14

第二章 全球玩具行业发展分析 16

第一节 2012-2016年世界玩具行业发展分析 16

- 一、2012-2016年全球玩具行业市场发展 16
- 二、2012-2016年全球玩具行业市场竞争 17
- 三、2012-2016年全球玩具行业发展趋势 17

第二节 全球玩具市场分析 19

- 一、2016年全球玩具需求分析 19
- 二、2016年欧美玩具需求分析 20
- 三、2016年中外玩具市场对比 21

第三节 2015-2016年主要国家或地区玩具行业发展分析 22

一、2015-2016年美国玩具行业分析 22

- 1、美国玩具市场大 22
- 2、美国玩具消费水平高 22
- 3、美国玩具进口比例大 22
- 4、玩具品牌以本国为主 23
- 5、“动态玩具”最受欢迎 23
- 6、益智玩具受青睐 23
- 7、玩具产品生命周期短 24
- 8、高度重视注玩具安全 25
- 9、玩具协会作用大 25

二、2015-2016年日本玩具行业分析 25

三、2015-2016年欧洲玩具行业分析 28

第二部分 行业深度透视

第三章 我国玩具行业发展分析 31

第一节 中国玩具行业发展状况 31

一、2016年玩具行业发展状况分析 31

二、2016年中国玩具行业发展动态 32

三、2016年玩具行业经营业绩分析 32

四、2016年我国玩具行业发展热点 32

1、安徽玩具出口检验 32

2、广州玩具展 34

第二节 中国玩具市场供需状况 35

一、2016年中国玩具行业供给能力 35

二、2016年中国玩具市场供给分析 37

三、2016年中国玩具市场需求分析 37

四、2016年中国玩具产品价格分析 38

第三节 2015-2016年我国玩具市场分析 38

一、2016年玩具市场分析 38

二、2015年玩具市场的走向分析 39

第四章 玩具产业经济运行分析 42

第一节 2015-2016年中国玩具产业工业总产值分析 42

一、工业总产值分析 42

二、不同规模企业工业总产值比较分析 43

三、不同所有制企业工业总产值比较分析 43

第二节 2015-2016年中国玩具产业市场销售收入分析 44

一、销售收入分析 44

二、不同规模企业销售收入比较分析 45

三、不同所有制企业销售收入比较分析 45

第三节 2015-2016年中国玩具产业产品成本费用分析 46

一、销售成本费用分析 46

二、不同规模企业销售成本费用比较分析 47

三、不同所有制企业销售成本费用比较分析 47

第四节 2015-2016年中国玩具产业利润总额分析 48

一、利润总额分析 48

二、不同规模企业利润总额比较分析 49

三、不同所有制企业利润总额比较分析 49

第五章 我国玩具产业进出口分析 50

第一节 2015-2016年我国玩具产品进口分析 50

一、2015-2016年进口总量分析 50

二、2015-2016年进口结构分析 50

三、2015-2016年进口区域分析 51

第二节 我国玩具产品出口分析 52

一、2015-2016年出口总量分析 52

二、2015-2016年出口结构分析 53

三、2015-2016年出口区域分析 53

第三节 我国玩具产品进出口预测 55

一、2017-2022年玩具进口预测 55

二、2017-2022年玩具出口预测 55

第六章 2015-2016年关联产业发展分析 56

第一节 关联行业发展分析 56

一、上游主要关联行业分析 56

1、塑料 56

2、皮革以及纺织品类 57

3、IT行业 57

二、下游主要关联产业分析——包装行业 60

第二节 玩具行业发展分析 61

一、2015-2016年行业发展现状 61

2018年我国玩具市场零售额预测

二、2015-2016年市场需求分析 62

三、2015-2016年市场规模分析 63

四、2015-2016年市场竞争分析 63

1、世界十大玩具品牌 63

2、中国十大玩具公司 64

五、2017-2022年行业发展形势 65

第七章 中国玩具需求与消费者偏好调查 67

第一节 2015-2016年中国玩具产量统计分析 67

第二节 2015-2016年中国玩具历年消费量统计分析 68

第三节 玩具产品目标客户群体调查 74

一、不同收入水平消费者偏好调查 74

二、不同年龄的消费者偏好调查 75

三、不同地区的消费者偏好调查 75

四、不同职业的消费者偏好调查 76

第四节 玩具产品的品牌市场调查 76

一、消费者对玩具品牌认知度宏观调查 76

二、消费者对玩具产品的品牌偏好调查 77

三、消费者对玩具品牌的首要认知渠道 78

四、消费者经常购买的品牌调查 78

五、玩具品牌忠诚度调查 79

六、消费者的消费理念调研 79

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 80

一、价格敏感程度 80

二、购买方便的影响 81

三、功能的影响程度 82

四、综合影响分布 83

第三部分 竞争格局分析

第八章 玩具行业竞争格局分析 84

第一节 行业竞争结构分析 84

一、现有企业间竞争 84

二、潜在进入者分析 84

三、替代品威胁分析 85

四、供应商议价能力 85

五、客户议价能力 85

六、竞争结构分析 86

第二节 行业集中度分析 87

一、市场集中度分析 87

二、企业集中度分析 88

三、区域集中度分析 89

第三节 行业国际竞争力比较 90

一、生产要素 90

二、需求条件 90

三、支援与相关产业 91

四、企业战略、结构与竞争状态 92

五、政府的作用 94

第四节 玩具行业主要企业竞争力分析 96

一、重点企业资产总计对比分析 96

- 二、重点企业从业人员对比分析 96
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 97
- 四、重点企业出口交货值对比分析 97
- 五、重点企业利润总额对比分析 97
- 六、重点企业综合竞争力对比分析 98
- 第五节 2015-2016年玩具行业竞争格局分析 98
 - 一、2016年玩具行业竞争分析 98
 - 二、2016年中外玩具产品竞争分析 99
 - 三、2015-2016年我国玩具市场竞争分析 100
 - 四、2015-2016年我国玩具市场集中度分析 101
 - 五、2017-2022年国内主要玩具企业动向 101

第九章 玩具企业竞争策略分析 103

- 第一节 玩具市场竞争策略分析 103
 - 一、2015年玩具市场增长潜力分析 103
 - 二、2015年玩具主要潜力品种分析 103
 - 三、现有玩具产品竞争策略分析 104
 - 四、潜力玩具品种竞争策略选择 104
 - 五、典型企业产品竞争策略分析 105
- 第二节 玩具企业竞争策略分析 107
 - 一、全球热点对玩具行业竞争格局的影响 107
 - 二、全球热点后玩具行业竞争格局的变化 109
 - 三、2017-2022年我国玩具市场竞争趋势 109
 - 四、2017-2022年玩具行业竞争格局展望 110
 - 五、2017-2022年玩具行业竞争策略分析 112
 - 六、2017-2022年玩具企业竞争策略分析 113

第十章 主要玩具企业竞争分析 115

- 第一节 广东骅威玩具工艺股份有限公司 115
 - 一、企业概况 115
 - 二、竞争优势分析 115
 - 三、2015-2016年经营状况 116
 - 四、2017-2022年发展战略 119
- 第二节 广东奥飞动漫文化股份有限公司 122
 - 一、企业概况 122

二、竞争优势分析	124
三、2015-2016年经营状况	125
四、2017-2022年发展战略	128
第三节 星辉互动娱乐股份有限公司	131
一、企业概况	131
二、竞争优势分析	132
三、2015-2016年经营状况	133
四、2017-2022年发展战略	136
第四节 广东高乐玩具股份有限公司	137
一、企业概况	137
二、竞争优势分析	138
三、2015-2016年经营状况	139
四、2017-2022年发展战略	142
第五节 广东群兴玩具股份有限公司	143
一、企业概况	143
二、竞争优势分析	145
三、2015-2016年经营状况	146
四、2017-2022年发展战略	149
第六节 华达玩具有限公司	151
一、企业概况	151
二、竞争优势分析	151
三、2015-2016年经营状况	152
四、2017-2022年发展战略	153
第七节 百利佳糖果玩具礼品（东莞）有限公司	153
一、企业概况	153
二、竞争优势分析	154
三、2015-2016年经营状况	154
四、2017-2022年发展战略	155
第八节 乐高	155
一、企业概况	155
二、竞争优势分析	156
三、2015-2016年经营状况	156
四、2017-2022年发展战略	157

第四部分 行业发展预测

第十一章 玩具行业发展趋势分析 160

第一节 2015年发展环境展望 160

一、2015年宏观经济形势展望 160

二、2015年政策走势及其影响 160

三、2015年国际行业走势展望 163

第二节 2015年玩具行业发展趋势分析 164

一、2015年技术发展趋势分析 164

二、2015年产品发展趋势分析 165

三、2015年行业竞争格局展望 167

第三节 2017-2022年中国玩具市场趋势分析 167

一、2015-2016年玩具市场趋势总结 167

二、2017-2022年玩具发展趋势分析 168

三、2017-2022年玩具市场发展空间 168

四、2017-2022年玩具产业政策趋向 170

五、2017-2022年玩具技术革新趋势 171

第十二章 未来玩具行业发展预测 175

第一节 未来玩具需求与消费预测 175

一、2017-2022年玩具产品消费预测 175

二、2017-2022年玩具市场规模预测 176

三、2017-2022年玩具行业总产值预测 176

四、2017-2022年玩具行业销售收入预测 177

五、2017-2022年玩具行业总资产预测 177

第二节 2017-2022年中国玩具行业供需预测 178

一、2017-2022年中国玩具供给预测 178

二、2017-2022年中国玩具产量预测 179

三、2017-2022年中国玩具需求预测 179

五、2017-2022年中国玩具产品价格预测 180

六、2017-2022年主要玩具产品进出口预测 181

第五部分 投资发展建议

第十三章 2015-2016年玩具行业投资现状分析 183

第一节 2015年玩具行业投资情况分析 183

一、2015年总体投资及结构 183

二、2015年投资规模情况 184

三、2015年投资增速情况 184

四、2015年分地区投资分析 184

五、2015年外商投资情况 185

第二节 2016年玩具行业投资情况分析 185

一、2016年总体投资及结构 185

二、2016年投资规模情况 185

三、2016年投资增速情况 186

四、2016年各地区投资分析 186

五、2016年外商投资情况 187

第十四章 玩具行业投资环境分析 188

第一节 经济发展环境分析 188

一、2015-2016年我国宏观经济运行情况 188

二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 203

三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 204

第二节 政策法规环境分析 207

一、2016年玩具行业政策环境 207

二、2016年国内宏观政策对其影响 212

三、2016年行业产业政策对其影响 213

第三节 社会发展环境分析 214

一、国内社会环境发展现状 214

1、人口环境分析 214

2、教育环境分析 217

3、生态环境分析 219

4、中国城镇化率 224

5、居民的各种消费观念和习惯 227

二、2016年社会环境发展分析 228

三、2017-2022年社会环境对行业的影响 229

第十五章 玩具行业投资机会与风险 230

第一节 行业活力系数比较及分析 230

第二节 行业投资收益率比较及分析 230

第三节 玩具行业投资效益分析 231

一、2015-2016年玩具行业投资状况分析 231

二、2017-2022年玩具行业投资效益分析 231

三、2017-2022年玩具行业投资趋势预测	231
四、2017-2022年玩具行业的投资方向	234
五、2017-2022年玩具行业投资的建议	235
六、新进入者应注意的障碍因素分析	237
第四节 影响玩具行业发展的主要因素	238
一、2017-2022年影响玩具行业运行的有利因素分析	238
二、2017-2022年影响玩具行业运行的稳定因素分析	240
三、2017-2022年影响玩具行业运行的不利因素分析	241
四、2017-2022年我国玩具行业发展面临的挑战分析	242
五、2017-2022年我国玩具行业发展面临的机遇分析	242
第五节 玩具行业投资风险及控制策略分析	243
一、2017-2022年玩具行业市场风险及控制策略	243
二、2017-2022年玩具行业政策风险及控制策略	243
三、2017-2022年玩具行业经营风险及控制策略	245
四、2017-2022年玩具行业技术风险及控制策略	247
五、2017-2022年玩具同业竞争风险及控制策略	248
六、2017-2022年玩具行业其他风险及控制策略	249
第十六章 玩具行业投资战略研究	250
第一节 玩具行业发展战略研究	250
一、战略综合规划	250
二、技术开发战略	252
三、业务组合战略	254
四、区域战略规划	256
五、产业战略规划	257
六、营销品牌战略	258
七、竞争战略规划	259
第二节 对我国玩具品牌的战略思考	261
一、企业品牌的重要性	261
二、玩具实施品牌战略的意义	261
三、玩具企业品牌的现状分析	262
四、我国玩具企业的品牌战略	263
五、玩具品牌战略管理的策略	264
第三节 玩具行业重点客户战略	268
一、实施重点客户战略的必要性	268

- 二、合理确立重点客户 269
- 三、实施重点客户战略要重点解决的问题 269
- 四、重点客户管理功能 270
- 第四节 玩具行业投资战略研究 272
 - 一、2016年玩具行业投资战略研究 272
 - 二、2017-2022年玩具行业投资形势 273
 - 三、2017-2022年玩具行业投资战略 274

图表目录：

- 图表：2010-2016年玩具行业市场规模分析 8
- 图表：2010-2016年中国玩具行业从业人数分析 12
- 图表：行业的生命周期 14
- 图表：2010-2016年全球玩具行业零售总额分析 16
- 图表：全球不同地域的市场需求占比分析 20
- 图表：美国玩具市场著名的品牌 23
- 图表：美国玩具市场畅销玩具类型 24
- 图表：2010-2016年中国玩具行业规模以上企业数量 36
- 图表：2010-2016年中国玩具行业规模以上企业从业人数 36
- 图表：2010-2016年中国玩具行业产值分析 37
- 图表：2015-2016年中国玩具行业市场需求趋势分析 38
- 图表：2016年中国玩具产品价格分布分析 38
- 图表：2010-2016年中国玩具行业工业总产值分析 42
- 图表：2016年中国玩具行业不同规模企业工业总产值分析 43
- 图表：2016年中国玩具行业不同所有制企业工业总产值分析 43
- 图表：2010-2016年中国玩具行业销售收入分析 44
- 图表：2016年中国玩具行业不同规模企业销售收入分析 45
- 图表：2016年中国玩具行业不同所有制企业销售收入分析 45

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305192.html>