

2017-2022年中国玩具市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国玩具市场深度调查及投资方向研究报告》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/296261.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

中国是全球最大的玩具制造国和出口国。2015年我国玩具出口额达到973.5亿元人民币，同比增加12.1%。很大原因是得益于多部动漫影视作品热播而推动了相关玩具热卖。随着人民币贬值，将有益于出口的增加。2015年国内零售市场规模为650亿元人民币。三大因素合力扩张国内玩具行业规模。1) 随着中国经济稳步发展，城乡居民收入不断提升，消费能力逐渐加强，在玩具消费上也会有相应的增加。2) 第四次婴儿潮的到来以及二胎政策的放开，为玩具行业提供了很好的消费者基础人群。3) 目前国内家庭玩具消费尚处于较低水平，和玩具成熟市场以及部分新兴市场相比仍有很大的提升空间。我国是玩具消费大国，考虑目前我国家庭平均玩具消费仍处于较低水平以及我国家庭收入不断增长的现实状况，国内玩具消费增长前景良好。

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

2000-2015年我国玩具出口金额及同比增速迅猛

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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：

第一章玩具行业相关概述

第一节 玩具行业相关概述

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 玩具行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

第二章玩具行业发展环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第二节 中国玩具行业政策环境分析

- 一、行业监管管理体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响
- 四、进出口政策影响分析

第三节 中国玩具行业技术环境分析

- 一、行业技术发展概况
- 二、行业技术发展现状

第三章 2012-2022年中国玩具市场供需分析

第一节 中国玩具市场供给状况

- 一、2012-2016年中国玩具产量分析
- 二、2017-2022年中国玩具产量预测

第二节 中国玩具市场需求状况

- 一、2012-2016年中国玩具需求分析
- 二、2017-2022年中国玩具需求预测

第三节 2015-2016年中国玩具市场价格分析

第四章中国玩具行业产业链分析

第一节 玩具行业产业链概述

第二节 玩具上游产业发展状况分析

- 一、上游原料市场发展现状
- 二、上游原料生产情况分析
- 三、上游原料价格走势分析

第三节 玩具下游应用需求市场分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第五章 2012-2016年玩具进出口数据分析

第一节 2012-2016年玩具进口情况分析

一、进口数量情况分析

二、进口金额变化分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格变动分析

第二节 2012-2016年玩具出口情况分析

一、出口数量情况分析

二、出口金额变化分析

2010-2015中国玩具出口额/亿元

三、出口国家流向分析

四、出口价格变动分析

第六章国内玩具生产厂商竞争力分析

第一节 企业A

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第二节 企业B

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第三节 企业C

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第四节 企业D

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第五节 企业E

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第七章 2017-2022年中国玩具行业发展前景及投资策略

第一节 2017-2022年中国玩具行业投资前景分析

- 一、玩具行业发展前景
- 二、玩具发展趋势分析
- 三、玩具市场前景分析

第二节 2017-2022年中国玩具行业投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、原料市场风险
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节 2017-2022年中国玩具行业投资策略及建议

第八章玩具企业投资战略与客户策略分析

第一节 玩具企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做强做大的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 玩具企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 玩具企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 玩具企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296261.html>