

2020年中国玩具制造行业分析报告- 市场竞争格局与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国玩具制造行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/391875391875.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

随着中国居民生活水平、消费观念的提高，以及消费升级，消费者愈发注重孩子成长，对具有娱乐性、教育性的玩具需求不断上升，我国玩具零售市场规模持续增长，产业发展稳健。数据显示，2019年我国玩具零售规模约837亿元，同比增加5.93%；预计2020年零售规模可达890亿元。

2013-2020年我国玩具零售规模及增长情况预测

数据来源：中国玩具和婴童用品协会

在外部环境挑战上升的大背景下，中国玩具出口贸易环境向稳，玩具出口贸易环境持续改善，说明中国玩具产业具有较强韧性，特别是科技创新加快了玩具产业转型升级步伐，增强了中国玩具的国际市场竞争力。数据显示，2019年1-10月中国玩具（传统玩具、电子游戏机及其零件、圣诞用品）出口货值2754.49亿元，比去年同期增长18.27%，远高于同期全国外贸4.9%的出口增速。其中，传统玩具出口1802.5亿元，同比增长32.2%。

2016-2019年1-10月我国玩具出口货值及增长情况

数据来源：海关总署

2016-2019年1-10月我国传统玩具出口货值及增长情况

数据来源：海关总署

根据海关总署数据显示，2019年1-10月玩具大类与去年同比增速17.34%，美国外市场增速更为明显，主要原因是国内企业积极开拓美国以外市场以应对中美贸易战引发的市场前景不明朗的情况，市场替代持续进行。数据显示，2019年1-10月，我国传统玩具对美国出口同比增长3.65%，而对欧盟增长28.62%、东盟66.37%、中东28.38%、拉美16.35%，大洋洲16.50%，增幅均远高于美国，美国市场占中国玩具的出口份额从2018年1-10月的35.32%下降至2019年1-10月的31.20%。

2019年1-10月我国玩具大类出口增速情况

数据来源：海关总署

2019年1-10月我国玩具大类出口情况

数据来源：海关总署

随着科技创新不断突破玩具界限，特别是智能时代的到来，电子游戏的兴起对传统玩具行业带来了冲击，智能玩具应运而生，成为新产品方向。受消费者青睐，我国电子类玩具占比不断攀升，由2017年的17.90%上升至2018年的25.30%，且我国传统玩具中，电子类玩具零售额增长率一直高于非电子类玩具。

2018年我国电子类和非电子类玩具零售额占比情况

数据来源：中国玩具和婴童用品协会

随着国漫IP的崛起，国内企业IP创意能力正在加强，IP授权玩具成新风口。近年来我国对知识产权越发重视，推动IP授权玩具进入新的发展阶段。目前我国参与品牌授权的企业数

量不断增长，2018年活跃在我国的品牌授权企业有 412 家，同比增长 26%，授权IP数量1473项，同比增长42.7%。2019年我国玩具零售额中，IP授权玩具占比18.4%，较去年增加0.5pct。从长远来看，自主品牌的创新将会增强国内玩具的竞争力，成为其未来与海外知名品牌竞争的关键。

2016-2018年我国活跃品牌授权企业数量统计情况

数据来源：中国玩具和婴童用品协会

2013-2019年我国IP授权玩具零售额占比情况

数据来源：中国玩具和婴童用品协会（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国玩具制造行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国玩具制造行业发展概述

第一节 玩具制造行业发展情况概述

- 一、玩具制造行业相关定义
- 二、玩具制造行业基本情况介绍
- 三、玩具制造行业发展特点分析
- 第二节 中国玩具制造行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、玩具制造行业产业链条分析
 - 三、中国玩具制造行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国玩具制造行业生命周期分析
 - 一、玩具制造行业生命周期理论概述
 - 二、玩具制造行业所属的生命周期分析
- 第四节 玩具制造行业经济指标分析
 - 一、玩具制造行业的赢利性分析
 - 二、玩具制造行业的经济周期分析
 - 三、玩具制造行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国玩具制造行业进入壁垒分析
 - 一、玩具制造行业资金壁垒分析
 - 二、玩具制造行业技术壁垒分析
 - 三、玩具制造行业人才壁垒分析
 - 四、玩具制造行业品牌壁垒分析
 - 五、玩具制造行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球玩具制造行业市场发展现状分析

- 第一节 全球玩具制造行业发展历程回顾
- 第二节 全球玩具制造行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲玩具制造行业地区市场分析
 - 一、亚洲玩具制造行业市场现状分析
 - 二、亚洲玩具制造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲玩具制造行业市场前景分析
- 第四节 北美玩具制造行业地区市场分析
 - 一、北美玩具制造行业市场现状分析
 - 二、北美玩具制造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美玩具制造行业市场前景分析
- 第五节 欧盟玩具制造行业地区市场分析

- 一、欧盟玩具制造行业市场现状分析
- 二、欧盟玩具制造行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟玩具制造行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界玩具制造行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球玩具制造行业市场规模预测

第三章 中国玩具制造产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、全社会消费品玩具制造总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国玩具制造行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国玩具制造产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国玩具制造行业运行情况

第一节 中国玩具制造行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国玩具制造行业市场规模分析

第三节 中国玩具制造行业供应情况分析

第四节 中国玩具制造行业需求情况分析

第五节 中国玩具制造行业供需平衡分析

第六节 中国玩具制造行业发展趋势分析

第五章 中国玩具制造所属行业运行数据监测

第一节 中国玩具制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国玩具制造所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国玩具制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国玩具制造市场格局分析

第一节 中国玩具制造行业竞争现状分析

一、中国玩具制造行业竞争情况分析

二、中国玩具制造行业主要品牌分析

第二节 中国玩具制造行业集中度分析

一、中国玩具制造行业市场集中度分析

二、中国玩具制造行业企业集中度分析

第三节 中国玩具制造行业存在的问题

第四节 中国玩具制造行业解决问题的策略分析

第五节 中国玩具制造行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国玩具制造行业需求特点与动态分析

第一节 中国玩具制造行业消费市场动态情况

第二节 中国玩具制造行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 玩具制造行业成本分析

第四节 玩具制造行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国玩具制造行业价格现状分析

第六节 中国玩具制造行业平均价格走势预测

- 一、中国玩具制造行业价格影响因素
- 二、中国玩具制造行业平均价格走势预测
- 三、中国玩具制造行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国玩具制造行业区域市场现状分析

第一节 中国玩具制造行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区玩具制造市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区玩具制造市场规模分析
- 四、华东地区玩具制造市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区玩具制造市场规模分析
- 四、华中地区玩具制造市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区玩具制造市场规模分析
- 四、华南地区玩具制造市场规模预测

第九章 2017-2020年中国玩具制造行业竞争情况

第一节 中国玩具制造行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国玩具制造行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国玩具制造行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 玩具制造行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国玩具制造行业发展前景分析与预测

第一节 中国玩具制造行业未来发展前景分析

- 一、玩具制造行业国内投资环境分析
- 二、中国玩具制造行业市场机会分析
- 三、中国玩具制造行业投资增速预测

第二节 中国玩具制造行业未来发展趋势预测

第三节 中国玩具制造行业市场发展预测

- 一、中国玩具制造行业市场规模预测
- 二、中国玩具制造行业市场规模增速预测
- 三、中国玩具制造行业产值规模预测
- 四、中国玩具制造行业产值增速预测
- 五、中国玩具制造行业供需情况预测

第四节 中国玩具制造行业盈利走势预测

- 一、中国玩具制造行业毛利润同比增速预测
- 二、中国玩具制造行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国玩具制造行业投资风险与营销分析

第一节 玩具制造行业投资风险分析

- 一、玩具制造行业政策风险分析
- 二、玩具制造行业技术风险分析
- 三、玩具制造行业竞争风险
- 四、玩具制造行业其他风险分析

第二节 玩具制造行业企业经营发展分析及建议

- 一、玩具制造行业经营模式
- 二、玩具制造行业销售模式

三、玩具制造行业创新方向

第三节 玩具制造行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国玩具制造行业发展战略及规划建议

第一节 中国玩具制造行业品牌战略分析

- 一、玩具制造企业品牌的重要性
- 二、玩具制造企业实施品牌战略的意义
- 三、玩具制造企业品牌的现状分析
- 四、玩具制造企业的品牌战略
- 五、玩具制造品牌战略管理的策略

第二节 中国玩具制造行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国玩具制造行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国玩具制造行业发展策略及投资建议

第一节 中国玩具制造行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国玩具制造行业定价策略分析

第三节 中国玩具制造行业营销渠道策略

一、玩具制造行业渠道选择策略

二、玩具制造行业营销策略

第四节 中国玩具制造行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国玩具制造行业重点投资区域分析

二、中国玩具制造行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/391875391875.html>