

中国玩具制造行业市场监测及未来五年发展定位 研究报告

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《中国玩具制造行业市场监测及未来五年发展定位研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/214418214418.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

一、国内玩具企业众多，区域产业集群现象明显

中国现有玩具生产企业数千家，已形成了一个重要的产业群体。玩具制造业地区集中程度较高，主要集中在广东、江苏、山东、浙江、上海等改革开放较早和经济发达的沿海地区。这些省市历来是中国玩具最重要的生产和出口基地，占中国玩具年销售额的90%以上。在产品类别方面，广东以电动和塑料玩具为主；江苏、上海以毛绒玩具为主；浙江以木制玩具为主，形成较为明显的产业集群效应。其中，广东省是中国最大的玩具生产和出口地区。

二、产品以出口为主，内销市场占比小

数据显示，中国现有玩具生产企业85%以上为出口企业，产品以外销为主，玩具出口额约占中国玩具产出的50%。金融危机后，玩具内销比例有所上升，但是外销依然占据了重要地位。目前，全球范围内的玩具种类高达15万种，而国内市场玩具种类约为3万多种，主要包括：布和毛绒玩具、塑胶玩具、电子玩具、模型玩具、益智玩具等，大部分以中低档产品为主，高档次的玩具还未成为消费主流，玩具品种较为单一。

三、人均玩具消费较低

近年来，中国玩具内销市场发展迅速，市场规模逐年扩大。但是，与国外发达国家相比，中国人均玩具消费水平偏低。相关调查显示，中国儿童人均玩具消费远远低于欧

美国国家的儿童人均玩具消费支出，也低于世界儿童人均玩具消费支出，玩具市场的缺口较大。相信随着中国经济的持续发展，人们生活水平的逐步提高，以及人们消费结构的逐步升级，国内玩具市场将有广阔的发展空间。

四、玩具生产以儿童玩具为主，成人玩具较少

目前，中国玩具生产、设计和销售主要是针对儿童，儿童玩具比重高达99%，成人玩具市场较小。而在国外，玩具不仅是小孩子的用品，成人玩具也成为一种流行趋势。在美国，有40%以上的玩具是专门为成人设计制造。在日本，成人玩具占据了65%以上的玩具市场份额，日本18岁以上的成年人中，至少有84%以上的人拥有成人玩具。

当前玩具的消费群主要集中在12岁以下的群体中，且低龄化倾向更为明显，达到90%，而超过12岁后，家长为孩子购买玩具的意愿降低，这部分与传统观念的羁绊相关。

相对来看，中国成人玩具较少，但未来市场潜力很大。随着品牌企业市场占有率的扩大，现有儿童玩具领域的拓宽，成人玩具将成为未来中国玩具市场新的增长点。

五、竞争模式向品牌经营发展转变

中国虽然是一个玩具生产大国，却并不是玩具生产强国。中国大多数玩具企业以OEM生产为主，竞争力不强，销售手段以传统的价格竞争为主。近几年，受人民币升值、工资及原材料价格上涨、出口门槛的提高等因素困扰，国内玩具产业的利润水平呈下降趋势，玩具企业纷纷调整经营思路，寻求新的利润增长点。

随着新生产工艺和技术在玩具领域的应用，以及经营模式、营销推广方式的逐步创新，国

内玩具行业的竞争日益表现为品牌的竞争。建立在品牌基础上的文化、技术、工艺、营销网络的差异化优势在竞争中的作用日益明显。打造自主品牌，提高产品附加值、实现产品差异化，充分发挥品牌效应，是玩具企业提高竞争力的有力保障。

报告大纲

第一章 玩具制造行业相关界定

第一节 行业相关定义

一、玩具制造的定义

二、玩具制造的性质及特点

第二节 玩具制造行业发展历程及产业链

一、行业发展历程回顾

二、行业产业链分析

第三节 玩具制造的地位分析

一、在第二产业中的地位

二、在GDP中的地位

第二章 中国玩具制造行业发展概况分析

第一节 中国玩具制造行业发展总体概况

第二节 中国玩具制造产业发展成就

第三节 中国玩具制造行业发展前景简析

第三章 金融危机下玩具制造行业宏观经济环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球经济运行概况

二、全球经济形势预测

第二节 金融危机对全球经济的影响

一、国际金融危机发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 金融危机对中国经济的影响

一、金融危机对中国实体经济的影响

二、金融危机影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

第四节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行概况

二、中国宏观经济趋势预测

第四章 玩具制造产业相关行业发展概况

第一节 上游行业市场发展分析

第二节 下游行业市场发展分析

第五章 中国玩具制造行业发展概况

第一节 中国玩具制造行业发展态势分析

第二节 中国玩具制造行业发展特点分析

第三节 中国玩具制造行业市场供需分析

第四节 中国玩具制造行业价格分析

第六章 中国玩具制造行业整体运行状况

第一节 玩具制造行业产销分析

第二节 玩具制造行业盈利能力分析

第三节 玩具制造行业偿债能力分析

第四节 玩具制造行业营运能力分析

第七章 中国玩具制造产业政策环境分析

第一节 国际玩具制造行业相关政策法规

第二节 国际玩具制造行业相关政策解读

第三节 中国玩具制造行业相关政策法规

第四节 中国玩具制造行业相关政策解读

第八章 全球玩具制造行业市场整体运行状况

第一节 全球玩具制造市场发展现状

第二节 全球玩具制造行业市场供需分析

第三节 金融危机对全球玩具制造行业市场整体运行的影响

第九章 中国玩具制造进出口现状与预测

第一节 玩具历史出口总体分析

第二节 影响玩具进出口的主要因素

一、玩具产品的国内外市场需求态势

二、玩具贸易环境的影响

第三节 我国玩具出口量预测

第十章 中国玩具制造产业行业重点区域运行分析

第一节 华北市场分析

第二节 中南市场分析

第三节 华东市场分析

第四节 东北市场分析

第十一章 中国玩具制造行业市场竞争格局分析

第一节 玩具制造行业主要竞争因素分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节 玩具制造企业国际竞争力比较

一、生产要素

二、市场需求

三、关联行业

四、企业结构与战略

五、政府扶持力度

第三节 玩具制造行业竞争格局分析

一、玩具制造行业集中度分析

二、玩具制造行业竞争程度分析

第四节 玩具制造行业竞争策略分析

一、金融危机对行业竞争格局的影响

二、玩具制造行业竞争策略分析

三、玩具制造行业竞争格局展望

第十二章 中国玩具制造行业重点企业竞争力分析

第一节 广东奥迪玩具实业有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

第二节 龙昌玩具有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

第三节 好孩子集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

第四节 中山友利玩具城有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

第五节 东莞佳畅玩具有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

第十三章 来五年中国玩具制造行业市场预测分析

第一节未来五年行业未来发展前景分析

一、未来五年行业国内投资环境分析

二、未来五年行业市场机会分析

三、未来五年行业投资增速预测

第二节未来五年行业未来发展趋势预测

第三节未来五年行业市场发展预测

一、未来五年行业市场规模预测

二、未来五年行业市场规模增速预测

三、未来五年行业产值规模预测

四、未来五年行业产值增速预测

第四节未来五年行业盈利走势预测

一、未来五年行业毛利润同比增速预测

二、未来五年行业利润总额同比增速预测

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/214418214418.html>