

# 2018年中国玩具行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国玩具行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/331042331042.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

玩具一般具有以下特性：

### （1）玩具为使用者带来快乐

玩具可以给予使用者充足的操作自由，各式各样的玩具满足不同使用者的喜好，并与其能力水平相符。通过玩具，使用者从中享受到玩耍、观赏、益智甚至锻炼等乐趣，玩具为其带来多方面的快乐，满足不同层次的心理需求。

### （2）玩具具有文化和教育性

玩具在给孩子们带来愉悦的同时，还承载了一定的文化与教育功能。根据幼教机构的研究成果，孩子在婴儿时期，通过行动了解世界，玩具颜色鲜艳、造型优美，有些还伴有悦耳的声音和简单的动作，这些特质使得玩具成为婴幼儿期的孩子认识世界、探索世界的最好载体；到幼儿期，孩子们对世界已有了初步认识，在此阶段玩具不仅可以培养孩子良好的性格，也是思想品德教育有效的手段；在青少年时期，结合玩具与多媒体元素能激发孩子们探索未知事物的求知欲，了解世界各国风土人情开阔视野，锻炼思维能力和动手能力。玩具是孩子们最好的伙伴，无论他们处于何种成长阶段，合适的玩具都可以被赋予特定的文化功能和教育功能，促进他们身体和心理健康成长，进而丰富他们的人生。

### （3）玩具符合特定时期的潮流

纵观整个玩具发展的历史，玩具的形象具有符合其历史潮流的特性。随着现代社会文化产业发达，潮流更替更为迅速。玩具行业的“流行货”一般都与当期的文化作品（如动漫、影视、游戏等作品）有关。文化作品成为推进“流行货”的重要因素，玩具生产厂商会根据不同的市场潮流去选择最迎合市场发展趋势的产品。

### （4）玩具类型多种多样

消费者的需求是玩具设计的基本参考要素。由于玩具是大众消费品，其消费者的需求各异，包括性别、年龄、地域、文化等因素都会对消费者的需求造成影响，从而使玩具具备较强的差异性与多样性。消费者需求的多样化使目前玩具行业细分市场产品丰富，针对性很强。

玩具行业的上游主要是塑料、金属材料如锌合金、电子元器件、五金材料及包装材料

等。公司产品均为直接面向最终消费者的消费品，因此不存在相关联的下游行业。其产业链如下图所示：

玩具行业产业链结构

资料来源：观研天下数据中心整理

我国玩具行业主要有三种经营模式：OEM、ODM 和 OBM。

### 1、OEM

OEM，英文 Original Equipment Manufacturer 的缩写，即代工生产，品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产，然后将所订产品低价买断，并直接贴上自己的品牌商标。承接加工任务的制造商被称为 OEM 厂商。

### 2、ODM

ODM，英文 Original Design Manufacturer 的缩写，是指制造方根据市场的需求及采购方的要求，研发设计和生产产品。制造方拥有一定设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品，并贴客户的品牌。OEM 和 ODM 是目前国内玩具企业最普遍的经营模式。

### 3、OBM

OBM，英文 Original Brand Manufacturer 的缩写，即自主品牌经营模式，是指企业自主开发品牌，拥有自主知识产权。企业自主进行设计研发、采购、生产，并以自主品牌进行市场开拓与销售。目前国内少数优势玩具企业采用该经营模式，该模式根据市场需求自主开发新产品，以自主品牌进行销售，能对品牌所产生的经济利益进行自主支配和决策，获取品牌带来的高附加值，能获得高于市场的利润率。此外，自主品牌的建设可以培养顾客对品牌和企业的忠诚度，间接地为企业创造价值。三种经营模式比较如下表所示：

资料来源：公开资料整理（GYFSW）

观研天下发布的《2018年中国玩具行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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统计局规模企业统计数据库及玩具交易所等，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、玩具T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 2015-2017年中国玩具行业发展概述

#### 第一节 玩具行业发展情况概述

- 一、玩具行业相关定义
- 二、玩具行业基本情况介绍
- 三、玩具行业发展特点分析

#### 第二节 中国玩具行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、玩具行业产业链条分析
- 三、中国玩具行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国玩具行业生命周期分析

- 一、玩具行业生命周期理论概述
- 二、玩具行业所属的生命周期分析

#### 第四节 玩具行业经济指标分析

- 一、玩具行业的赢利性分析
- 二、玩具行业的经济周期分析
- 三、玩具行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中玩具行业进入壁垒分析

- 一、玩具行业资金壁垒分析
- 二、玩具行业技术壁垒分析
- 三、玩具行业人才壁垒分析

#### 四、玩具行业品牌壁垒分析

#### 五、玩具行业其他壁垒分析

### 第二章 2015-2017年全球玩具行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球玩具行业发展历程回顾

#### 第二节 全球玩具行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲玩具行业地区市场分析

##### 一、亚洲玩具行业市场现状分析

##### 二、亚洲玩具行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲玩具行业市场前景分析

#### 第四节 北美玩具行业地区市场分析

##### 一、北美玩具行业市场现状分析

##### 二、北美玩具行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美玩具行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟玩具行业地区市场分析

##### 一、欧盟玩具行业市场现状分析

##### 二、欧盟玩具行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟玩具行业市场前景分析

#### 第六节 2018-2024年世界玩具行业分布走势预测

#### 第七节 2018-2024年全球玩具行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年中国玩具产业发展环境分析

#### 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

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国玩具行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国玩具产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、玩具环境分析

##### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 2015-2017年中国玩具行业运行情况

#### 第一节 中国玩具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 中国玩具行业市场规模分析

#### 第三节 中国玩具行业供应情况分析

#### 第四节 中国玩具行业需求情况分析

#### 第五节 中国玩具行业供需平衡分析

#### 第六节 中国玩具行业发展趋势分析

### 第五章 中国玩具所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国玩具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 中国玩具所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

##### 六、销售成本分析

##### 七、销售费用分析

##### 八、管理费用分析

##### 九、财务费用分析

##### 十、其他运营数据分析

#### 第三节 中国玩具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 2015-2017年中国玩具市场格局分析

#### 第一节 中国玩具行业竞争现状分析

##### 一、中国玩具行业竞争情况分析

## 二、中国玩具行业主要品牌分析

### 第二节 中国玩具行业集中度分析

#### 一、中国玩具行业市场集中度分析

#### 二、中国玩具行业企业集中度分析

### 第三节 中国玩具行业存在的问题

### 第四节 中国玩具行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国玩具行业竞争力分析

#### 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 2015-2017年中国玩具行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国玩具行业消费特点

### 第二节 中国玩具行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第二节 玩具行业成本分析

### 第三节 玩具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

### 第四节 中国玩具行业价格现状分析

### 第五节 中国玩具行业平均价格走势预测

#### 一、中国玩具行业价格影响因素

#### 二、中国玩具行业平均价格走势预测

#### 三、中国玩具行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国玩具行业区域市场现状分析

### 第一节 中国玩具行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地玩具市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析



### 三、华东地区玩具市场规模分析

### 四、华东地区玩具市场规模预测

#### 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、华中地区玩具市场规模分析

##### 四、华中地区玩具市场规模预测

#### 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、华南地区玩具市场规模分析

### 第九章 2015-2017年中国玩具行业竞争情况

#### 第一节 中国玩具行业竞争结构分析（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 中国玩具行业竞争环境分析（玩具T）

##### 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、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

## 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国玩具行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国玩具行业未来发展前景分析

#### 一、玩具行业国内投资环境分析

#### 二、中国玩具行业市场机会分析

#### 三、中国玩具行业投资增速预测

### 第二节 中国玩具行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国玩具行业市场发展预测

#### 一、中国玩具行业市场规模预测

#### 二、中国玩具行业市场规模增速预测

#### 三、中国玩具行业产值规模预测

#### 四、中国玩具行业产值增速预测

#### 五、中国玩具行业供需情况预测

### 第四节 中国玩具行业盈利走势预测

#### 一、中国玩具行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国玩具行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国玩具行业投资风险与营销分析

### 第一节 玩具行业投资风险分析

#### 一、玩具行业政策风险分析

#### 二、玩具行业技术风险分析

#### 三、玩具行业竞争风险

#### 四、玩具行业其他风险分析

### 第二节 玩具行业企业经营发展分析及建议

#### 一、玩具行业经营模式

#### 二、玩具行业销售模式

#### 三、玩具行业创新方向

### 第三节 玩具行业应对策略

- 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2018-2024年中国玩具行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国玩具行业品牌战略分析

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

### 第二节中国玩具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 2018-2024年中国玩具行业发展策略及投资建议

### 第一节中国玩具行业产品策略分析

- 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 中国玩具行业定价策略分析

### 第二节中国玩具行业营销渠道策略

- 一、玩具行业渠道选择策略
- 二、玩具行业营销策略

### 第三节中国玩具行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国玩具行业重点投资区域分析

二、中国玩具行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/331042331042.html>