

2011-2015年中国玩具行业市场全景调研及投资评估深度研究报告

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《2011-2015年中国玩具行业市场全景调研及投资评估深度研究报告》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/108530108530.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8800

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

内容简介

2010年，中国玩具行业以“变”字为主题词，精彩纷呈。由于行业的对外依存性特点，因此受宏观经济和外部因素影响较大，国内玩具市场的变化呈现出后金融危机时代的特征：从市场角度看，国内市场愈发受到全球品牌和大中型本土企业的重视，迄今为止短短4年间，玩具反斗城在国内14个城市开拓了23个门店。但内销市场竞争更为剧烈，表现在新产品销售的周期越来越短，陈列面积越来越小，营销成本越来越高，销售渠道越来越复杂，内销品牌越来越多。企业想突围而出的难度系数也越来越大。“品牌、客户、终端”三位一体的整合营销竞争正在从“简单、粗放式”向“系统、精细化”深刻转变。我们还可以看到，校边店的数量在一二线城市逐步缩减，传统玩具在连锁超市的销售份额在迅速提升。从消费群体看，儿童的玩乐爱好和方式从“单一、被动式”向“多元、互动化”发展。玩具消费的低龄化（6-9岁）趋势明显，小学高年级（10-12岁）对玩具的喜好度明显下降，其对网游的迷恋度明显上升，传统玩具消费群体规模的基数收窄已基本定型。互联网对儿童的课余时间产生了不可逆转的娱乐和沟通方式的根本性转变，“摩尔庄园”、“赛尔号”和“盒子世界”等网游和互动社区平台在儿童中极具号召力和影响力，其过千万的注册及过百万的同时在线人数已经足可以证明这一点。另，工薪阶层家庭玩具消费受到通胀影响变得审慎，80后父母对网购或网上团购儿童用品热情高涨。从产业角度看，玩具行业的优秀企业更是受到资本市场的青睐与垂青，已有4家上市公司，均来自广东，汕头澄海占据3家。玩具产业链条上的每个环节都在寻找上、下游的市场机会，跨界经营愈发明显。由于动漫传播对于玩具衍生品销售显示出强大杠杆作用，吸引更多的本土玩企纷纷试水。但与此同时，电视媒体传播更加专业化和细分化，这从专业购物频道和卡通频道等突显出强大的生命力，并取得较好的市场回报中可以印证。国务院决定从2010年10月到2011年3月开展打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品为重点的专项活动，无疑对玩具行业普遍存在的盗版、制假等侵权行为有着强大的震撼力和遏制力，从而推动玩企会有更大的热情和投入不断创新。

2011年也必将是玩具行业跨越式发展的延续。其背景是：行业发展越来越成熟，产业链上下游资源整合的态势越来越强，资本对市场增量的企图和渴望越来越强烈，市场竞争的平稳期已结束，剧烈震动期已全面开始。这些都意味着新的机会和新的挑战或是一场更为深刻的行业变革业已拉开序幕。二十一世纪的第二个十年，玩具市场的竞争本质上已发展到战略竞争的阶段，而非资本的竞争。赢取市场空间和最大化的决定因素取决于企业格局、视野、高度，以及执行力水平，相信战略竞争的结果势必造就出一流的国际化企业和品牌，中国的玩具行业终将成为全球市场的最强者！

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国玩具业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及玩具研究单位等公布和提供的大量资料，结合对玩具相关企业的实地调查，对我国玩具行业

发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了玩具行业的前景与风险。报告揭示了玩具市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 世界玩具行业发展分析

第一章 世界玩具行业运行状况分析 1

第一节 世界玩具行业总体概况 1

一、全球玩具产品的基本类型 1

二、全球玩具市场发展分析 1

三、国外儿童玩具召回管理规定 5

第二节 世界玩具主要品牌分析 6

一、日本Azone 6

二、韩国DreamOfDoll 6

三、乐高公司 7

第三节 世界玩具产业发展趋势分析 7

第二章 世界玩具主要国家运行分析 9

第一节 美国 9

一、美国玩具市场的特点 9

二、美国安居的范畴及制胜的法宝 13

三、美国毛绒玩具市场发展分析 14

四、美国玩具市场的营销渠道方式分析 15

第二节 德国 18

一、德国玩具市场的特点 18

二、德国玩具市场的营销渠道 19

三、2010-2011年德国玩具市场分析 19

第三节 英国 20

一、2010年英国玩具市场分析 20

二、英国有关玩具安全性能及质量的规定 20

三、英国玩具产品开发和销售模式 22

四、英国玩具主要销售渠道 22

第四节 法国 23

一、2010年法国玩具市场发展状况 23

- 二、2010年法国玩具市场网上销售状况 23
- 三、法国玩具业进出口贸易概况 24
- 第五节 瑞士 25
 - 一、瑞士玩具市场的主要特点 25
 - 二、瑞士玩具的消费习惯及流行趋势 25
 - 三、瑞士玩具市场销售渠道 25
- 第六节 其他国家 26
- 第二部分 我国玩具行业发展分析
- 第三章 2010-2011年中国玩具产业运行环境分析 37
 - 第一节 2010-2011年中国玩具产业政策分析 37
 - 一、世界玩具安全法令、标准 37
 - 二、ICTI世界玩具工业理事会商业操守规范 42
 - 三、中华人民共和国玩具安全标准 46
 - 四、《国家玩具安全技术规范》概述 66
 - 五、进出口玩具检验管理规定 72
 - 六、缺陷玩具及儿童用品召回管理规定 77
 - 第二节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 90
 - 一、2010-2011年我国宏观经济发展情况分析 90
 - 二、2010-2011年我国居民消费状况分析 97
 - 第三节 2010-2011年中国玩具产业社会环境分析 111
 - 一、人口环境分析 111
 - 二、文化环境分析 113
- 第四章 2010-2011年中国玩具行业运行形势分析 116
 - 第一节 2010-2011年中国玩具行业发展总况 116
 - 一、我国玩具产品的质量状况 116
 - 二、我国玩具行业潜力 119
 - 三、制约我国玩具市场发展的因素 119
 - 四、我国人口结构与玩具消费市场的关系 121
 - 第二节 2010-2011年中国玩具召回分析 122
 - 一、我国玩具召回状况分析 122
 - 二、我国儿童玩具召回管理规定 124
 - 三、国外玩具召回管理现状及对我国的启示 126
 - 四、“玩具召回”背后的经济政治化倾向 130
 - 第三节 2010-2011年中国玩具行业品牌分析 135
 - 一、我国玩具品牌现状 135

二、影响我国玩具品牌塑造的主要因素分析	137
三、我国玩具企业品牌授权状况分析	138
四、我国玩具行业品牌发展策略分析	139
五、我国玩具企业自主品牌建设	141
第五章 2010-2011年中国玩具市场运行动态分析	150
第一节 2010-2011年中国玩具市场发展状况	150
一、2010年我国玩具市场回顾	150
二、2011年我国玩具市场发展预测	156
三、2011年中国玩具行业面临挑战以及发展趋势	161
第二节 2010-2011年中国儿童玩具市场分析	162
一、我国儿童玩具市场发展状况	162
二、儿童玩具市场潜力分析	163
三、我国儿童玩具产品质量问题分析	164
四、我国儿童玩具市场策略分析	166
第三节 2010-2011年中国成人玩具市场分析	169
一、我国成人玩具市场商机分析	169
二、我国成人玩具市场规模分析	170
三、我国成人玩具行业的营销策略	172
四、我国成人玩具的市场前景分析	174
第四节 2010-2011年中国老年玩具市场分析	176
一、我国老年玩具市场分析	176
二、我国老年玩具市场潜力分析	177
三、开发老年玩具市场的措施分析	179
第六章 2010-2011年中国玩具制造行业主要数据监测分析	182
第一节 2010-2011年中国玩具制造行业规模分析	182
一、企业数量增长分析	182
二、从业人数增长分析	182
三、资产规模增长分析	183
第二节 2010年中国玩具制造行业结构分析	183
一、企业数量结构分析	183
二、销售收入结构分析	185
第三节 2010-2011年中国玩具制造行业产值分析	188
一、产成品增长分析	188
二、工业销售产值分析	188
三、出口交货值分析	189

第四节 2010-2011年中国玩具制造行业成本费用分析 189

一、销售成本分析 189

二、费用分析 189

第五节 2010-2011年中国玩具制造行业盈利能力分析 190

一、主要盈利指标分析 190

二、产值状况分析 190

第七章 2010-2011年中国玩具行业出口贸易分析 191

第一节 我国玩具行业进出口状况分析 191

一、当前我国玩具进出口分析 191

二、我国玩具出口存在的问题分析 194

三、制约我国玩企出口的深层因素分析 195

四、我国玩具出口的优势分析 201

第二节 2009-2011年我国玩具进出口分析 202

一、2009年我国玩具进出口分析 202

二、2010年我国玩具进出口分析 206

三、2011年我国玩具进出口分析 209

第三节 提高我国玩具出口国际竞争力的对策 211

一、卖品牌分析 211

二、市场细分分析 212

三、国内市场拓展分析 212

四、相关职能部门的支持分析 212

第八章 中国玩具行业子行业运行态势分析 213

第一节 毛绒（布绒）玩具 213

一、布绒玩具的介绍 213

二、我国毛绒玩具市场的发展困境与对策 214

三、我国毛绒玩具市场调查分析 216

四、我国毛绒玩具市场潜力分析 217

第二节 木制玩具 218

一、木制玩具的相关介绍 218

二、我国木质玩具发展分析 220

三、木制玩具走俏市场的原因分析 221

第三节 塑料玩具 222

一、我国塑料玩具的市场潜力分析 222

二、我国塑料玩具出口状况分析 222

三、我国塑料玩具发展的对策分析 223

第四节 电子玩具 226

- 一、电子玩具介绍 226
- 二、我国电子玩具市场分析 227
- 三、电动毛绒玩具的发展状况 228

第五节 益智玩具 229

- 一、我国益智玩具发展状况分析 229
- 二、益智玩具市场潜力分析 229
- 三、我国考古益智玩具发展分析 230
- 四、我国益智玩具的市场前景分析 232

第九章 中国玩具产业市场营销策略分析 234

第一节 中国玩具业营销的模式与特点 234

- 一、中国玩具业的主要营销模式 234
- 二、中国玩具业的营销渠道结构 235
- 三、玩具业营销渠道结构的特点 235

第二节 中国玩具市场的营销现状与趋势 239

- 一、中国玩具市场的销售状况 239
- 二、玩具营销渠道的六大发展趋势 242
- 三、节日玩具营销研究 243

第三节 玩具市场成功营销案例分析 248

- 一、美国椰菜娃娃成功营销模式分析 248
- 二、“美国女孩”营销案例分析 253
- 三、日本任天堂经典的营销策略 257

第三部分 行业竞争格局分析

第十章 中国玩具产业市场竞争格局分析 263

第一节 中国玩具产业竞争现状分析 263

- 一、玩具制造行业集中度分析 263
- 二、我国传统玩具与高科技玩具的竞争状况分析 264
- 三、玩具行业竞争激烈状况分析 266

第二节 中国玩具产业主要省市分析 268

- 一、广东省 268
- 二、江苏 274
- 三、青岛 280
- 四、义乌 283
- 五、云和 295

第三节 中国玩具产业竞争策略分析 311

第十一章 中国玩具产业重点企业竞争力分析 314

第一节 好孩子儿童用品有限公司 314

一、公司简介 314

二、公司发展模式 315

三、公司渠道管理 316

四、2010年公司经营状况 316

第二节 广东奥飞动漫文化股份有限公司 321

一、公司简介 321

二、2010-2011年公司经营状况 323

三、公司产业链分析 327

四、公司产业布局分析 329

第三节 广东骅威玩具工艺(集团)有限公司 330

一、公司简介 330

二、公司实力及前景 332

三、2010-2011年公司经营状况 332

四、公司动漫玩具发展前景 337

第四节 广东群兴玩具股份有限公司 338

一、公司简介 338

二、2010-2011年公司经营状况 339

三、2011年公司发展新态势 342

四、公司市场发展策略 343

第五节 韶关旭日国际有限公司 345

一、公司简介 345

二、公司主营产品 345

第六节 上海荣威塑胶工业有限公司 345

一、公司简介 345

二、公司产品介绍 347

第七节 杭州钱鸿实业集团有限公司 347

第八节 骏达(佛冈)玩具有限公司 348

一、公司简介 348

二、公司竞争力 348

第九节 万兴(佛冈)玩具有限公司 349

一、公司简介 349

二、公司竞争力 350

第十节 昆山好孩子百瑞康健康用品有限公司 350

一、公司简介 350

二、公司竞争力 351

第四部分 行业发展前景及投资分析

第十二章 2011-2015年中国玩具行业发展前景预测分析 353

第一节 2011-2015年中国玩具行业发展前景分析 353

一、未来中国玩具产业趋势分析 353

二、玩具机器人消费预测分析 353

三、我国玩具延伸产品发展预测 354

第二节 2011-2015年中国玩具产业市场预测分析 357

一、玩具产业供给预测分析 357

二、玩具市场需求变化预测分析 358

三、玩具进出口形势预测分析 359

第三节 2011-2015年中国玩具产业市场盈利预测分析 360

第十三章 2011-2015年中国玩具产业投资机会与风险分析 367

第一节 2011-2015年中国玩具产业投资环境分析 367

第二节 2011-2015年中国玩具产业投资机会分析 385

一、玩具业投资的动漫增值路线 385

二、玩具业投资的主题娱乐增值路线 386

三、玩具业投资的高科技增值路线 387

四、解析投资玩具生产的价值出路 387

第三节 2011-2015年中国玩具产业投资风险分析 389

图表目录

图表：2010年世界主要国家玩具销售额同比 2

图表：2010年世界主要国家玩具销售数量 3

图表：主要玩具品类销售增减情况 4

图表：美国知名玩具品牌 10

图表：对美国儿童最想要的礼品的调查情况 12

图表：2010年1月国民经济指标 90

图表：2010年2月国民经济指标 90

图表：2010年3月国民经济指标 90

图表：2010年4月国民经济指标 91

图表：2010年5月国民经济指标 91

图表：2010年6月国民经济指标 91

图表：2010年7月国民经济指标 92

图表：2010年8月国民经济指标 92

- 图表：2010年9月国民经济指标 92
- 图表：2010年10月国民经济指标 93
- 图表：2010年11月国民经济指标 93
- 图表：2010年12月国民经济指标 93
- 图表：2010年1月我国社会消费品零售总额统计 98
- 图表：2010年2月我国社会消费品零售总额统计 99
- 图表：2010年3月我国社会消费品零售总额统计 99
- 图表：2010年4月我国社会消费品零售总额统计 100
- 图表：2010年5月我国社会消费品零售总额统计 100
- 图表：2010年6月我国社会消费品零售总额统计 100
- 图表：2010年7月我国社会消费品零售总额统计 101
- 图表：2010年8月我国社会消费品零售总额统计 101
- 图表：2010年9月我国社会消费品零售总额统计 102
- 图表：2010年10月我国社会消费品零售总额统计 102
- 图表：2010年11月我国社会消费品零售总额统计 102
- 图表：2010年12月我国社会消费品零售总额统计 103
- 图表：2011年1月我国社会消费品零售总额统计 103
- 图表：2011年2月我国社会消费品零售总额统计 104
- 图表：2010年1月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 104
- 图表：2010年2月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 105
- 图表：2010年3月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 105
- 图表：2010年4月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 106
- 图表：2010年5月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 106
- 图表：2010年6月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 107
- 图表：2010年7月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 107
- 图表：2010年8月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 108
- 图表：2010年9月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 108
- 图表：2010年10月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 109
- 图表：2010年11月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 109
- 图表：2010年12月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 110
- 图表：2011年1月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 110
- 图表：2011年2月我国娱乐教育文化用品及服务价格指数 111
- 图表：2010年我国玩具企业数量统计 182
- 图表：2011年我国玩具企业数量统计 182
- 图表：2010年我国玩具企业从业人数统计 182

- 图表：2010年我国玩具制造业资产规模统计 183
- 图表：2010年我国玩具制造业国有企业数量统计 183
- 图表：2010年我国玩具制造业集体企业数量统计 183
- 图表：2010年我国玩具制造业股份合作企业数量统计 184
- 图表：2010年我国玩具制造业股份制企业数量统计 184
- 图表：2010年我国玩具制造业私营企业数量统计 184
- 图表：2010年我国玩具制造业外商及港澳台投资企业数量统计 184
- 图表：2010年我国玩具制造业其他企业数量统计 185
- 图表：2010年我国玩具制造业小型企业数量统计 185
- 图表：2010年我国玩具制造业国有企业主营业务收入统计 185
- 图表：2010年我国玩具制造业集体企业主营业务收入统计 186
- 图表：2010年我国玩具制造业股份合作企业主营业务收入统计 186
- 图表：2010年我国玩具制造业股份制企业主营业务收入统计 186
- 图表：2010年我国玩具制造业私营企业主营业务收入统计 186
- 图表：2010年我国玩具制造业外商及港澳台投资企业主营业务收入统计 187
- 图表：2010年我国玩具制造业其他企业主营业务收入统计 187
- 图表：2010年我国玩具制造业大型企业主营业务收入统计 187
- 图表：2010年我国玩具制造业中型企业主营业务收入统计 187
- 图表：2010年我国玩具制造业小型企业主营业务收入统计 187
- 图表：2010年我国玩具制造业产成品统计 188
- 图表：2010年我国玩具制造业工业销售产值统计 188
- 图表：2011年我国玩具制造业工业销售产值统计 188
- 图表：2010年我国玩具制造业出口交货值统计 189
- 图表：2011年我国玩具制造业出口交货值统计 189
- 图表：2010年我国玩具制造业主营业务成本统计 189
- 图表：2010年我国玩具制造业费用统计 189
- 图表：2010年我国玩具制造业利润统计 190
- 图表：2010年我国玩具制造业新产品产值统计 190
- 图表：2009-2010年我国玩具出口月度走势图 207
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营构成 323
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司每股指标 324
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司获利能力 324
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司经营能力 324
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司偿债能力 325
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司资本结构 325

- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司发展能力 325
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司现金流量 325
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务收入 326
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务利润 326
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司营业利润 326
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司利润总额 327
- 图表：2009-2010年广东奥飞动漫文化股份有限公司净利润 327
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司主营构成 332
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司每股指标 333
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司获利能力 334
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司经营能力 334
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司偿债能力 334
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司资本结构 334
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司发展能力 335
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司现金流量 335
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司主营业务收入 335
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司主营业务利润 335
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司营业利润 336
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司利润总额 336
- 图表：2009-2010年广东骅威玩具工艺股份有限公司净利润 336
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司主营构成 339
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司每股指标 340
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司获利能力 340
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司经营能力 341
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司偿债能力 341
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司资本结构 341
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司发展能力 341
- 图表：2010-2011年广东群兴玩具股份有限公司现金流量 342

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanju/108530108530.html>