

# 2011-2015年中国玩具行业 深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2011-2015年中国玩具行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yule1105/O5285323UJ.html>

【报告价格】纸介版**7800**元 电子版**8300**元 纸介+电子**8800**元

【出版日期】2011-05-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

&rarr;报告说明

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国玩具行业深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了玩具行业相关概述、中国玩具产业运行环境等，接着分析了中国玩具行业的现状，然后介绍了中国玩具行业竞争格局。随后，报告对中国玩具行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国玩具产业发展前景与投资预测。您若想对玩具产业有个系统的了解或者想投资玩具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

&rarr;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。

&rarr;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

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，结合博思数据研究中心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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1105/O5285323UJ.html>