2020-2026年中国电子玩具行业发展战略规划及供需态势分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国电子玩具行业发展战略规划及供需态势分析报告》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：https://www.chyxx.com/research/202004/857878.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

近年来，随着国内玩具行业的发展，玩具与动漫结合已逐步成为行业发展趋势。目前我国动漫企业绝大部分处于IP培育期，动漫作品爆款较少，还未产生在国际上有影响力的知名动漫品牌，导致动漫形象的授权价值并未充分体现，目前我国衍生品授权和开发业务等正处于整合发展阶段。我国有着深厚的文化底蕴，有着较好的动漫产业基础，我国动漫产业有着广阔的发展前景，将衍生出庞大的动漫玩具市场。 1 行业集中度逐渐提升 根据国外玩具行业发展规律，玩具行业发展越成熟，行业集中度越高，越容易孕育出知名品牌。目前我国玩具行业集中度不高，企业数量众多但规模较小，单个企业的市场占有率较低。但以下因素将促使我国玩具行业集中度提升：第一，随着国内外玩具安全和环保标准的不断提高，对原材料和生产工艺的要求越来越高，不符合要求的玩具生产企业将面临整改甚至淘汰的处境；第二，劳动力成本的上升和检测费用的增加将淘汰部分利润空间较小的企业；第三，随着国内消费者品牌意识日益成熟，在品牌和渠道上具有优势的优秀企业将受益，市场份额不断提高。随着品牌玩具企业的不断发展和扩张，中国玩具行业将走上内涵式增长的道路。2010年中国规模以上的玩具企业有1905家，2017年底这一数字为1616家，减少了15.17%，规模以上企业数目的减少的同时市场规模增长，行业集中度有所提升。 2 国内市场是玩具企业的开拓重点 我国国民经济近几年保持了较高的发展速度，2019年GDP总量为990865亿元，同比增长6.1%。虽然经济增速有所放缓，但依然保持了较快增长。另一方面，城镇居民人均可支配收入呈上升趋势，2019年城镇居民人均可支配收入30733元，同比增长8.9%，扣除价格因素实际增长5.6%。全国居民人均教育、文化和娱乐支出从2013年的1397.70元增长至2019年的2513元。全国居民收入水平的不断提高，加上国家经济转型和消费升级政策的支持，家庭的玩具消费支出将随之增长，带来庞大的市场需求，内销成为我国玩具行业增长的重要动力。近年来，国内玩具企业主动加大国内营销渠道建设，把握内销市场机遇。 3 国内企业重视建设自主品牌 拥有自主品牌的玩具企业有更高的定价权，由品牌带来的附加值也更高。随着国内玩具企业对研发创新、自主品牌建设、销售渠道建设等方面的日益重视，少数拥有自主创新能力的国内品牌企业（如伟易达、奥飞娱乐、邦宝益智等）能紧跟市场变化研发设计各类创新产品，提高产品定价能力，并保持良好的客户关系和销售渠道的多样性，在竞争中日益凸显优势。 4 玩具智能化趋势加深 随着科技创新不断突破玩具界限，特别是随着智能时代到来，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，成为新产品的研发方向。智能玩具受消费者青睐，据统计，我国电子类玩具占比不断攀升，由2007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年电子类玩具增长率为9.11%，非电子类的为5.32%。 5 国内玩具企业进入IP培育、衍生品开发起步阶段 从国外成熟玩具行业的发展经验来看，玩具与动漫结合是玩具行业发展到一定阶段后的一种创新盈利模式。该模式通过玩具与动漫结合，以动漫故事内容和形象提高产品附加值，并通过动漫形象的传播极大地带

动玩具销售，动漫衍生品玩具已成为IP价值链中最重要的价值体现之一。该模式下制造的动漫玩具在美国、日本等发达国家已经拥有较大的市场规模，例如美国迪士尼系列以及小猪佩奇系列等，是这些国家最主要玩具产品类别之一。

智研咨询发布的《2020-2026年中国电子玩具行业发展战略规划及供需态势分析报告》共十三章。首先介绍了中国电子玩具行业市场发展环境、电子玩具整体运行态势等，接着分析了中国电子玩具行业市场运行的现状，然后介绍了电子玩具市场竞争格局。随后，报告对电子玩具做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子玩具行业发展趋势与投资预测。您若想对电子玩具产业有个系统的了解或者想投资中国电子玩具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 电子玩具行业特性研究
第一章 2015-2019年中国电子玩具行业市场发展环境解析
第一节 2015-2019年中国经济环境分析
一、国民经济运行情况gdp
二、消费价格指数cpi、ppi
三、全国居民收入状况分析
四、恩格尔系数
五、工业发展形势
六、固定资产投资状况分析
七、财政收支情况分析
八、中国汇率调整
九、货币供应量
十、中国外汇储备
十一、存贷款基准利率调整状况分析
十二、存款准备金率调整状况分析
十三、社会消费品零售总额
十四、对外贸易&；进出口
十五、城镇人员从业情况分析
第二节 2015-2019年中国电子玩具市场政策环境分析
一、轻工产业振兴规划政策解读
二、七大措施搞活流通扩大消费要点解析

三、电玩具实施中国强制性产品认证
四、国家扶持出口玩具出口退税率再度调整
五、《电玩具安全》国家标准解读
六、新的玩具产品检测认证收费标准
七、玩具召回催生中国质量检测新法规
第三节 2015-2019年中国电子玩具市场社会环境分析
一、中国人口规模及结构分析
二、居民消费观念
第二部分 电子玩具行业发展现状研究
第二章 2015-2019年世界电子玩具产业运行形势透析
第一节 2015-2019年世界玩具产业环境解析
一、全球经济现状及影响分析
二、全球人口规模情况分析
三、世界玩具产业政策、法规分析
第二节 2015-2019年世界玩具行业市场运行格局
一、世界电子玩具市场竞争优势分析
二、世界电子玩具市场三强鼎立
三、福布斯十大最酷电子玩具赏析
四、高科技玩具产品热销全球市场
五、著名玩具制造商孩之宝盈利下降
第三节 2015-2019年世界主要国家电子玩具市场运行分析
一、美国
1、美国电子玩具市场消费状况分析
2、玩具市场的七类主要销售渠道
二、德国提升玩具价值质量从设计起步
三、其它国家
第四节 2020-2026年世界玩具行业新趋势探析
第三章 2015-2019年中国玩具所属行业市场运行态势剖析
第一节 2015-2019年中国玩具行业动态分析

近几年，消费者偏好愈发明显，智能玩具更受青睐。

随着科技创新不断突破玩具界限，特别是随着智能时代到来，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。智能玩具受消费者青睐，据统计，我国电子类玩具占比不断攀升，由2007年的17.90%上升至2018年的25.30%，较2017年增长0.7pct。而自2018年以来智能玩具的风向就不断加深，消费动力强劲。据天猫平台数据显示，天猫上各品类玩具在双11当天的销售额增速来看，电动及遥控玩具的增速仅次于积木，

同比增长35%。而2019年玩具企业也明显投入了巨大的时间跟精力去设计开发一系列玩具。这也预示着 玩具设计开发在提供企业竞争力这一方面发挥着巨大力量。
我国电子类玩具的零售额占比25.3%，较去年提升0.7pct.

一、汕头143家玩具企业获质量许可证
二、义乌玩具商动画片里找商机
三、澄海“玩具人”把发展眼光投向创意产业
第二节 2015-2019年中国产业运行总况
一、中国在国际玩具市场的地位凸现
二、玩具业谋求发展须走品牌道路
第三节 2015-2019年中国玩具产业现状综述
一、中国玩具产业的五大变革
二、玩具牌打响“汕头创造”
三、玩具行业需加快产品创新
四、汕头玩具业“危”中大跨越
第四节 2015-2019年中国玩具产业面临的挑战
第四章 2015-2019年中国电子玩具制造所属行业数据监测分析
第一节 2015-2019年中国电子玩具制造所属行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、从业人数增长分析
三、资产规模增长分析
第二节 2019年中国电子玩具制造所属行业结构分析
一、企业数量结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
二、销售收入结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
第三节 2015-2019年中国电子玩具制造所属行业产值分析
一、产成品增长分析
二、工业销售产值分析
三、出口交货值分析
第四节 2015-2019年中国电子玩具制造所属行业成本费用分析
一、销售成本统计
二、费用统计

第五节 2015-2019年中国电子玩具制造所属行业盈利能力分析
一、主要盈利指标分析
二、主要盈利能力指标分析
第五章 2015-2019年中国电子玩具业内热点产品运营态势分析
第一节 2015-2019年中国电子玩具市场运行特点分析
第二节 2015-2019年中国电子玩具市场运行动态分析
一、玩具系列新品提前亮相
二、在线玩具商乐淘称圣诞玩具销售创历史记录
第三节 2015-2019年中国电子玩具产业现状综述
一、国内电子玩具热潮方兴未艾
二、电动毛绒玩具的发展情况分析
三、中国电玩业受rohs指令影响
四、新技术打造中国电子教育玩具更高增长点
第四节 2015-2019年中国电子玩具市场供需分析
一、中国玩具产量占全球七成
二、玩具内销遭遇难题
第五节 2015-2019年中国电子玩具市场价格分析
一、电子玩具市场价格走势分析
二、影响电子玩具市场价格的因素分析
第六章 2015-2019年中国电子玩具所属行业进出口贸易数据分析
第一节 2015-2019年中国电子玩具所属行业进出口贸易分析
一、玩具安全指令影响中国玩具出口
二、国内主要城市玩具出口大阻塞
三、出口成本大增成为阻碍玩具出口原因
四、欧盟壁垒将挤压玩具等企业出口
五、规避中国玩具出口风险的主要措施
第二节 2015-2019年中国玩具电动火车所属行业进出口总体数据（95031000）
一、玩具电动火车进出口数量分析
二、玩具电动火车进出口金额分析
三、玩具电动火车进出口国家及地区分析
第三节
2015-2019年中国其他带动力装置的玩具及模型所属行业进出口总体数据（95038000）
一、其他带动力装置的玩具及模型进出口数量分析
二、其他带动力装置的玩具及模型进出口金额分析
三、其他带动力装置的玩具及模型进出口国家及地区分析

一、玩具用电动机等微电动机零件进出口数量分析
二、玩具用电动机等微电动机零件进出口金额分析
三、玩具用电动机等微电动机零件进出口国家及地区分析
第七章 2015-2019年中国电子玩具市场营销解析
第一节 2015-2019年中国电子玩具市场营销现状调研
一、汕头玩具企业品牌营销辟蹊径
二、网络电子玩具市场走俏
第二节 2015-2019年中国电子玩具市场营销渠道
第三节 中国电子玩具市场营销经验借鉴
一、美国椰菜娃娃成功营销模式分析
二、“美国女孩”营销案例分析
三、日本任天堂经典的营销策略
第四节 中国电子玩具市场五大营销策略分析
第八章 2015-2019年中国电子玩具市场消费调查
第一节 受访者基本情况分析
一、性别占比
二、年龄分布
三、区域分布
第二节 受访者对玩具类型的关注度调查分析
第三节 受访者购买玩具的频率
第四节 受访者购买玩具参考信息渠道分析
第五节 受访者购买电子玩具的价位分析
第六节 影响消费者购买电子玩具的因素分析
第九章 2015-2019年中国电子玩具市场竞争格局透析
第一节 2015-2019年中国电子玩具行业竞争总况
一、竞争日益激烈玩具产业质量争先
二、出口转内销玩具市场激烈
三、应对毛绒玩具新规商家转向电子玩具
四、世界玩具零售巨头看好中国市场
五、泰国玩具与中国争国际市场
第二节 2015-2019年中国电子玩具行业市场集中度分析
一、行业集中度分析
二、企业集中度分析
第三节 中国电子玩具行业五力竞争分析
一、“波特五力模型”介绍

二、电子玩具“波特五力模型”分析
（1）行业内竞争
（2）潜在进入者威胁
（3）替代品威胁
（4）供应商议价能力分析
（5）买方侃价能力分析
第四节 2015-2019年中国电子玩具行业竞争的因素分析
第三部分 电子玩具行业企业竞争力分析
第十章世界品牌电子玩具企业营运状况浅析
第一节 孩之宝
一、企业概况
二、品牌竞争力分析
三、产品市场销售情况分析
四、国际发展战略研究
第二节 美泰
第三节 乐高
第四节 万代
第五节 多美
第十一章中国电子玩具优势企业竞争力及关键性数据分析
第一节 威明实业（深圳）有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
5）企业发展能力分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第二节 中山崇高玩具制品厂有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第三节 东莞冠越玩具有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析

第四节 东莞伟易达电子厂
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第五节 炜明电子（深圳）有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第六节 广东省奥迪玩具实业有限公司 （奥迪）
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第七节 汕头市澄海区骅威玩具工艺（集团）有限公司 （骅威）
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第八节 东莞银辉玩具有限公司 （银辉）
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第九节 金电实业（深圳）有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析
第十节 宏科电子（惠州）有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品结构分析
三、企业经营情况分析
四、企业经营优劣势及最新发展动向分析

第四部分 电子玩具未来市场前景展望、投资策略、商业模式研究
第十二章 2020-2026年中国电子玩具投资战略研究
第一节 2020-2026年中国电子玩具投资机会分析
一、玩具产业投资热点分析
二、六大热门玩具店创业项目投资潜力分析
第二节 2020-2026年中国电子玩具投资风险预警
一、宏观调控政策风险
二、市场竞争风险
三、市场运营机制风险
第三节投资建议
第十三章 2020-2026年中国电子玩具发展趋势与前景展望（ZY GXH）
第一节 2020-2026年中国电子玩具发展前景预测
一、中国玩具制造业前景透析
二、电子玩具市场前景预测
三、玩具维修有“金”难掘
第二节 2020-2026年中国电子玩具发展趋势预测
一、玩具产业三大流行趋势预测分析
二、电子玩具行业流行趋势预测分析
第三节 2020-2026年中国电子玩具市场预测分析
一、电子玩具市场供给情况预测分析（ZY GXH）
二、电子玩具市场需求消费情况预测分析
三、电子玩具进出口贸易预测分析
第四节 2020-2026年中国电子玩具市场盈利预测分析
图表目录
图表 2015-2019年中国gdp总量及增长趋势图
图表 2019年中国月度cpi、ppi指数走势图
图表 2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表 2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表 2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表 2015-2019年年我国工业增加值增速统计
图表 2015-2019年我国全社会固定投资额走势图
图表 2015-2019年我国财政收入支出走势图 单位：亿元
图表 近期人民币汇率中间价（对美元）
图表 2015-2019年中国货币供应量月度数据统计
图表 2015-2019年中国外汇储备走势图

图表 2015-2019年央行存款利率调整统计表
图表 我国近几年存款准备金率调整情况统计表
图表 2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表 2015-2019年我国货物进出口总额走势图
图表 2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表 2015-2019年我国人口及其自然增长率变化状况分析
图表 各年龄段人口比重变化状况分析
图表 2015-2019年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
图表 2015-2019年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
图表 2015-2019年中国城镇化率走势图
图表 2015-2019年我国研究与试验发展（r&；d）经费支出走势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业企业数量增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业亏损企业数量增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业从业人数增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业资产规模增长趋势图
图表 2019年我国电子玩具制造行业不同类型企业数量分布图
图表 2019年我国电子玩具制造行业不同所有制企业数量分布图
图表 2019年我国电子玩具制造行业不同类型企业销售收入分布图
图表 2019年我国电子玩具制造行业不同所有制企业销售收入分布图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业产成品增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业工业销售产值增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业出口交货值增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业销售成本增长趋势图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业费用使用统计图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业主要盈利指标统计图
图表 2015-2019年我国电子玩具制造行业主要盈利指标增长趋势图
更多图表请见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202004/857878.html