

2020-2026年中国传统玩具 市场深度评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国传统玩具市场深度评估与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202003/155889.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 玩具产业相关概述

1.1 玩具基础简述

1.1.1 玩具类别划标准

1.1.2 益智玩具

1.1.3 成人玩具

1.1.4 儿童玩具

1.1.5 中国民间玩具

1.2 中国玩具的历史演变

1.2.1 中国玩具的发展历程

1.2.2 中国传统玩具的产生和形成

第二章 国际玩具制造业运行态势分析

2.1 世界玩具制造行业总体概况

2.1.1 全球玩具运行环境分析

2.1.2 全球玩具安全探讨

2.1.3 国际玩具市场生产与贸易

2.1.4 高科技玩具产品热销全球市场

2.1.5 品牌玩具市场动态分析

2.2 美国

2.2.1 美国玩具市场亮点分析

2.2.2 全美前50大玩具零售商盘点

2.2.3 美国玩具市场仍有扩大趋势

2.2.4 圣诞美国玩具市场中国当主角

2.3 德国

2.3.1 德国玩具制造业概述

2.3.2 德国玩具市场的供需状况

2.3.3 德国玩具市场的营销渠道

2.3.4 德国玩具市场消费特点及流行趋势

2.3.5 德国玩具市场未来发展趋势分析

2.4 英国

2.4.1 英国玩具行业总体概况

2.4.2 英国玩具开发和销售模式分析

2.4.3 英国玩具市场的流行趋势

2.4.4 未来英国玩具市场的前景展望

2.5 法国

2.5.1 法国玩具制造业进出口贸易概况

2.5.2 法国进口玩具品种的构成

2.5.3 法国进口玩具货源分布

2.6 瑞士

2.6.1 瑞士玩具市场的主要特点

2.6.2 瑞士玩具市场销售渠道分析

2.6.3 瑞士玩具的进口状况

2.7 其他国家

2.7.1 葡萄牙玩具市场总体分析

2.7.2 简析马耳他玩具市场发展状况

2.7.3 浅析日本玩具市场的两股趋势

2.7.4 澳大利亚玩具市场的经销渠道

第三章 中国传统玩具制造业整体运行态势分析

3.1 中国传统玩具制造业运行总况

3.1.1 中国在国际传统玩具市场的地位凸现

3.1.2 国内传统玩具制造业亮点分析

3.1.3 传统玩具生产企业的分布状况

3.2 中国传统玩具召回及影响分析

3.2.1 中国面临传统玩具召回

3.2.2 美国第三次召回中国制造传统玩具

3.2.3 传统玩具召回催生中国质量检测新法规

3.2.4 传统玩具召回后需警惕欧美抬高门槛

3.3 中国传统玩具制造业自主品牌建设情况

3.3.1 传统玩具制造业谋求发展须走品牌道路

3.3.2 国内传统玩具品牌在OEM中迷失

- 3.3.3 中国传统玩具品牌短板分析
- 3.3.4 国内传统玩具品牌成长“三道槛”
- 3.4 中国传统玩具制造业的问题及发展对策
 - 3.4.1 制约中国传统玩具制造业发展的主要因素
 - 3.4.2 中国传统玩具产业生存甚忧
 - 3.4.3 国内传统玩具行业发展策略分析
 - 3.4.4 发展中国传统玩具产业的相关建议

第四章2015-2019年中国传统玩具制造行业主要数据监测分析

- 4.1 2014-2019年中国传统玩具制造行业发展分析
 - 4.1.1 2015年中国传统玩具制造行业发展概况
 - 4.1.2 2016年中国传统玩具制造行业发展概况
 - 4.1.3 2019年中国传统玩具制造行业发展概况
- 4.2 2015-2019年中国传统玩具制造行业规模分析
 - 4.2.1 企业数量增长分析
 - 4.2.2 资产规模增长分析
 - 4.2.3 销售规模增长分析
 - 4.2.4 利润规模增长分析
- 4.3 2015-2019年中国传统玩具制造行业结构分析
 - 4.3.1 企业数量结构分析
 - 4.3.2 资产规模结构分析
 - 4.3.3 销售规模结构分析
 - 4.3.4 利润规模结构分析
- 4.4 2015-2019年中国传统玩具制造行业成本费用分析
 - 4.4.1 销售成本分析
 - 4.4.2 主要费用分析
- 4.5 2015-2019年中国传统玩具制造行业运营效益分析
 - 4.5.1 偿债能力分析
 - 4.5.2 盈利能力分析
 - 4.5.3 运营能力分析

第五章 中国传统玩具市场运行格局透析

- 5.1 中国传统玩具市场运行总况
 - 5.1.1 中国传统玩具市场消费特点
 - 5.1.2 国内传统玩具市场年增长速度快
 - 5.1.3 中国传统玩具市场亟待深耕细作
 - 5.1.4 国内传统玩具零售市场的销售策略分析
 - 5.1.5 中国传统玩具市场期待建设大型零售连锁
- 5.2 儿童传统玩具市场分析
 - 5.2.1 国内儿童传统玩具市场概况
 - 5.2.2 中国儿童传统玩具市场的需求规模
 - 5.2.3 国内儿童传统玩具市场销售特点
 - 5.2.4 国内儿童传统玩具消费市场潜力大
 - 5.2.5 国内儿童传统玩具市场安全隐患多
- 5.3 成人传统玩具市场分析
 - 5.3.1 成人传统玩具市场概况
 - 5.3.2 成人传统玩具主导传统玩具市场新势力
 - 5.3.3 成人传统玩具市场消费的基本特点
 - 5.3.4 浅析成人传统玩具市场出现的问题
 - 5.3.5 成人传统玩具市场商机探讨
- 5.4 老年传统玩具市场
 - 5.4.1 国内老年人传统玩具市场发展现状
 - 5.4.2 解析开发老年传统玩具市场的动因
 - 5.4.3 老年传统玩具市场的需求空间庞大
 - 5.4.4 老年传统玩具市场的开发措施分析

第六章 中国玩具细分子行业运行分析

- 6.1 毛绒（布绒）玩具
 - 6.1.1 布绒玩具的介绍
 - 6.1.2 国内毛绒玩具行业悄然兴起
 - 6.1.3 中国毛绒玩具面料问题严重
- 6.2 木制玩具
 - 6.2.1 木制玩具的相关介绍
 - 6.2.2 国内木制玩具市场日益走红

- 6.2.3 解析木制玩具走俏市场的原因
- 6.2.4 国内木制玩具市场需求形势
- 6.3 塑料玩具
 - 6.3.1 中国终结塑料玩具低价竞争时代
 - 6.3.2 油价高涨对中国塑料玩具产业的影响
 - 6.3.3 中国塑料玩具产业面临挑战
- 6.4 电子玩具
 - 6.4.1 国内电子玩具热潮方兴未艾
 - 6.4.2 电动毛绒玩具的发展状况
 - 6.4.3 中国电玩业受ROHS指令影响
- 6.5 益智玩具
 - 6.5.1 益智玩具成为传统玩具市场的主流
 - 6.5.2 解析益智玩具走俏的原因
 - 6.5.3 国内益智玩具市场需要大力开发
 - 6.5.4 益智玩具市场潜力巨大

第七章 中国传统玩具制造业重点区域市场分析

- 7.1 广东省
 - 7.1.1 广东传统玩具制造业的国内外竞争优势分析
 - 7.1.2 广东传统玩具出口增长迅速
 - 7.1.3 召回风波难挡广东传统玩具出口增长步伐
 - 7.1.4 广东传统玩具行业呼唤自创品牌
 - 7.1.5 广东传统玩具制造业面临多重困难和挑战
- 7.2 江苏
 - 7.2.1 江苏省布绒传统玩具行业全国称雄
 - 7.2.2 浅析江苏传统玩具制造业发展的“十字路口”
 - 7.2.3 江苏传统玩具制造业出口遭遇绿色壁垒
 - 7.2.4 江苏扬州传统玩具产业发展状况
- 7.3 青岛
 - 7.3.1 青岛传统玩具产业发展概况
 - 7.3.2 青岛传统玩具产业大力整治出口市场
 - 7.3.3 解析困扰青岛传统玩具制造业的四大难题

7.3.4 青岛传统玩具企业面临3C洗牌

7.4 义乌

7.4.1 义乌传统玩具行业总体概况

7.4.2 义乌传统玩具制造业具强劲的发展优势

7.4.3 义乌传统玩具工业发展任重而道远

7.4.4 国际油价上涨考验义乌传统玩具行业

7.5 云和

7.5.1 云和木制传统玩具产业发展概况

7.5.2 浅析云和木制传统玩具产业的优势

7.5.3 云和木制传统玩具制造业发展的弊端

7.5.4 影响云和木制传统玩具快速发展的因素

7.5.5 云和传统玩具制造业存在的问题与解决对策

7.5.6 提高云和传统玩具行业竞争力的措施

第八章 中国传统玩具进出口贸易动态分析

8.1 中国传统玩具出口环境与特点

8.1.1 金融危机对中国传统玩具出口的影响

8.1.2 传统玩具安全指令影响中国传统玩具出口

8.1.3 中国传统玩具出口面临安全壁垒

8.2 中国传统玩具重点出口贸易市场分析

8.2.1 中国传统玩具对德国出口状况

8.2.2 中国传统玩具对法国出口状况

8.2.3 中国传统玩具对瑞士出口分析

8.2.4 中国传统玩具对波兰出口分析

8.2.5 中国传统玩具对马耳他出口概况

8.3 中国传统玩具出口存在的问题与对策分析

8.3.1 中国传统传统玩具出口增幅微弱

8.3.2 国内主要城市传统玩具出口大阻塞

8.3.3 出口成本大增成为阻碍传统玩具出口原因

8.3.4 规避中国传统玩具出口风险的主要措施

第九章 2014-2019年中国传统玩具进出口贸易数据监测

9.1 2014-2019年供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进出口分析

9.1.1 2014-2019年供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进口分析

9.1.1.1 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进口数量情况

9.1.1.2 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进口金额分析

9.1.1.3 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进口来源分析

9.1.1.4 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车进口价格分析

9.1.2 2014-2019年供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车出口分析

9.1.2.1 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车出口数量情况

9.1.2.2 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车出口金额分析

9.1.2.3 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车出口流向分析

9.1.2.4 供儿童乘骑的带轮传统玩具及玩偶车出口价格分析

9.2 2014-2019年玩偶进出口分析

9.2.1 2014-2019年玩偶进口分析

9.2.1.1 玩偶进口数量情况

9.2.1.2 玩偶进口金额分析

9.2.1.3 玩偶进口来源分析

9.2.1.4 玩偶进口价格分析

9.2.2 2014-2019年玩偶出口分析

9.2.2.1 玩偶出口数量情况

9.2.2.2 玩偶出口金额分析

9.2.2.3 玩偶出口流向分析

9.2.2.4 玩偶出口价格分析

9.4 2014-2019年填充的玩具动物进出口分析

9.4.1 2014-2019年填充的玩具动物进口分析

9.4.1.1 填充的玩具动物进口数量情况

9.4.1.2 填充的玩具动物进口金额分析

9.4.1.3 填充的玩具动物进口来源分析

9.4.1.4 填充的玩具动物进口价格分析

9.4.2 2014-2019年填充的玩具动物出口分析

9.4.2.1 填充的玩具动物出口数量情况

9.4.2.2 填充的玩具动物出口金额分析

9.4.2.3 填充的玩具动物出口流向分析

- 9.4.2.4 填充的玩具动物出口价格分析
- 9.5 2014-2019年传统玩具乐器进出口分析
 - 9.5.1 2014-2019年传统玩具乐器进口分析
 - 9.5.1.1 传统玩具乐器进口数量情况
 - 9.5.1.2 传统玩具乐器进口金额分析
 - 9.5.1.3 传统玩具乐器进口来源分析
 - 9.5.1.4 传统玩具乐器进口价格分析
 - 9.5.2 2014-2019年传统玩具乐器出口分析
 - 9.5.2.1 传统玩具乐器出口数量情况
 - 9.5.2.2 传统玩具乐器出口金额分析
 - 9.5.2.3 传统玩具乐器出口流向分析
 - 9.5.2.4 传统玩具乐器出口价格分析

第十章 中国传统玩具市场营销解析

- 10.1 中国传统玩具营销阐述
 - 10.1.1 传统玩具制造业营销渠道结构的特点
 - 10.1.2 中国传统玩具市场的销售渠道及结构
 - 10.1.3 中国传统玩具制造业的主要营销模式
- 10.2 中国传统玩具市场的营销现状分析
 - 10.2.1 当前各种传统玩具零售渠道的利弊
 - 10.2.2 传统玩具营销催生“商业共享”
 - 10.2.3 传统玩具营销渠道的六大发展趋势
 - 10.2.4 节日传统玩具营销研究
- 10.3 传统玩具市场成功营销案例分析
 - 10.3.1 美国椰菜娃娃成功营销模式分析
 - 10.3.2 “美国女孩”营销案例分析
 - 10.3.3 日本任天堂经典的营销策略
- 10.4 2020-2026年中国传统玩具市场营销策略分析

第十一章 国际玩具品牌企业运行透析

- 11.1 美国美泰传统玩具公司
 - 11.1.1 企业简介

- 11.1.2 芭比的历史
- 11.1.3 三大病症导致芭比娃娃失宠
- 11.2 丹麦国际乐高集团
 - 11.2.1 企业简介
 - 11.2.2 丹麦乐高传统玩具发展历程
 - 11.2.3 丹麦乐高六年未能摆脱亏损
- 11.3 日本任天堂游戏机公司
 - 11.3.1 企业简介
 - 11.3.2 任天堂的发展历史
 - 11.3.3 任天堂向美国市场大批供应Wii主机

第十二章 中国品牌传统玩具生产企业运行财务状况分析

- 12.1 佛山市南海中美传统玩具厂
 - 12.1.1 企业发展基本情况
 - 12.1.2 企业主要产品分析
 - 12.1.3 企业盈利能力分析
 - 12.1.4 企业销售网络分析
- 12.2 佛山市南海区华轩传统玩具厂
 - 12.2.1 企业发展基本情况
 - 12.2.2 企业主要产品分析
 - 12.2.3 企业盈利能力分析
 - 12.2.4 企业销售网络分析
- 12.3 浙江海利控股集团有限公司
 - 12.3.1 企业发展基本情况
 - 12.3.2 企业主要产品分析
 - 12.3.3 企业盈利能力分析
 - 12.3.4 企业销售网络分析
- 12.4 广东奥飞动漫文化股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展基本情况
 - 12.4.2 企业主要产品分析
 - 12.4.3 企业盈利能力分析
 - 12.4.4 企业销售网络分析

12.5 广东骅威传统玩具工艺股份有限公司（骅威HWTOWS）

12.5.1 企业发展基本情况

12.5.2 企业主要产品分析

12.5.3 企业盈利能力分析

12.5.4 企业销售网络分析

12.6 东莞银辉传统玩具有限公司（银辉）

12.6.1 中国高科技传统玩具最具代表性的产品生产企业

12.6.2 企业主要产品分析

12.6.3 企业盈利能力分析

12.6.4 企业销售网络分析

12.7 东莞市智高文具有限公司（智高）

12.7.1 企业发展基本情况

12.7.2 企业主要产品分析

12.7.3 企业盈利能力分析

12.7.4 企业销售网络分析

12.8 佛山美乐高传统玩具有限公司（乐高Lego）

12.8.1 企业发展基本情况

12.8.2 企业主要产品分析

12.8.3 企业盈利能力分析

12.8.4 企业销售网络分析

12.9 浙江百利威传统玩具有限公司（百利威）

12.9.1 企业发展基本情况

12.9.2 企业主要产品分析

12.9.3 企业盈利能力分析

12.9.4 企业销售网络分析

12.10 广东迪士嘉传统玩具有限公司

12.10.1 企业发展基本情况

12.10.2 企业主要产品分析

12.10.3 企业盈利能力分析

12.10.4 企业销售网络分析

第十三章 2020-2026年中国传统玩具制造业前景预测

13.1 2020-2026年中国传统玩具制造业前景预测分析

13.1.1 未来中国传统玩具产业趋势分析

13.1.2 抗菌材质的塑料传统玩具前景乐观

13.2 2020-2026年中国传统玩具市场预测分析

13.2.1 中国传统玩具市场供需预测分析

13.2.2 中国传统玩具进出口贸易预测分析

13.3 2020-2026年中国传统玩具市场盈利预测

第十四章 中国传统玩具制造业运行环境解析

14.1 中国宏观经济环境分析

14.1.1 中国GDP分析

14.1.2 消费价格指数分析

14.1.3 城乡居民收入分析

14.1.4 社会消费品零售总额

14.1.5 全社会固定资产投资分析

14.1.6 进出口总额及增长率分析

14.2 中国传统玩具制造业政策环境分析

14.2.1 世界传统玩具安全法令、标准

14.2.2 中华人民共和国传统玩具安全标准

14.2.3 《国家传统玩具安全技术规范》

14.2.4 进出口传统玩具检验管理规定

14.2.5 缺陷传统玩具及儿童用品召回管理规定

14.3 中国传统玩具制造业社会环境分析

14.3.1 中国人口规模及结构

14.3.2 消费观念

第十五章 2020-2026年中国传统玩具产业投资前景预测

15.1 2020-2026年中国传统玩具行业投资概况

15.1.1 传统玩具行业投资特性

15.1.2 传统玩具具有良好的投资价值

15.1.3 传统玩具投资环境利好

15.2 2020-2026年中国传统玩具投资机会分析

- 15.2.1 传统玩具制造业投资的动漫增值路线
- 15.2.2 传统玩具制造业投资的主题娱乐增值路线
- 15.2.3 传统玩具制造业投资的高科技增值路线
- 15.2.4 解析投资传统玩具生产的价值出路
- 15.3 2020-2026年中国传统玩具投资风险及防范
 - 15.3.1 技术风险分析
 - 15.3.2 安全风险分析
 - 15.3.3 政策风险分析
 - 15.3.4 竞争风险分析
- 15.4 投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/155889.html>