

2023-2029年中国玩具行业 深度研究与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国玩具行业深度研究与行业前景预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202308/21-549136.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国现代玩具行业的起步，始于20世纪80年代中后期。玩具行业属于劳动密集型产业，和纺织、制衣、制鞋产业一样，国内玩具经历了一段中国制造的辉煌时期。20世纪90年代以后，随着中国经济的高速发展，国内玩具产业发展取得了较大的进步。

随著城市居民收入提高、生活质量改善，居民对玩具的需求增加。家长虽然认为玩具不是必需品，但是95%的家长为了孩子有快乐童年，愿意持续购买玩具；同时，家长对玩具的要求会随著孩子年龄增长而有所变化。孩子年幼时（9岁前）家长更著重智力开发的玩具，对稍微年长的孩子(9岁-14岁)则会注重培养对科学及相关学科的兴趣，相信与家长对孩子快速学习的黄金时间(普遍认为是5岁-6岁)有关。

2021年，面对严峻复杂的国际疫情和世界经济形势，中国玩具(不含游戏)出口额高速增长，国内市场上玩具和重点婴童用品品类的销售额平稳增长。2021年，中国玩具(不含游戏)出口额为461.2亿美元，比上年增长37.8%。中国玩具(不含游戏)第一出口目的地为美国，出口额为134.8亿美元，比上年增长57.3%，占中国玩具(不含游戏)出口额的29.2%，占比比上年增长3.7个百分点。中国玩具(不含游戏)对RCEP相关国家出口额为86.8亿美元，比上年增长17.8%。2021年，国内市场玩具零售总额为854.6亿元，比上年增长9.6%，其中，天猫、京东和抖音三个平台玩具销售总额比上年增长9.3%。

国家标准《玩具适用年龄判定指南》(GB/T 28022-2021)于2021年4月13日实施，取代2011年《玩具适用年龄判定指南》(GB/T 28022-2011)标准，用以指导制造商判断儿童玩具最低年龄的适用性。新标准修改采用ISO国际标准：ISO/TR 8124-8:2016。国家标准《玩具中塑化材料及可放入口中产品的判定指南》(GB/T 40182-2021)提供模拟儿童口腔尺寸的模板，对“可放入口中”产品作出定义，提高儿童玩具产品安全性。新标准于2021年5月21日起实施。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国玩具行业深度研究与行业前景预测报告》共十六章。首先介绍了玩具的定义、分类及行业基本结构等，接着分析了国外玩具制造业的发展，并对中国玩具行业发展进行了细致分析，然后对中国玩具市场状况、玩具出口做了阐述。接着分析了智能玩具和VR玩具市场的发展，并介绍了玩教玩具、早教玩具、动漫玩具、游戏玩具等细分市场的发展。随后，报告对玩具市场做了区域发展分析、竞争及营销分析、关联产业分析和国内外重点企业运营状况分析，最后分析了玩具制造业的投资状况和未来发展前景，并对玩具产业未来的发展规模做了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、中国玩具和婴童用品协会、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心、中国玩具协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或

贵单位若想对玩具产业有个系统深入的了解、或者想投资玩具行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 玩具相关概述

1.1 玩具的基本介绍

1.1.1 玩具的定义

1.1.2 玩具的分类

1.1.3 玩具的特性

1.2 玩具产业结构及价值链

1.2.1 玩具产业结构

1.2.2 玩具产业价值链

第二章 2021-2023年全球玩具市场运行状况分析

2.1 2021-2023年全球玩具市场发展分析

2.1.1 市场发展基础

2.1.2 市场总体情况

2.1.3 市场发展特点

2.1.4 消费市场分析

2.1.5 全球竞争格局

2.1.6 行业发展趋势

2.2 主要国家玩具产业发展状况

2.2.1 英国

2.2.2 日本

2.2.3 印度

2.2.4 泰国

2.3 主要国家及地区玩具产品标准

2.3.1 香港

2.3.2 美国

2.3.3 欧盟

2.3.4 加拿大

2.3.5 国际新标梳理

第三章 2021-2023年中国玩具市场发展环境分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 宏观经济概况

3.1.2 对外经济分析

3.1.3 工业运行情况

3.1.4 固定资产投资

3.1.5 宏观经济展望

3.2 社会生活环境

3.2.1 居民收入水平

3.2.2 居民消费水平

3.2.3 消费结构转变

3.2.4 家庭结构变化

3.2.5 父母观念转变

3.3 婴童用品市场环境

3.3.1 市场相关概述

3.3.2 产品出口总额

3.3.3 市场消费特征

3.3.4 消费结构分析

3.3.5 未来发展趋势

第四章 2021-2023年中国玩具行业发展状况分析

4.1 2021-2023年中国玩具行业发展综述

4.1.1 行业发展规模

4.1.2 行业发展特点

4.1.3 产品质量情况

4.1.4 行业安全标准

4.1.5 行业发展壁垒

4.2 中国玩具企业发展状况分析

4.2.1 企业发展状况

4.2.2 企业经营模式

4.2.3 企业市场竞争

4.2.4 企业发展思路

4.3 中国玩具行业存在问题解析

4.3.1 国际贸易环境严峻

4.3.2 成本上涨利润下降

4.3.3 玩具品牌价值较低

4.3.4 产业基地转移加剧

4.4 中国玩具行业发展路径分析

4.4.1 加强产业扶持力度

4.4.2 减少产品文化壁垒

4.4.3 注重玩具品牌建设

第五章 2020-2022中国玩具市场运行状况分析

5.1 2021-2023年中国玩具市场总体发展状况

5.1.1 市场销售情况

5.1.2 市场经济效益

5.1.3 市场需求分析

5.1.4 市场消费行为

5.1.5 销售渠道分析

5.2 儿童玩具市场

5.2.1 儿童玩具功能

5.2.2 市场规模分析

5.2.3 市场发展态势

5.2.4 产品安全技术

5.2.5 发展制约因素

5.3 成人玩具市场

5.3.1 成人玩具功能

5.3.2 市场分类方式

5.3.3 产品开发设计

5.3.4 发展制约因素

5.3.5 市场发展潜力

5.4 老年玩具市场

5.4.1 老年玩具概述

5.4.2 发展意义分析

- 5.4.3 产业发展现状
- 5.4.4 发展经验借鉴
- 5.4.5 发展对策分析
- 5.4.6 市场发展潜力

第六章 2021-2023年中国玩具市场出口状况分析

- 6.1 2021-2023年中国玩具市场出口分析
 - 6.1.1 出口规模分析
 - 6.1.2 出口产品流向
 - 6.1.3 出口产品结构
 - 6.1.4 出口价格分析
 - 6.1.5 区域出口状况
- 6.2 2021-2023年中国分类别玩具进出口总量数据分析
 - 6.2.1 中国动物玩具进出口总量数据分析
 - 6.2.2 中国玩偶进出口总量数据分析
 - 6.2.3 中国玩具乐器进出口总量数据分析
 - 6.2.4 中国智力玩具进出口总量数据分析
- 6.3 中国玩具出口存在问题
 - 6.3.1 自主品牌意识不强
 - 6.3.2 出口玩具附加值低
 - 6.3.3 技术性贸易壁垒高
 - 6.3.4 出口价格优势减弱
- 6.4 中国玩具出口策略分析
 - 6.4.1 加强自身发展建设
 - 6.4.2 延伸玩具产业链条
 - 6.4.3 发挥电子商务作用
 - 6.4.4 积极面对贸易壁垒
 - 6.4.5 促进多元市场发展
 - 6.4.6 加强政策扶持力度

第七章 2021-2023年中国智能玩具产业发展综合分析

- 7.1 2021-2023年全球智能玩具市场发展综合分析

- 7.1.1 科技元素应用
- 7.1.2 技术应用现状
- 7.1.3 智能互动玩具
- 7.1.4 电子玩具产品
- 7.2 2021-2023年中国智能玩具市场发展综述
 - 7.2.1 市场发展方兴未艾
 - 7.2.2 智能玩具优劣势
 - 7.2.3 智能玩具制约因素
 - 7.2.4 产业面临的挑战
 - 7.2.5 智能玩具发展潜力
- 7.3 智能玩具主要科技应用分析
 - 7.3.1 机器人
 - 7.3.2 AR增强现实
 - 7.3.3 VR虚拟现实
 - 7.3.4 物联网
 - 7.3.5 大数据
 - 7.3.6 人工智能
- 7.4 智能玩具对教育创新的支持
 - 7.4.1 教育创新应用体现
 - 7.4.2 智能玩具+创客教育
 - 7.4.3 智能玩具教育应用挑战
- 7.5 中国智能玩具产业未来发展趋势分析
 - 7.5.1 玩具产品智能化发展
 - 7.5.2 行业技术标准不断提高
 - 7.5.3 玩具企业集中度提高

第八章 2021-2023年中国AR玩具市场发展综合分析

- 8.1 AR技术在玩具中的应用分析
 - 8.1.1 AR技术概念
 - 8.1.2 AR技术特点
 - 8.1.3 AR玩具应用
- 8.2 2021-2023年中国AR玩具发展综合分析

- 8.2.1 行业发展综述
- 8.2.2 市场发展背景
- 8.2.3 发展因素分析
- 8.2.4 市场发展动态
- 8.2.5 产品开发进展
- 8.2.6 盈利模式分析
- 8.3 2021-2023年中国AR玩具产品发展现状分析
 - 8.3.1 AR图书
 - 8.3.2 AR地球仪
 - 8.3.3 AR玩具枪
- 8.4 中国AR玩具市场未来发展趋势
 - 8.4.1 创新性AR产品涌现
 - 8.4.2 AR玩具紧密结合IP
 - 8.4.3 大型公司逐渐涉足

第九章 2021-2023年中国玩具其他细分行业分析

- 9.1 玩教玩具
 - 9.1.1 玩教玩具兴起
 - 9.1.2 玩教主流市场
 - 9.1.3 市场发展策略
 - 9.1.4 未来发展方向
- 9.2 早教玩具
 - 9.2.1 早教玩具种类分析
 - 9.2.2 传统早教玩具产品
 - 9.2.3 交互式早教玩具
 - 9.2.4 早教玩具安全隐患
 - 9.2.5 早教玩具安全设计
- 9.3 动漫玩具
 - 9.3.1 市场发展全新背景
 - 9.3.2 动漫玩具发展现状
 - 9.3.3 动漫玩具模式创新
 - 9.3.4 动漫玩具发展趋势

9.4 游戏玩具

9.4.1 游戏玩具发展动力

9.4.2 游戏玩具模式创新

9.4.3 游戏玩具发展策略

9.5 玩具图书

9.5.1 市场相关概述

9.5.2 产品种类分析

9.5.3 市场发展现状

9.5.4 市场发展路径

9.6 传统玩具

9.6.1 塑料玩具

9.6.2 木制玩具

9.6.3 电子玩具

9.6.4 毛绒玩具

9.7 其他畅销玩具

9.7.1 二孩互动玩具

9.7.2 3D打印玩具

9.7.3 收藏类玩具

9.7.4 机器人玩具

第十章 2021-2023年广东省玩具行业发展分析

10.1 广东省玩具业发展总况

10.1.1 产业发展历程

10.1.2 产业发展特点

10.1.3 产业发展现状

10.1.4 总体出口规模

10.1.5 对外出口分布

10.1.6 产业面临问题

10.2 汕头市

10.2.1 产业发展历程

10.2.2 产业发展现状

10.2.3 质量体系建设

10.2.4 升级产品附加值

10.2.5 企业经济运行

10.2.6 玩具追溯平台

10.3 东莞市

10.3.1 产业发展优势

10.3.2 行业发展特点

10.3.3 产业发展规模

10.3.4 安全示范区建设

10.3.5 产业转型升级

10.4 其他地区

10.4.1 揭阳市

10.4.2 韶关市

第十一章 2021-2023年玩具行业其他区域发展分析

11.1 江苏省

11.1.1 产业发展综述

11.1.2 进出口分析

11.1.3 产业发展战略

11.1.4 产业发展措施

11.2 浙江省

11.2.1 产业发展概况

11.2.2 对外出口分布

11.2.3 金华市产业发展

11.2.4 温州市产业发展

11.3 山东省

11.3.1 玩具产业发展综述

11.3.2 临沂市玩具产业发展

11.3.3 出口贸易存在问题

11.3.4 出口贸易发展建议

11.4 其他

11.4.1 江西省玩具进出口现状

11.4.2 北京玩具市场消费简述

11.4.3 上海玩具市场运行概述

第十二章 2021-2023年中国玩具行业竞争及营销解析

12.1 玩具行业竞争分析

12.1.1 总体竞争情况

12.1.2 市场集中度

12.1.3 梯队竞争分析

12.1.4 区域竞争格局

12.1.5 业务市场份额

12.2 玩具行业营销渠道解析

12.2.1 玩具营销渠道概述

12.2.2 玩具营销渠道分类

12.2.3 玩具营销渠道现状

12.2.4 营销渠道发展特点

12.2.5 营销渠道发展趋势

12.3 玩具行业体验式营销策略分析

12.3.1 传统营销策略

12.3.2 体验式营销意义

12.3.3 体验式营销策略

12.3.4 体验式营销案例

第十三章 2021-2023年中国玩具行业关联产业分析

13.1 增材制造业（3D）

13.1.1 全球发展现状

13.1.2 行业相关概述

13.1.3 市场发展规模

13.1.4 产业发展格局

13.1.5 发展趋势特点

13.1.6 市场存在问题

13.1.7 产业发展展望

13.2 塑料制品业

13.2.1 行业生产情况

13.2.2 行业销售情况

13.2.3 行业经营效益

13.3 电子行业

13.3.1 行业总体情况

13.3.2 细分市场规模

13.3.3 行业经营效益

13.3.4 固定资产投资

13.4 动漫产业

13.4.1 产业发展成果

13.4.2 市场发展现状

13.4.3 优质版权打造

13.4.4 发展瓶颈分析

13.4.5 市场发展道路

13.5 游戏行业

13.5.1 整体市场规模

13.5.2 细分市场现状

13.5.3 海外出口状况

13.5.4 用户规模分析

13.5.5 行业发展态势

第十四章 2021-2023年国外玩具市场典型企业运行分析

14.1 美泰公司（MATTEL, INC.）

14.1.1 企业基本介绍

14.1.2 2018年企业经营状况

14.1.3 2019年企业经营状况

14.1.4 2020年企业经营状况

14.2 孩之宝（HASBRO）

14.2.1 企业基本介绍

14.2.2 2018年企业经营状况

14.2.3 2019年企业经营状况

14.2.4 2020年企业经营状况

14.3 乐高（LEGO）

- 14.3.1 企业基本介绍
- 14.3.2 2018年企业经营状况
- 14.3.3 2019年企业经营状况
- 14.4 德林国际有限公司
- 14.4.1 企业基本介绍
- 14.4.2 2018年企业经营状况
- 14.4.3 2019年企业经营状况
- 14.4.4 2020年企业经营状况

第十五章 2020-2023年中国玩具市场重点企业分析

15.1 广东邦宝益智玩具股份有限公司

- 15.1.1 企业发展概况
- 15.1.2 经营效益分析
- 15.1.3 业务经营分析
- 15.1.4 财务状况分析
- 15.1.5 核心竞争力分析
- 15.1.6 公司发展战略
- 15.1.7 未来前景展望

15.2 星辉互动娱乐股份有限公司

- 15.2.1 企业发展概况
- 15.2.2 经营效益分析
- 15.2.3 业务经营分析
- 15.2.4 财务状况分析
- 15.2.5 核心竞争力分析
- 15.2.6 未来前景展望

15.3 奥飞娱乐股份有限公司

- 15.3.1 企业发展概况
- 15.3.2 经营效益分析
- 15.3.3 业务经营分析
- 15.3.4 财务状况分析
- 15.3.5 核心竞争力分析
- 15.3.6 公司发展战略

15.3.7 未来前景展望

15.4 广东高乐玩具股份有限公司

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 经营效益分析

15.4.3 业务经营分析

15.4.4 财务状况分析

15.4.5 核心竞争力分析

15.4.6 公司发展战略

15.4.7 未来前景展望

15.5 骅威文化股份有限公司

15.5.1 企业发展概况

15.5.2 经营效益分析

15.5.3 业务经营分析

15.5.4 财务状况分析

15.5.5 核心竞争力分析

15.5.6 公司发展战略

第十六章 2023-2029年中国玩具行业投资分析及前景趋势预测

16.1 中国玩具行业投融资分析

16.1.1 IPO融资诉求

16.1.2 融资金额分析

16.1.3 研发投资分析

16.2 中国玩具行业未来发展趋势

16.2.1 行业集中度提升

16.2.2 产业融合程度加深

16.2.3 注重发展自主品牌

16.3 对2023-2029年中国玩具市场预测分析

16.3.1 影响因素分析

16.3.2 市场规模预测

图表目录

图表 玩具产业价值链

图表 全球12个玩具市场同比增长额

图表 11类常规玩具销售表现

图表 2010-2020年全球玩具行业销售额及增速

图表 2002-2020年全球玩具销售市场占比

图表 2012-2020年日本玩具市场规模

图表 印度市场各类玩具占比

图表 印度玩具公司市场份额

图表 欧盟玩具安全标准技术性变化

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数

图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2022年居民消费价格主要数据

图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2002-2020年美、中、日三国人均玩具拥有量

图表 2002-2021年中国家庭可支配收入

图表 2009-2021年中国市场玩具公司市份额

图表 婴童消费品分类

图表 中国婴童用品消费结构

图表 2020年玩具市场规模

图表 2020年玩具质量摸底调查情况

图表 2020年购买儿童玩具年度总支出

图表 2020年购买玩具的品类选择

图表 中国玩具行业销售渠道

图表 我国玩具市场规模统计与预测

图表 2020年全国玩具行业累计出口额贸易国占比

图表 2020年全国玩具行业累计出口额主要贸易国同比增长

图表 2011-2020年第一款具有NFC（近距无线通讯技术）功能玩具销售额

图表 2005-2020年全球各类电子玩具销售额复合增长率及电子类年复合增长率

图表 2005-2020年全球玩具及电子类玩具复合增长率

图表 2005-2020年全球各地区玩具及电子类玩具年复合增长率对比

图表 2005-2020年全球各地区电子类玩具复合增长率对比

图表 AR技术流程图

图表 AR玩具产品属性

图表 2020年广东玩具行业对一带一路累计出口额贸易国占比情况

图表 2020年广东玩具行业对一带一路累计出口额贸易国同比情况

图表 2020年浙江玩具行业对一带一路累计出口额贸易国占比情况

图表 2020年浙江玩具行业对一带一路累计出口额贸易国同比情况

图表 中国玩具市场集中度

图表 中国玩具企业梯队情况

图表 广东五大玩具公司各心分领域分布

图表 中国市场份额前五玩具企业

图表 中国各销售渠道占比

图表 全球各销售渠道占比

图表 全球增材制造产业增长态势

图表 全球增材制造产业地理分布格局

图表 全球增材制造设备保有量分布格局

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202308/21-549136.html>