

2020-2026年中国工程机械 玩具行业分析与市场前景预测报告

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年中国工程机械玩具行业分析与市场前景预测报告》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/202002/152179.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

近几年中国玩具内销不仅不受金融危机的影响，需求甚至大幅增加，增长率达到10%至15%。构成了庞大的玩具消费群体。城市儿童每年人均玩具消费额为35元，城市成年人12元。大中城市的消费者普遍可接受的玩具价格在100元以下，一些售价在1000元以上的高档玩具同样有市场。

在中国玩具市场，毛绒玩具和儿童车最为畅销，模型玩具、遥控玩具和塑胶玩具的销量持续看好。有34%的城市消费者选购电子玩具，31%选择智能型玩具，23%选择高档毛绒、布制玩具。农村消费者以传统的玩具类型为主，48%的农村消费者愿意购买电动玩具，28%愿意购买拼装玩具，24%愿意购买中、低档毛绒、布制玩具。

自从山东蓝翔技校被炒热以来，中国工程机械玩具销量暴涨，特别是挖掘机系列产品更是一时脱销，新开发出的可乘坐式工程机械，适应儿童的年龄段范围更大，消费群体更广，可以看出未来的玩具市场潜力巨大。

我国是世界上最大的玩具制造国和出口国，全球70%的玩具是在我国境内制造的。我国现有玩具企业5万余家，从业人员超过300万，年产值1600多亿元，产量占世界总产量的70%以上，其中，广州的产值达530亿元左右。广东、江苏、浙江、上海、山东和福建这五省一市历来是中国玩具最重要的生产和出口基地，占中国玩具年销售额的95%以上，其中广东占中国玩具年销售额50%以上，其主要生产基地在深圳、东莞以及澄海地区。预计到2020年出口年产值能够突破2000亿元。

我国目前已经是全球玩具第一大生产国、以其价廉物美受到国外消费者青睐。欧美等国家玩具市场的贸易额来自中国。由于玩具属于劳动密集型产品、它充分体现了我国劳动力的竞争优势、但近年来、在出口玩具持续增长的同时、我国玩具出口企业也越来越多地受到国外贸易壁垒限制。（一）综合成本上升及人民币波动加快，玩具出口竞争力减弱。（二）各国竞相提高标准，玩具出口门槛日渐提高。（三）小零部件易脱落存安全隐患，产品设计安全意识不强。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国工程机械玩具行业分析与市场前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行

业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 2019年中国工程机械玩具运行概况

第一节 2019年工程机械玩具重点产品运行分析

第二节 我国工程机械玩具产业特征与行业重要性

一、在第二产业中的地位

二、在GDP中的地位

第二章 宏观经济对工程机械玩具行业影响分析

第一节 2019年新经济形势对中国经济的影响

一、新经济形势对中国实体经济的影响

二、通胀现象之后将迎来通货紧缩

三、中国宏观经济政策变动及趋势

第二节 2019年工程机械玩具行业融资环境分析

一、企业融资环境总体概述

二、融资渠道分析

三、企业融资建议

第三节 国内工程机械玩具行业相关政策及影响分析

一、工程机械玩具行业的具体政策

1、玩具的安全标准法规

2、儿童食品法规

二、政策特点与影响分析

第四节 2019年新经济形势对工程机械玩具行业经营环境影响分析

一、原材料价格影响

二、能源供应影响

三、企业用工环境

第三章 工程机械玩具行业2019年政策环境变化分析

第一节 国内宏观经济形势分析

一、中国GDP分析

- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析
- 第二节 国内宏观调控政策分析

第四章 2019年国际工程机械玩具行业发展分析

第一节 世界工程机械玩具生产与消费格局分析

- 一、中东状况
- 二、欧美玩具市场
- 三、美国玩具市场特点

第二节 2019年世界工程机械玩具市场存在的问题

- 一、世界玩具市场
- 二、国家和地区市场潜力
- 三、玩具种类
- 四、劳动工资成本
- 五、原料价格

第五章 我国工程机械玩具行业供需状况分析

第一节 工程机械玩具行业市场需求分析

第二节 工程机械玩具行业供给能力分析

第三节 工程机械玩具行业进出口贸易分析

- 一、产品的国内外市场需求态势
- 二、国内外产品的比较优势

第六章 工程机械玩具行业竞争绩效分析

第一节 工程机械玩具行业总体效益水平分析

第二节 工程机械玩具行业产业集中度分析

第三节 工程机械玩具行业不同所有制企业绩效分析

第四节 工程机械玩具行业不同规模企业绩效分析

第五节 工程机械玩具市场分销体系分析

一、销售渠道模式分析

二、产品最佳销售渠道选择

第七章 工程机械玩具行业区域分析

第一节 华东地区工程机械玩具行业市场现状分析

第二节 华北地区工程机械玩具行业市场现状分析

第三节 东北地区工程机械玩具行业市场现状分析

第四节 华南地区工程机械玩具行业市场现状分析

第五节 华中地区工程机械玩具行业市场现状分析

第六节 西北地区工程机械玩具行业市场现状分析

第七节 西南地区工程机械玩具行业市场现状分析

第八章 我国工程机械玩具行业投融资分析

第一节 我国工程机械玩具行业企业所有制状况

第二节 我国工程机械玩具行业外资进入状况

第三节 我国工程机械玩具行业合作与并购

第四节 我国工程机械玩具行业投资体制分析

第五节 我国工程机械玩具行业资本市场融资分析

第九章 工程机械玩具产业经营策略分析

第一节 总体经营策略

第二节 市场竞争策略

一、细分市场及产品定位

1、市场细分

2、产品定位

二、价格与促销手段

三、销售渠道

第三节 行业品牌分析

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第四节 玩具销售的可持续发展策略

一、我国玩具销售行业的发展现状概述

二、我国玩具销售行业面临的问题

三、国家相关措施

第十章 我国工程机械玩具行业重点企业分析

第一节 山东济宁小松游乐设备有限公司

一、公司基本情况

二、主营产品

三、企业发展战略

第二节 东莞市虎门金东辉五金塑胶制品厂

一、公司基本情况

二、公司主营产品

三、公司发展战略

第三节 广州迪艾歪玩具礼品有限公司

一、公司基本情况

二、公司产品状况

三、企业发展战略

第四节 平阳县万科工艺品有限公司

一、公司基本情况

二、公司主营产品

三、企业盈发展战略

第五节 义乌市千杰电子商务有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营产品

三、企业发展战略

第十一章 我国工程机械玩具产业供需预测

第一节 我国工程机械玩具需求预测

一、需求预测研究思路与方法

1、预测内容

2、预测步骤

3、预测程序

二、2020-2026年工程机械玩具需求总量时间序列法预测方案

1、简介

2、方法

三、2020-2026年工程机械玩具需求总量曲线趋势预测法预测方案

四、2020-2026年工程机械玩具需求总量预测结果

第二节 我国工程机械玩具供给预测

一、我国工程机械玩具生产总量预测研究思路与方法

二、2020-2026年工程机械玩具生产总量预测结果

第十二章 工程机械玩具相关产业链分析

第一节 低成本战略与成本控制

一、微笑曲线的底端成本控制

二、产业集群与产业一体化

第二节 差异化战略实现产业链升级

一、玩具行业金字塔

二、加大产业链上游投入

三、加强产业链下游建设

第三节 产业链延伸，跨行业渗透

一、营销环节的跨行渗透

二、与动漫产业的合作

第十三章 工程机械玩具行业成长能力及稳定性分析

第一节 工程机械玩具行业生命周期分析

第二节 工程机械玩具行业增长性与波动性分析

一、增长性

二、波动性

第三节 行业国际产业链竞争分析

一、国际产业链分工现状

二、产业链分工下的我国玩具

三、我国玩具产业国际竞争力分析

四、增强我国玩具业国际竞争力的对策

第十四章 工程机械玩具行业投资机会分析研究

第一节 2020-2026年工程机械玩具行业主要区域投资机会

第二节 2020-2026年工程机械玩具行业出口市场投资机会

第三节 2020-2026年工程机械玩具行业企业的多元化投资机会

一、产品多元化

二、经营多元化

三、出口多元化

第四节 行业投资建议

一、动漫周边的工程机械玩具市场投资

二、玩具的品牌化

三、市场细分

第十五章 工程机械玩具产业投资风险分析

第一节 政策和体制风险

第二节 宏观经济波动风险

第三节 市场风险

第四节 技术风险

第五节 原材料压力风险分析

一、衡量风险

二、管理供求平衡

三、套期保值

第六节 市场竞争风险

第七节 外企对未来市场的威胁

第八节 营销风险

一、本质

二、分类

1、产品服务风险

2、产品质量风险

3、产品数量风险

4、产品结构风险

三、控制

- 1、加强风险识别能力
- 2、建立风险防范与处理机构
- 3、建立风险责任制
- 4、提高企业员工素质

第九节 相关企业风险

一、关联企业的初步界定

二、关联企业的特征分析

- 1、关联企业是一种具有独立法人人格的企业之间的联合体
- 2、关联企业是由多种联系纽带连接而成的企业群体
- 3、关联企业的形成必定是基于特定经济目的

三、关联企业的表现形式

四、关联企业风险的表现形式

- 1、担保责任难以落实
- 2、贷款用途难以监督
- 3、资金规模难以控制
- 4、监管无力
- 5、相关法规不健全
- 6、信用膨胀风险
- 7、信贷集中性风险
- 8、贷款被挪用风险
- 9、财务信息不对称风险

五、防范的对策建议

第十节 区域风险

一、概述

二、形成因素

- 1、宏观因素
- 2、中观因素
- 3、微观因素

三、防范对策

第十一节 资金短缺风险

第十二节 经营风险分析

第十三节 管理风险分析

第十四节 风险投资建议分析

- 一、目标群体建议（应用领域）
- 二、产品分类与定位建议
- 三、价格定位建议
- 四、技术应用建议
- 五、销售渠道建议
- 六、资本并购重组运作模式建议
- 七、企业经营管理建议
- 八、重点客户建设建议

第十六章 行业发展及经营建议

第一节 企业进入壁垒

- 一、玩具生产企业面临的贸易壁垒
- 二、国际玩具工业理事会认证要求
- 三、企业应对措施

第二节 企业竞争分析

第三节 行业竞争应对策略

- 一、把握国家投资的契机
 - 1、国际市场
 - 2、国内市场
- 二、竞争性战略联盟的实施
 - 1、环境特征
 - 2、资源特征
 - 3、关于外生合作效应
- 三、企业自身应对策略
 - 1、提高企业核心竞争力的对策
 - 2、影响企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 3、提高企业竞争力的策略

第四节 重点客户战略

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第五节 行业发展策略

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

图表目录

图表 2019年儿童玩具行业品牌网络口碑指数

图表 2019年大奶瓶工程机械玩具

图表 鹰万糖果车

图表 工程机械玩具在玩具行业的占比分析

图表 限定增塑剂类别和限量要求

图表 2015-2019年中国玩具行业从业人数分析

图表 2015-2019年中国GDP及增长率

图表 2015-2019年中国人均GDP及增长率

图表 2015-2019年中国居民消费价格指数

图表 2019年中国居民消费价格水平

图表 2015-2019年中国城镇居民人均总收入及增长

图表 2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入及增长

图表 社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表 2019年社会消费品零售总额环比增速

图表 2019年全年社会消费品零售总额主要数据

图表 2019年固定资产投资到位资金情况

图表 2015-2019年中国固定资产投资及增长

图表 2015-2019年中国进出口总额及增长

图表 美国玩具市场著名的品牌

图表 美国玩具市场畅销玩具类型

图表 我国的工程机械玩具需求数量

图表 我国的工程机械玩具供给情况

图表 2015-2019年工程机械玩具行业出口金额分析

图表 2015-2019年工程机械玩具行业出口数量分析

图表 2015-2019年工程机械玩具行业进口金额分析

图表 2015-2019年工程机械玩具行业进口数量分析

图表 2015-2019年工程机械玩具行业销售收入分析

图表 2020-2026年工程机械玩具行业销售收入预测

图表 2020-2026年工程机械玩具规模以上企业数量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152179.html>