# 2024年中国玩具行业经济效益的分析

来源：网络 作者：深巷幽兰 更新时间：2024-06-28

*第一篇：2024年中国玩具行业经济效益的分析2024年中国玩具行业经济效益的分析一、销售情况2024年1-12月，玩具行业产销率97.2%，较2024年同期下降1.0个百分点；累计出口交货值798.7亿元，累计同比增长3.8%。12月份当...*

**第一篇：2024年中国玩具行业经济效益的分析**

2024年中国玩具行业经济效益的分析

一、销售情况

2024年1-12月，玩具行业产销率97.2%，较2024年同期下降1.0个百分点；累计出口交货值798.7亿元，累计同比增长3.8%。

12月份当月，玩具行业产销率97.3%，较2024年同期下降1.0个百分点；出口交货值69.6亿元，同比下降4.1%。

二、经济效益

2024年1-12月玩具行业主营业务收入1664.4亿元，累计同比增长14.3%；利润总额83.3亿元，累计同比增长27.0%；税金总额43.8亿元，累计同比增长22.7%。

**第二篇：空调清洗行业经济效益分析范文**

空调清洗行业经济效益分析

（一）单位成本与利润分析

1、综合成本：每清洗1.5匹分体式空调1台，综合成本为12---16元/台，其中清洗剂成本：5--6元；员工工资：4--5元；广告费单位成本：0.5--1.0元；办公费用：1.0元；税收：3.0元。

2、清洗收入：50元/台；

3、单台清洗纯利润：50元/台—（13.5--15元）=36.5--35元。

（二）个人小投资市场经营

1、以你投资1。5万元计算，（包括加盟权益金、设备及药剂、办公地点、电话等）

我们以清洗1。5匹分体挂机收费50元计算，减去各项成本13。5--15元，以两人日清洗10台计算，那么月净收入为：30天\*10台\*36。5元=10950元。

按此一个半月可以收回全部投资，同时，通过空调清

洗又可带动安装、加氟、维修等相关服务，营业额又可提高40--50%。这样，实际上一个月就可以收回投资。

（三）各类城市空调清洗市场效益分析1、50万人口的小城市的市场经营

此等规模的县及县级市大约有10万户家庭，按通常的30%的空调普及率计，家庭空调器的容量达3万台。县及县级市的办公及公共场所空调量约为家庭总量的1。5倍。这样，该城市的空调总容量=3万台+（3万/1.5）共计：7.5万台。

根据蓝天空调清洗市场启动营销拓展计划和经验，开业第一年只要求完成15--20%的空调清洗量，即：7.5万台\*（15--20%）=1.1~1.5万台。那么开业第一年的税后利润为：35元/台\*（1.1--1.5万台）=38.5万元--52.5万元。

2、200万人口中等城市的市场经营

此等城市大约有40万户家庭，家用空调器按30%的普及率计算，空调量有12万台。办公及公共场所约为家庭的总量的1。2倍，空调量为1。44万台，这样，该城市的空调总量为26.4万台。开业第一年清洗量按15--20%计算，清洗量为3.96万台~~5.28万台。那么税后利润为：35元/台\*（3.96万台~~5.28万台）=138.6万元---184.8万元。3、500万人口发达城市的市场经营

此等城市大约有100万户家庭，按通常30%空调普及率计算，家庭空调器总量为30万台。办公及公共场所为家庭总量的1倍，这样，该城市的空调总容量为30万台+30万台=60万台。开业第一年的清洗量按15--20%计算，清洗量为：90万台---120万台，那么税后利润为：35元/台\*（9万台--12万台）=315万元--420万元。

以上数据都是按最保守计算，以我们最熟悉的武汉来说，武汉人口为700万，而空调的总容量为140万台。

所以，空调清洗的市场是非常巨大的，机会不是每个人每天都可以遇到的，你能看到这篇文章，说明你遇到了这个机会，但是能不能抓住这个机会就要看你

**第三篇：中国玩具行业分析预测报告**

中国玩具行业分析预测报告

摘要

中国是世界玩具最大生产国。中国现有玩具企业6500多家，制造了全球70%左右的的玩具，平均每年内销量达100亿元人民币，外销量达500多亿元人民币。玩具制造业为中国解决了大量人员的就业问题。2024年该行业的从业人员数量占全国就业人数的0.63‰。

中国玩具制造业属于开放程度较高的行业。目前，三资企业仍占据行业的主导地位。2024年，三资企业取得全行业产品销售收入的65.8%和利润总额的62.7%。民营企业的经济效益则是行业内最好。

中国玩具行业的企业集中程度较低。2024年，前十位企业的销售仅占全国15%的销售份额，且没有一家企业市场份额超过10%。

中国玩具制造业是一个地区集中程度极高的行业，主要集中在改革开放较早和经济发达的沿海地区。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。

国内市场的玩具约有3万多品种，玩具产品主要包括：布和毛绒玩具、塑胶玩具、电子玩具、模型玩具、益智玩具等，其中又以毛绒玩具和儿童汽车为主的模型玩具最为畅销。

中国玩具制造业属于出口型行业，受出口情况影响大。亚洲金融危机和美国的“9.11”事件都曾对中国玩具出口产生显著影响。预计2024年的SARS也将对中国玩具出口产生较大影响。

中国现有14岁以下的儿童为2.86亿多人，儿童玩具市场极其广阔。同时，成年休闲益智玩具已经逐渐成为了一种潮流，每年蕴藏着巨大市场。

2024年，中国玩具市场的表观需求额接近100亿元，比1998年的55亿元增长了80%，年均增长率为16%。预计2024年中国玩具消费额有望超过1,000亿元人民币。

**第四篇：行业市场细分和中国玩具企业发展分析**

098.com

行业市场细分和中国玩具企业发展分析

近年来，在玩具行业内不断出现一些新名词：生态玩具、DIY玩具、网络玩具、发泄玩具、疗伤玩具等等，这些词语的出现一方面体现了玩具产品研发长足进步、玩具品种不断丰富，另一方面则体现了玩具市场细分趋势明显。

市场细分助中国玩企成长

市场细分是企业根据消费者需求的不同，把整个市场划分成不同的消费者群的过程。其客观基础是：消费者需求的异质性。进行市场细分的主要依据是异质市场中需求一致的顾客群，实质就是在异质市场中求同质。

中国虽然是玩具生产大国，但是，多年来对玩具差异化经营模式却一直没有引起足够的重视，因此形成了玩具品类划分不清晰，对不同需求的玩具消费者的针对性不强，对消费者需求的异质性没有深入的调查和研究。

应该说近年来，针对玩具品种越来越多，花样翻新越来越快，功能越来越复杂，儿童消费市场表面上是一片繁荣，但是，作为儿童玩具的生产厂家却感觉经营困难，有些企业甚至难以为继，而另一方面消费者对此却似乎并不满意，一项调查显示，对目前儿童消费市场状

098.com

况较为满意的消费者还不到10％，而回答不满意的竟占到了60％以上。在儿童玩具购买的调查中，家长们普遍表现出一定的困惑，如果想挑选一件称心如意的商品那将要大费周折。造成这种反差的原因有很多，其中很重要一点是因为许多玩具生产企业对玩具市场缺乏科学合理的细分。例如许多企业仍然习惯性地按产品类别分长毛绒玩具、塑胶玩具、木制玩具等。或单纯按某一变量划分市场，如年龄。另一方面也与许多玩具商场的商品陈列方式有关：他们往往只是根据制造商品牌或商品的物理特征设立专柜。这与多数情况下消费者的搜索目标是不相吻合的，这就意味着消费者要进行不断地搜寻、挑选和反复的比较。如：某消费者想给3岁的男孩买一样培养动手能力的玩具，他就要在整个商场走上几圈，因为他所要的东西可能会存在于任何柜台。而且在大多数情况下，商家都在极力地发挥着信息不对称的威力，总是试图要消费者相信，本柜台的商品正是其最佳选择。这又给消费者的选择平添了几分困难。

玩具的类别比较多，玩企在市场中一方面要突出产品类别的差异化优势，另一方面要形成系列，什么玩具都做的公司很难形成优势。这些年，有家公司专做益智玩具产品系列，在市场中取得了不错的业绩。公司以‘打造中国第一益智玩具品牌’的经营理念，横向：不断丰富益智玩具系列；纵向：专业管理导购员队伍，短短几年，就成为了国内知名品牌。还有一家公司，只用了3年时间就让沙滩玩具、轨道玩具在市场中的销售业绩成为翘楚。因此，做细分市场，是中小玩企成功运作内销市场的有效战术方法。

098.com

中国玩具企业要做大做强，就必须从消费者需求出发，根据消费者的需求特点来细分市场，并根据企业特点和竞争对手状况，从中选择最有价值的市场进入。为此张力打算根据年龄、家庭收入状况、地理区域、能力培养等细分变量，对儿童玩具市场进行合理细分和综合划分，尤其要注意对儿童特定的发展阶段和特定的成长需求之间的内在联系进行分析，开发符合目标消费群体特征的产品，通过科学合理的市场细分来增强市场竞争能力。

098.com

**第五篇：中国玩具行业现状**

中国玩具市场状况

一、市场状况

《中国消费品市场监测与分析报告2024》指出，中国玩具市场上约有产品3万多种，按大类分主要有电子类、机械模型类、塑胶玩具、木制玩具等。除传统的玩具之外，模型玩具、专利授权玩具(电影玩具、卡通玩具等)、玩偶、高科技玩具、益智玩具、互联网相容玩具以及适合成年人休闲娱乐的成人玩具也不断推出。

内地玩具市场规模庞大、发展迅速。以儿童玩具市场为例，年销售500万元及以上的零售企业玩具销售额从2024年的21.3亿元升至2024年的44.4亿元，增幅达108%，年均增长率为15.8%。

中国儿童玩具年销售额(单位：亿元)

资料来源：历年《中国统计年鉴》

﹡只包括年销售500万元及以上的零售企业

内地玩具市场上升空间巨大。来自玩具联合网的行业报告显示，中国14岁以下的儿童人均年玩具消费仅20-30元人民币(2.4-3.6美元)，远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水准。若达到亚洲平均水准，儿童玩具市场规模预计就将突破300亿元人民币。

随着城市居民收入提高、生活质量的改善，内地居民对玩具的需求已开始从传统的、中低档次的电动型、拼装型、装饰型玩具转向新颖的电子型、智慧型玩具及高档的毛绒、布制类装饰型玩具。

儿童玩具市场中，DIY玩具成新宠。随着中国的幼稚教育从传统的知识教育转向智力开发，使得DIY玩具成为市场新卖点，并由原来的个别玩具发展到一系列的玩具。目前的DIY玩具主要以动手为主，旨在提高孩子们的手指灵活能力，锻炼他们的小肌肉，并锻炼他们的逻辑思维、创造力等综合能力。在幼儿早期教育越来越被重视的教育背景下，DIY玩具的开发前景很可观。在价格上，由于这种DIY玩具还属于一种相对比较新型的产业，并且在开发的过程中含有一定的技术含量，因此价格也较高。

成人玩具：市场需求大，供给小，品种单一，亟待开发。市场调查显示，64%的消费者表示如有条件，会考虑购买适合自己的玩具，其中33%的成人认为自己喜欢并愿意购买玩具。业内人士认为，中国的成人玩具市场尚未真正形成，所以现阶段成人玩具行业利润较高。成人玩具的特点是制作精巧、朴实、大方，靠益智性、创造性吸引消费者。

不同类别的成人消费者对成人玩具的需求各异。中国社会调查事务所的调查显示：39%的被访青年人认为，他们需要智力参与和自己动手的复杂的智力玩具及适于摆设的观赏类玩具；31%的被访中年人则钟情于消遣型、轻度运动型玩具，因为这一年龄阶段的人生活负担最重，最需要适度的放松与运动；与成年男性相比，33%的被访成年女性则更喜爱一些能拿在手里把玩，摆在家里又起装饰作用的玩具；16%的被访老年人表示，他们喜欢极具温情的小动物玩具、娃娃玩具。

电子玩具：近年来高科技电子玩具受到更多的欢迎。科技含量较高的电子互动式玩具成为市场主流，培养儿童想像力、创造力和动手操作能力的益智玩具成为发展趋势，寓教于乐型玩具受到孩子和家长们的喜爱。

毛绒玩具：近来的毛绒玩具市场出现以下新特点：(1)造型新颖、奇特，尤其和流行电视剧、动漫等结合是近几年毛绒玩具比较流行的趋势。(2)将电子和毛绒玩具结合成为潮流。(3)毛绒玩具与家居饰品相结合成为居家选择。

传统玩具：在沉寂了一段时期后，近年又开始复苏。铁皮、木制等传统玩具开始重新回到人们的视线。具有怀旧感是传统玩具最有力的武器。设计者们将传统玩具加上一些现代元素，也使传统玩具焕发

出了别样的魅力。

动漫及衍生玩具：玩具是动漫形象最好的终端载体之一，玩具业与卡通业在内地的融合已经显现了良好的发展态势。日本玩具制造商Takara Tomy日前宣布，从2024年开始将把动漫人物模型和卡片游戏等产品陆续投放中国市场，计画三年内使在华销售的产品种类翻一番。

自制玩具手工艺：自制手工艺品除了简单、便宜外，还可以让人静下心来享受生活。现在的工作压力比较大，生活节奏比较快，闲暇时做做自制手工艺品，能放松自己的身心，有利于缓解压力，排解情绪，所以才广受人们的欢迎。现在十字绣无疑成为最流行的自制手工艺，甚至已经形成一个完整的产业，各地都可以找到专卖十字绣的商店甚至市场。

2024

年内地主要玩具产品进口量

二、竞争状况

中国是一个玩具生产大国：据估计中国玩具规模以上企业数6000多家，全球约75%的玩具在中国生产。最重要的玩具生产和出口基地是“五省一市”：广东、江苏、上海、山东、浙江和福建。其中，广东、福建以电动和塑胶玩具为主；江苏、上海以毛绒玩具为主；浙江以木制玩具为主。广东又是我国的玩具大省，占全国玩具生产的70%以上，主要集中在深圳、东莞、广州、汕头澄海、佛山南海、揭阳揭西等地。中国玩具业长期停留在劳动密集型的产业状态，80%以上的出口是为国外品牌加工生产，仅仅是“中国制造”，自主研发设计的产品和自主品牌缺乏。

内地玩具消费市场上，外国产品、中外合资产品占了近八成的市场。国外各大知名玩具厂商在占据了国内玩具的高端市场后，加快了对中国市场的进一步扩张。市场扩张的脚步正随着外资超市的扩张向二线市场逼近。

中国自行生产的玩具大多停留在中低档水准，品种单调，主要以长毛绒和木制材料为主。但是，内地本土的玩具与国际品牌相比有较大的价格差距，因此在中低档市场有很强的竞争力，基本垄断了一般的批发市场和小商小贩等销售管道。

玩具生产企业将加大内销比例。由于能源、原材料紧缺，成本压力增大；劳动力、土地等商务成本不断攀升；人民币升值、出口退税下调；面临国外越来越严格的技术标准、产品品质、环保和企业社会责任等要求，近年来，中国玩具生产成本不断上升，利润空间缩小。为了分散风险，各企业纷纷转向开拓内地市场，这将进一步增加中国玩具市场的竞争。

迅速壮大的中国玩具市场正引起越来越多海外厂商关注，据调查，目前世界著名的玩具企业都在内地设有分厂或与国内厂家合作生产玩具。世界玩具销售排名前10名的公司大多已通过销售代理或设立中国市场部进入我国市场，如美国的美泰集团、孩之宝集团以及日本的世嘉公司等。

虽然中国的玩具制造业是典型的传统OEM经营模式，但中国玩具制造业的模式已经开始发生一定变化。中国玩具业一些企业开始重视自主研发，一批具有自主知识产权及品牌的行业骨干企业正在成长起来，涌现出一批国内著名玩具品牌，如“北京蓝猫”、“澄海奥迪”、“江苏好孩子”、“福建好易达”、“广州星月”。在珠三角的东莞、深圳等的一些劳动密集型OEM玩具企业，也开始尝试转型，有意识的把自己的经营策略逐步转移到价值链的其他环节，比如市场行销、产品研发等。

三、销售管道

内地的玩具零售管道主要有百货商场、货仓式商场、专门店、个体零售，以及儿童用品专卖店。其中百货商场和货仓式商场是消费者购买玩具的主要地点，一般经营综合类玩具产品。生产商可以通过产品代理商向零售商供货，或透过玩具批发市场批货。

外来品牌进入中国市场主要通过以下两种方式：通过代理机构渗透，或者像伟易达一样直接进军中国市场。这些外国公司的产品主要以电子玩具、益智型玩具及游戏机等具有高科技含量玩具为主，直接冲击着内地传统的玩具市场。

动物园、博物馆和科技馆等等也是玩具销售的管道之一，但与百货商场式的销售有很大区别，各有自身的侧重点。如动物园中动物类造型的玩具较多，博物馆则经营各种各样的恐龙玩具，科技馆则以形形式式的智力玩具为主。

内地大部份玩具专业/批发市场都以销售中低价玩具为主，但部份近年亦已升格，例如广州一德路玩具批发市场，近年便吸引了不少玩具品牌在那里设立展销厅。目前内地主要的玩具专业市场如下：

玩具连锁经营成为一些大品牌所选用，其中又以特许经营或称连锁加盟最受欢迎。中国连锁经营协会有关人士认为，特许经营在中国经过多年的发展，市场环境日趋完善、规范。

儿童玩具市场中电子商务方兴未艾，面向低龄儿童网上玩具商店还不多见。3-8岁的孩子是儿童玩具最大的消费群体，他们的父母是最终消费的决策人。越来越多的年轻夫妇认识并接受网上购物，如果能够凭借高质低价的玩具产品树立值得信任的形象，儿童玩具网上商店有可能取得如母婴服务类网站一样的成功。目前已有一些创业者加入这一领域进行开拓，有望成长为新的玩具主要销售管道。

2024年下半年到2024

年上半年内地将举行的部分玩具展会如下：

四、进口及贸易法规

《进出口玩具检验管理规定》规定：进口布绒玩具、机械玩具、电动玩具、塑胶玩具、充气玩具、木制玩具、童车以及列入《种类表》内的其他进口玩具必须逐批实施检验，未经检验合格的，不准销售、使用。(详情可参见：http://.cn/html/200704/07/78567.htm)

从2024年10月1日起，中国新的《儿童玩具国家强制性标准》正式实施。新标准更加关注于玩具潜在的危险性，尽可能降低对儿童的伤害。新旧标准最大的不同是对有害重金属元素限量，增加了对“硒”元素的检验，而且大部分指标比旧指标严格。新版玩具强制性标准的变化，主要表现在以下五个方面：

对玩具标识有了严格要求；

玩具划分年龄等级；

试用品赠品玩具同样实行新标准；

玩具测试安全双保险；

全部材料都要检测。

玩具根据制作材料和功能的不同，有不同的强制性国家标准，另外，政府还制定了玩具使用说明标

准，其中对标准和警示作了强制性规定。与玩具有关的强制性国家标准如下：

内地对玩具还有第三方安全认证，即CCTP(Conformity Certification of Toy Products)标志，该认证证书由中国玩具产品认证委员会(CCTP)颁发，实行自愿性产品认证。该认证委员会是国家质量技术监督局批准成立的全国唯一一家国家级玩具产品认证委员会，成立于1992年8月，2024年改名为“北京中轻联认证中心”。(详情可参见：http:///)

从2024年3月1日起，中国对童车、电动玩具、弹射玩具、娃娃玩具、塑胶玩具、金属玩具6类玩具产品实施强制性产品认证(即3C认证)。3C玩具标准主要是从玩具的使用原料、结构设计、电路设计等几方面对儿童在使用中的安全性进行保障；自2024年6月1日起，上述产品凡未获得强制性产品认证证书

和未加中国强制性认证标志的，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。(详情可参见：http:///)

从2024年6月1日起，新版《玩具使用说明国家标准》(GB5296.5─2024)正式实施。本版标准修改了1996版标准关于“年龄范围”、“安全警示”、“主要成分和材质”、“使用方法”、“维护和保养”等方面的标注要求，增加了“耐久性标签”和“安放位置”的规定，并删除了1996版标准的附录A“玩具使用说明有关内容的表述”。

2024年9月3日，国家质检总局发布并施行《儿童玩具召回管理规定》，该规定将进一步规范儿童玩具召回活动，这给国内的玩具生产商和进口商在品质管制上都提出了更高的要求。

2024年9月1日起，中国将执行依照1993年《毛绒、布制玩具安全与品质》标准修订的推荐性新标准。新标准中要求玩具中的填塞物要均匀、软硬适中且无硬块并体现必要的造型等。

按照CEPA协议，至2024年5月，已有1510类原产香港的进口货物享受零关税。原则上，所有按照香港原产地标准来进行生产制造的产品均可按零关税输入内地，当然玩具类产品也能享受该优惠，这将有助港商开拓内地市场。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！