

CBNData

第一财经商业数据中心

玩具总动员 卡通形象玩具研究报告

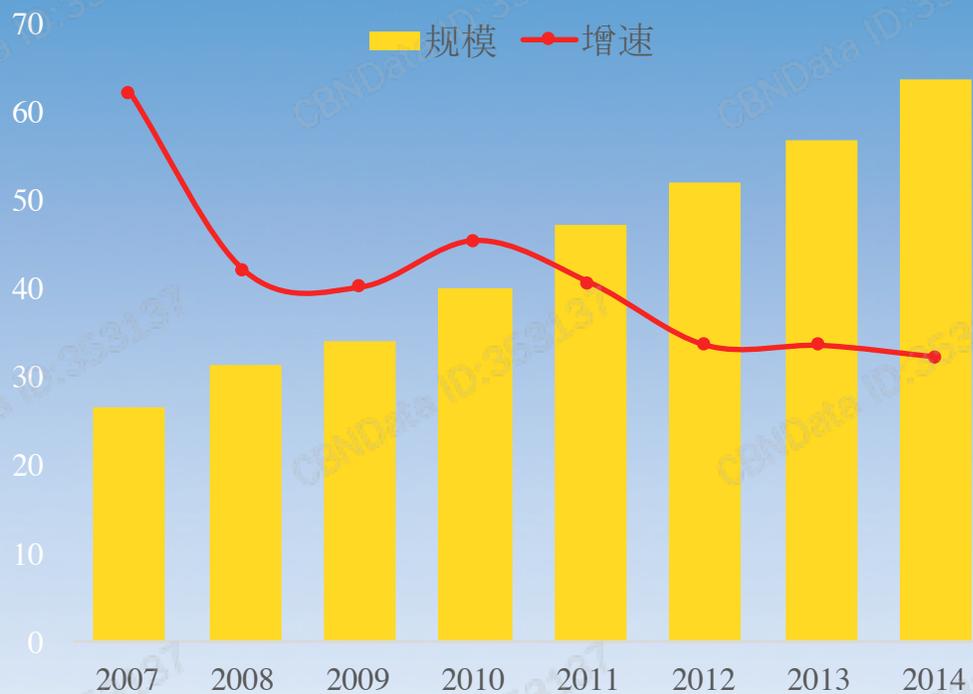




1 玩具市场概览

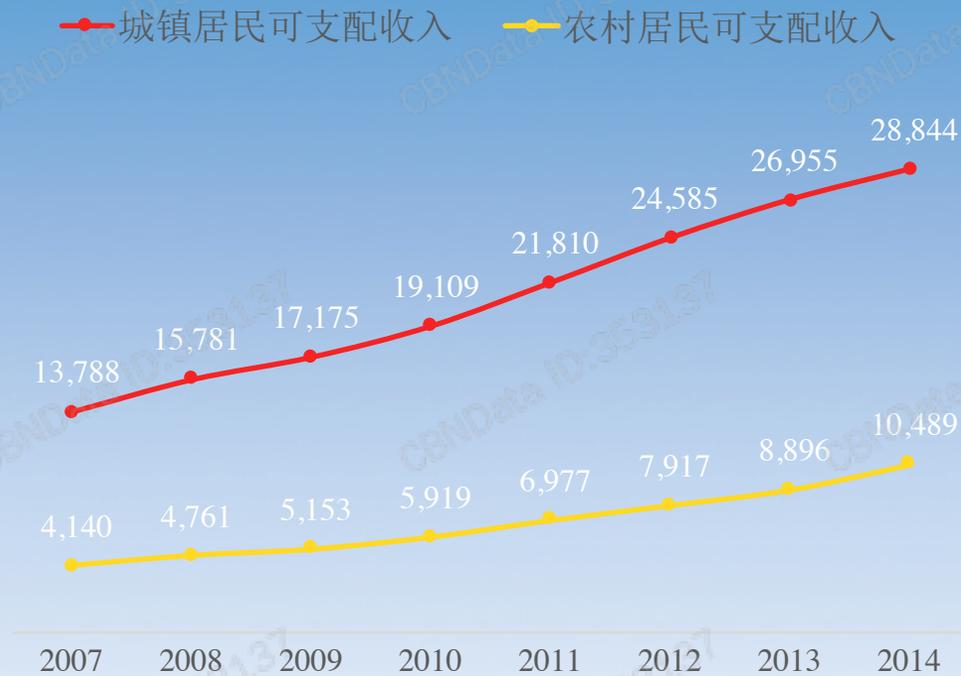
整体经济发展平稳 国民消费能力增强 玩具市场消费需求空间广阔

2007-2014年GDP规模及增速（万亿）



来源：国家统计局

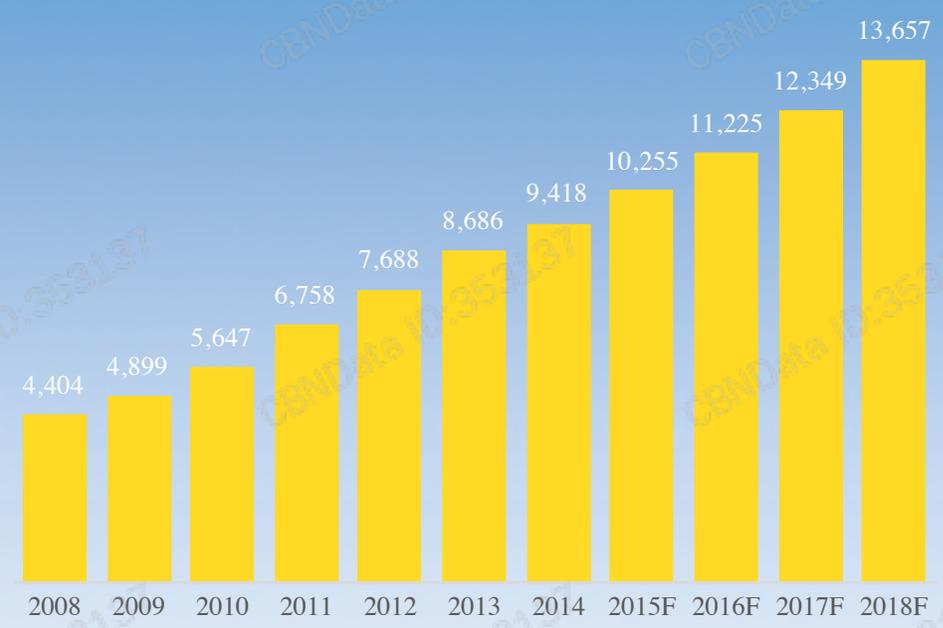
2007-2014年城乡人均可支配收入（元）



来源：国家统计局

我国玩具市场历年呈增长趋势 且增速远快于全球市场 未来市场前景广阔

2008-2018年中国玩具市场规模
(百万美元)



来源：iar《2015年前三季度玩具行业分析报告》注：2015-2018年为Euromonitor给出预测值

国内市场玩具及全球市场增速对比



来源：iar《2015年前三季度玩具行业分析报告》

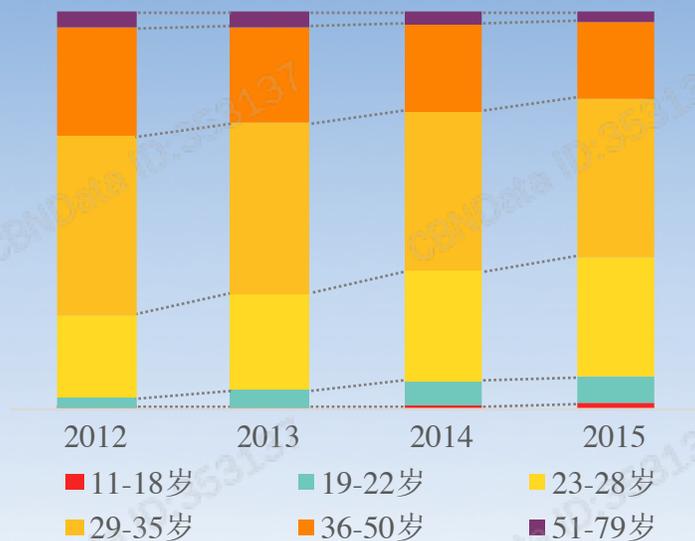
网络化 成人化和城市下沉成为驱动玩具市场的“三驾马车”

相比实体店，线上玩具店可以提供的品类更为丰富，价格上也更具优势，**网购成为无可取代的趋势**。随着生活水平的提高和生活压力的增加，玩具不再只是买给孩子的礼物，也成为犒劳自己的方式，**泛90后逐渐成为玩具市场的主力**。

2012-2015年玩具市场线上规模

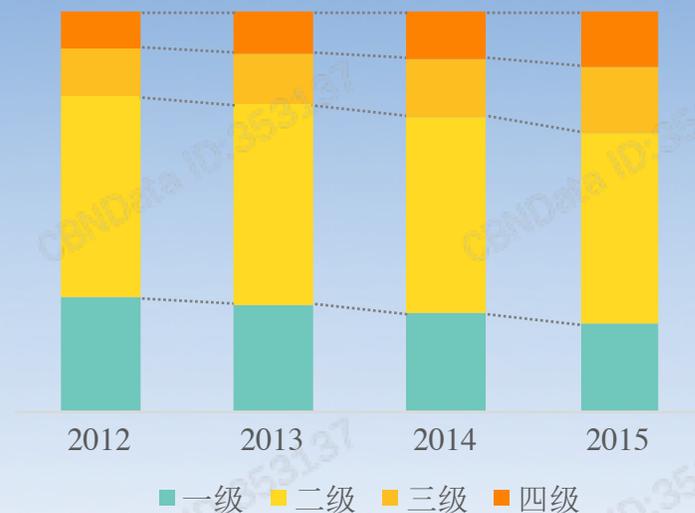


2012-2015年玩具市场年龄分布



注：数据处理依据为销售金额

2012-2015年玩具市场城市线级分布



注：数据处理依据为销售金额



2 卡通形象玩具市场分析

卡通形象对于玩具销售具有明显的带动作用

卡通形象玩具贡献显著，尤其在人们筹备春节、儿童节和圣诞节礼物时，卡通形象玩具是他们重要的选择。

2015年1-12月卡通形象玩具贡献率



我们将玩具中常见的卡通形象分为三类：怀旧类、经典类和流行类



怀旧类



经典类



流行类

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17313

