

2016年第11期

中国玩具行业研究月报

2016年11月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.

www.unbank.info



北京银联信科技股份有限公司
Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



目录

图表目录.....	4
一、本月宏观经济运行.....	5
(一) 中国制造业经理采购指数.....	5
(二) 工业生产者价格变动情况.....	7
(三) 居民消费价格变动情况.....	10
(四) 进出口情况分析.....	13
二、财政货币政策.....	14
(一) 财政政策.....	14
(二) 货币政策.....	16
II 本月关注.....	18
一、美国和加拿大联合对中国产婴儿车实施召回.....	18
二、广东省玩具协会诉“玩具圈”侵权一审开庭.....	18
三、国家工商总局：网购商品超三分之一不合格.....	19
四、玩具童车等将纳入 2017 年产品质量国家监督抽查：.....	20
III 本月行业运行分析.....	22
一、2016 年 1-9 月全国玩具行业出口运行分析.....	22
二、国内部分玩具批发市场 8 月行情一览.....	22
IV 上下游市场分析.....	27
一、产业链上游分析.....	27
(一) 塑料行业分析.....	27
(二) 纺织行业分析.....	28
二、产业链下游分析.....	29



(一) 玩具消费市场	29
(二) 电商市场	30
V 本月行业快讯	31
一、行业要闻	31
(一) 检验检疫提醒：美术玩具或因铅浓度超标被拒欧盟	31
(二) 质检总局抽检 300 批次玩具产品 12 批次不合格	31
(三) 互联网+共享经济 玩具租赁或有新突破	32
二、全国区域动态	34
(一) 深圳龙岗玩具出口约占全市五成	34
(二) 前三季度浙江玩具出口大幅增长 28.5%	34
(三) 玩具出口取消法检 泉州企业喜忧参半	35
VI 本月海外市场扫描.....	36
一、印度尼西亚进口玩具七成来自汕头市澄海区	36
二、俄罗斯市场科学类玩具兴起 拼图稳守一席位	36
VII 重点企业追踪.....	38
一、星辉娱乐三季报：玩具业务营收下降一成 游戏及体育业务上涨	38
二、奥飞设立婴童子公司，全面进军婴童用品市场	38
三、邦宝益智：IP 产品发布坚定文化布局信心.....	39
四、高乐股份：优化资产加速布局教育，玩具恢复增长	41
五、小熊尼奥获 B 轮 2.5 亿元融资	41
VIII 玩具行业机会风险分析	43



图表目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整.....	5
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整)	6
图表 3: 2016 年 9 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	8
图表 4: 2016 年 9 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	8
图表 5: 2016 年 9 月生产资料出厂价格涨跌幅走势.....	9
图表 6: 2016 年 9 月生活资料出厂价格涨跌幅走势.....	9
图表 7: 2016 年 9 月全国居民消费价格涨跌幅.....	11
图表 8: 2016 年 9 月全国居民消费价格类别同比涨跌幅.....	12
图表 9: 2016 年 9 月全国居民消费价格类别环比涨跌幅.....	13
图表 10: 2016 年 1-9 月全国玩具出口金额统计数据.....	22
图表 11: 2016 年 1-9 月中国出口塑料制品统计表.....	27
图表 12: 2016 年 11 月中国玩具行业机会、风险分析.....	43



I 宏观经济

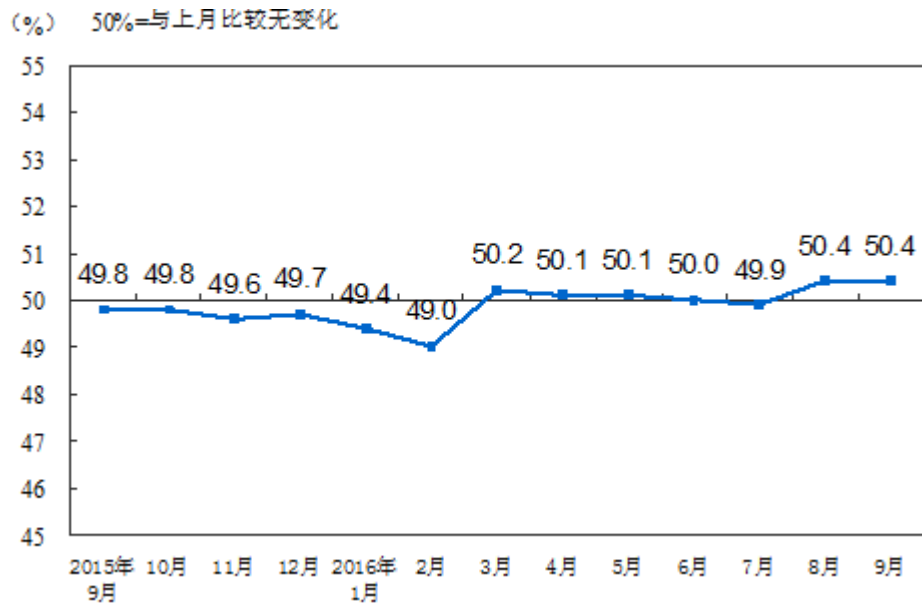
一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

1、制造业采购经理指数

2016年9月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.4%，与上月持平，继续高于临界点。

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.6%，比上月上升 0.8 个百分点，持续高于临界点；中型企业 PMI 为 48.2%，低于上月 0.7 个百分点，仍位于临界点以下；小型企业 PMI 为 46.1%，比上月下降 1.3 个百分点，继续位于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数、新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数、供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 52.8%，比上月上升 0.2 个百分点，继续高于临界点，表明制造业生



产保持平稳增长，增速有所加快。

新订单指数为 50.9%，虽比上月回落 0.4 个百分点，但仍高于临界点，表明制造业市场需求延续扩张态势，增速小幅放缓。

从业人员指数为 48.6%，比上月回升 0.2 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量降幅有所收窄。

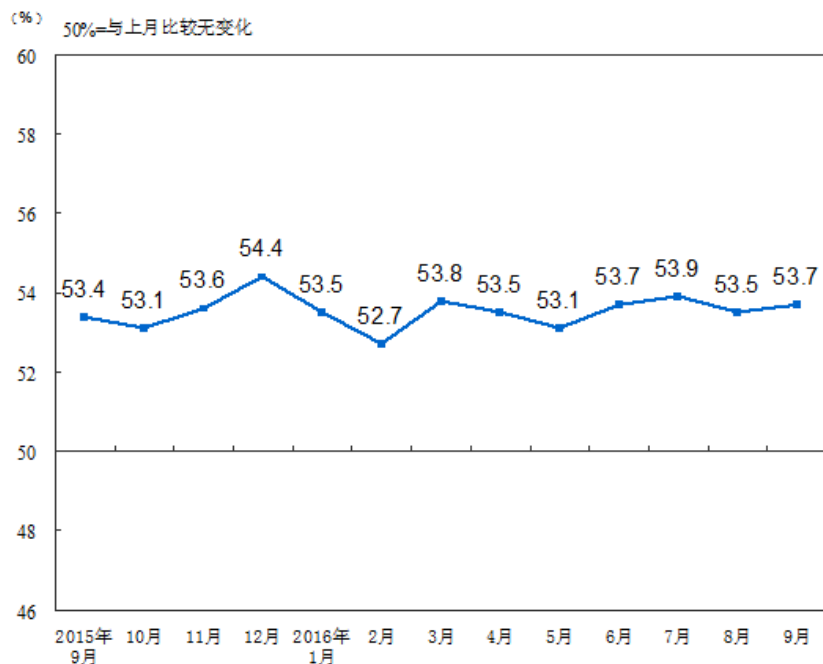
原材料库存指数为 47.4%，比上月下降 0.2 个百分点，位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量持续减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.7 个百分点，微低于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间略有放缓。。

2、非制造业商务活动指数

2016 年 9 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.7%，比上月小幅上升 0.2 个百分点，连续 7 个月在 53.0% 以上景气区间平稳运行，表明非制造业继续保持稳中有升的发展态势。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网



分行业看，服务业商务活动指数为 52.3%，比上月回落 0.4 个百分点，继续位于临界点之上，服务业延续平稳增长势头，增速小幅回落。其中，零售业、邮政业、住宿业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务、货币金融服务商务活动指数处于 55.0% 以上的较高景气区间，业务总量较快增长。交通运输业、餐饮业、资本市场服务业、社会服务业等行业商务活动指数位于临界点以下，业务总量有所减少。建筑业商务活动指数为 61.9%，比上月大幅上升 3.7 个百分点，建筑业生产经营活动明显加快。

新订单指数为 51.4%，比上月上升 1.6 个百分点，重回扩张区间，为年内高点，表明非制造业市场需求有所回暖。分行业看，服务业新订单指数为 50.6%，比上月上升 1.0 个百分点，结束了连续 5 个月处于收缩区间的走势，本月升至临界点之上。建筑业新订单指数为 55.9%，比上月上升 5.1 个百分点，持续位于扩张区间。

投入品价格指数为 51.7%，比上月回落 0.9 个百分点，仍高于临界点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅有所收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.2%，比上月回落 1.1 个百分点。建筑业投入品价格指数为 54.5%，高于上月 0.5 个百分点，连续三个月呈现上升走势。

销售价格指数为 50.1%，比上月回落 0.3 个百分点，微高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平环比略有上升。分行业看，服务业销售价格指数为 50.0%，比上月回落 0.5 个百分点。建筑业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.9 个百分点。

从业人员指数为 49.7%，比上月回升 0.6 个百分点，继续位于临界点之下，表明非制造业企业用工量虽有减少，但降幅继续收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.3%，比上月回升 0.4 个百分点。建筑业从业人员指数为 52.2%，比上月上升 1.6 个百分点。

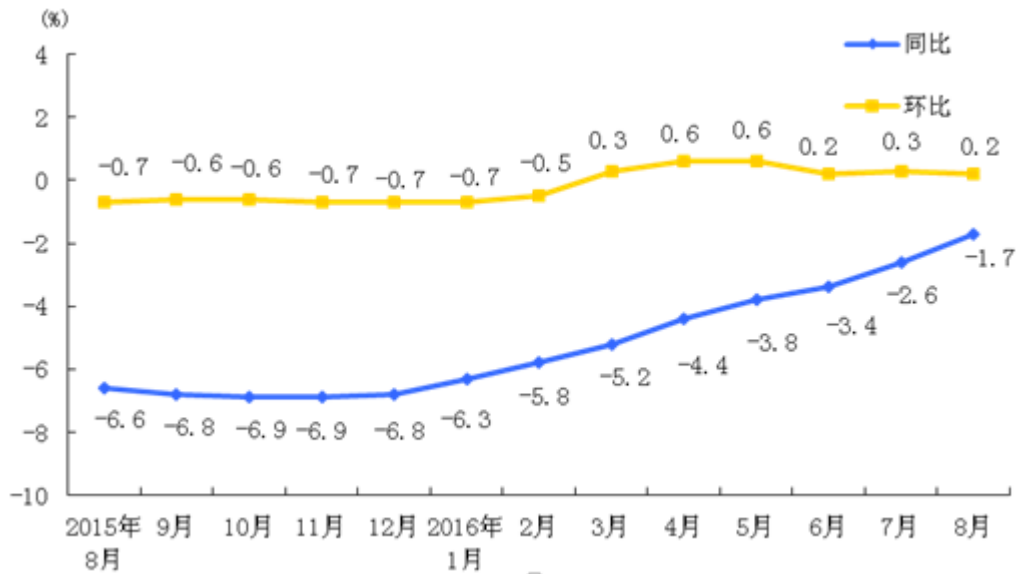
业务活动预期指数为 61.1%，高于上月 1.7 个百分点，创年内新高，持续位于较高景气区间，表明企业对近期市场发展继续保持乐观态度。

（二）工业生产者价格变动情况

2016 年 9 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 0.5%，同比上涨 0.1%，同比是自 2012 年 3 月份以来首次由负转正。工业生产者购进价格环比上涨 0.4%，同比下降 0.6%。1-9 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 2.9%，工业生产者购进价格同比下降 3.8%。

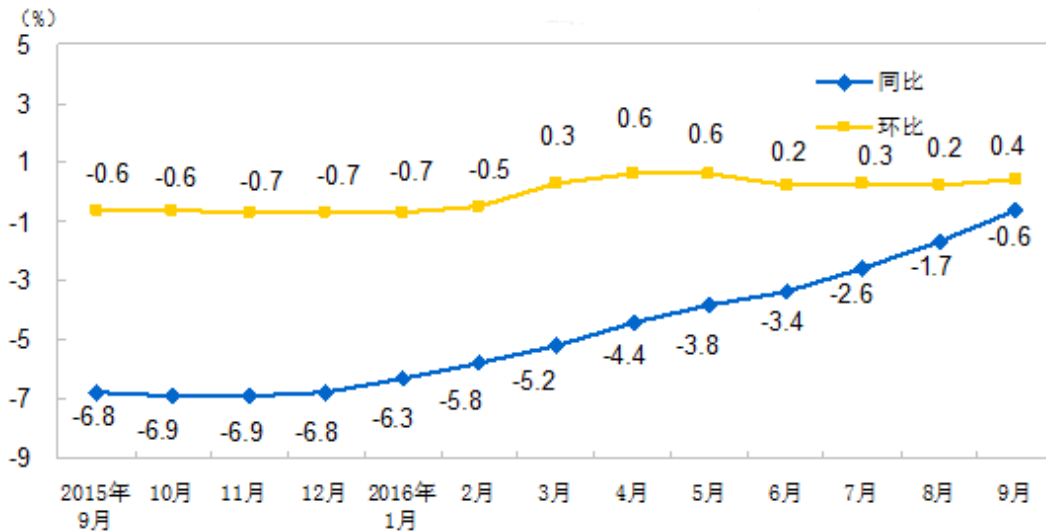


图表 3：2016 年 9 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2016 年 9 月工业生产者购进价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

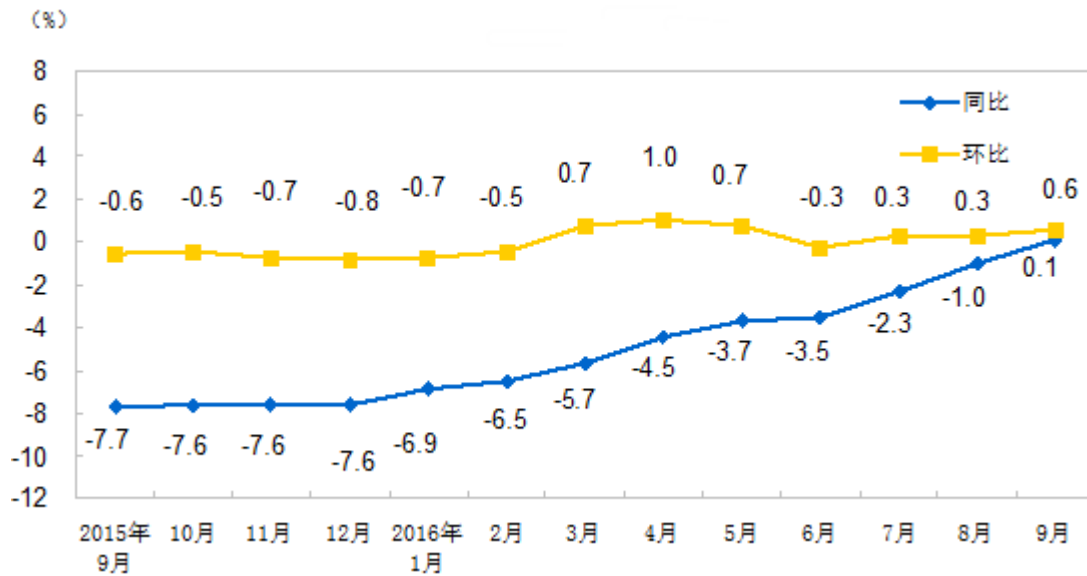
1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 0.1%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 2.1%，原材料工业价格下



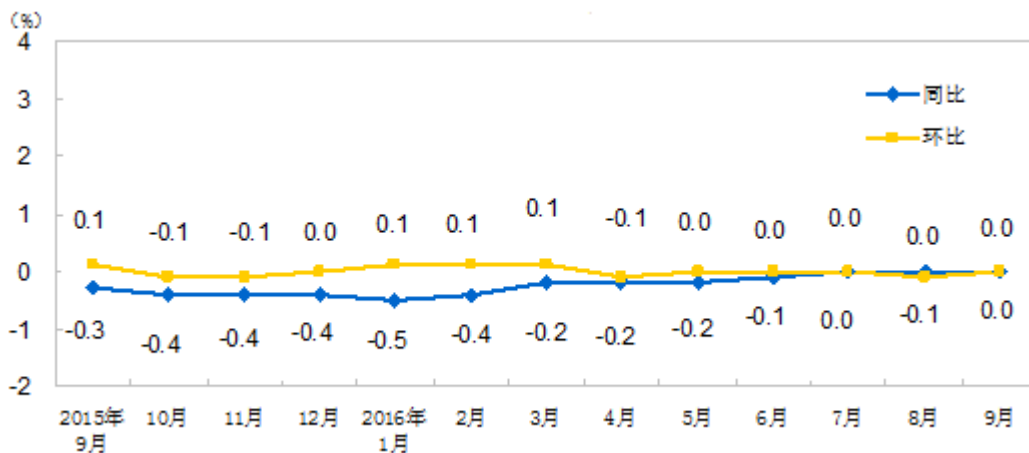
降 0.2%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格同比持平（涨跌幅度为 0，下同）。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格上涨 0.7%，一般日用品价格上涨 0.5%，耐用消费品价格下降 1.5%。

图表 5：2016 年 9 月生产资料出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 6：2016 年 9 月生活资料出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

据测算，在 9 月份 0.1% 的全国工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格



变动的翘尾因素约为-1.5个百分点，新涨价因素约为1.6个百分点。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格同比下降1.9%，化工原料类价格下降1.6%；黑色金属材料类价格上涨1.8%，有色金属材料及电线类价格上涨0.3%。

2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨0.6%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约0.5个百分点。其中，采掘工业价格上涨2.9%，原材料工业价格上涨1.1%，加工工业价格上涨0.2%。生活资料价格环比持平。其中，食品价格上涨0.1%，衣着价格上涨0.2%，一般日用品价格下降0.2%，耐用消费品价格下降0.1%。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比上涨1.3%，黑色金属材料类价格上涨0.9%，建筑材料及非金属类价格上涨0.5%，有色金属材料及电线类价格上涨0.2%。

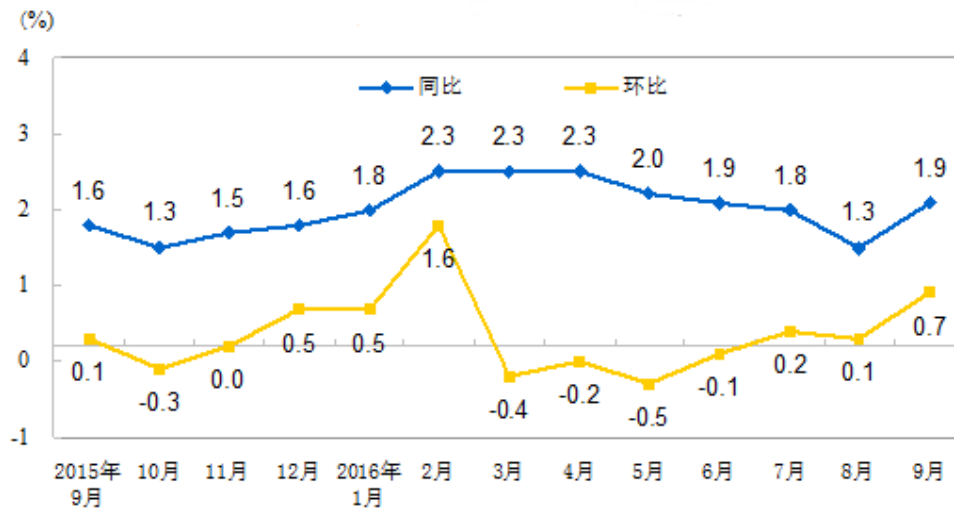
（三）居民消费价格变动情况

2016年9月份，全国居民消费价格总水平同比上涨1.9%。其中，城市上涨2.0%，农村上涨1.6%；食品价格上涨3.2%，非食品价格上涨1.6%；消费品价格上涨1.7%，服务价格上涨2.4%。

9月份，全国居民消费价格总水平环比上涨0.7%。其中，城市上涨0.7%，农村上涨0.7%；食品价格上涨1.7%，非食品价格上涨0.4%；消费品价格上涨0.8%，服务价格上涨0.5%。



图表 7：2016 年 9 月全国居民消费价格涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

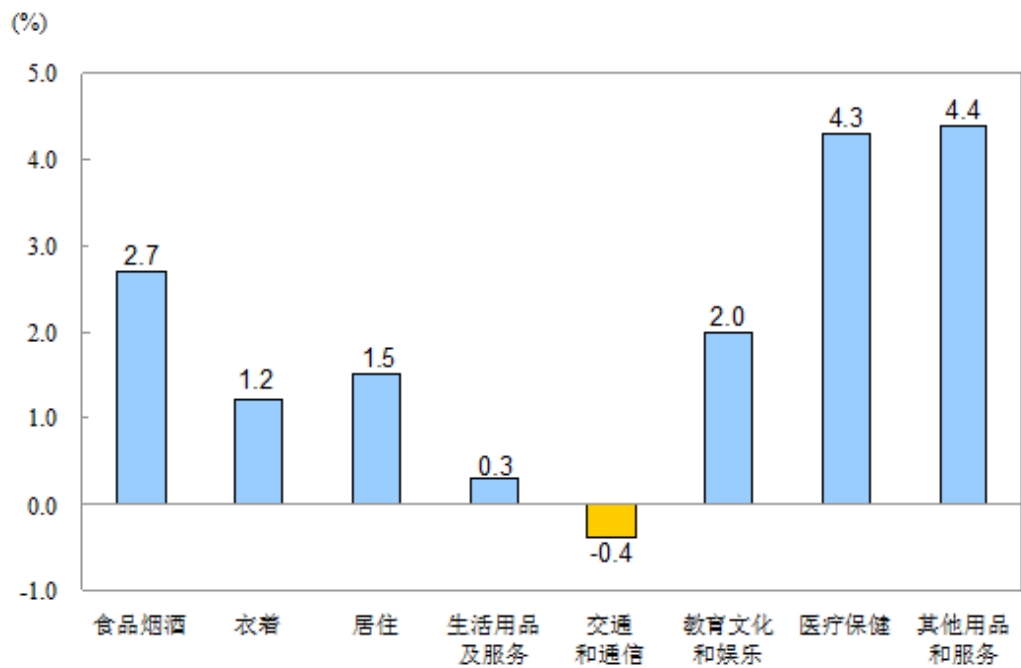
1、各类商品及服务价格同比变动情况

9 月份，食品烟酒价格同比上涨 2.7%，影响 CPI 同比上涨约 0.81 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 7.5%，影响 CPI 上涨约 0.18 个百分点；鲜果价格上涨 6.7%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；水产品价格上涨 6.1%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；畜肉类价格上涨 4.4%，影响 CPI 上涨约 0.21 个百分点（猪肉价格上涨 5.8%，影响 CPI 上涨约 0.16 个百分点）；蛋价格下降 4.6%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点。

9 月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，其他用品和服务、医疗保健、教育文化和娱乐、居住、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 4.4%、4.3%、2.0%、1.5%、1.2%、0.3%；交通和通信价格下降 0.4%。



图表 8：2016 年 9 月全国居民消费价格类别同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

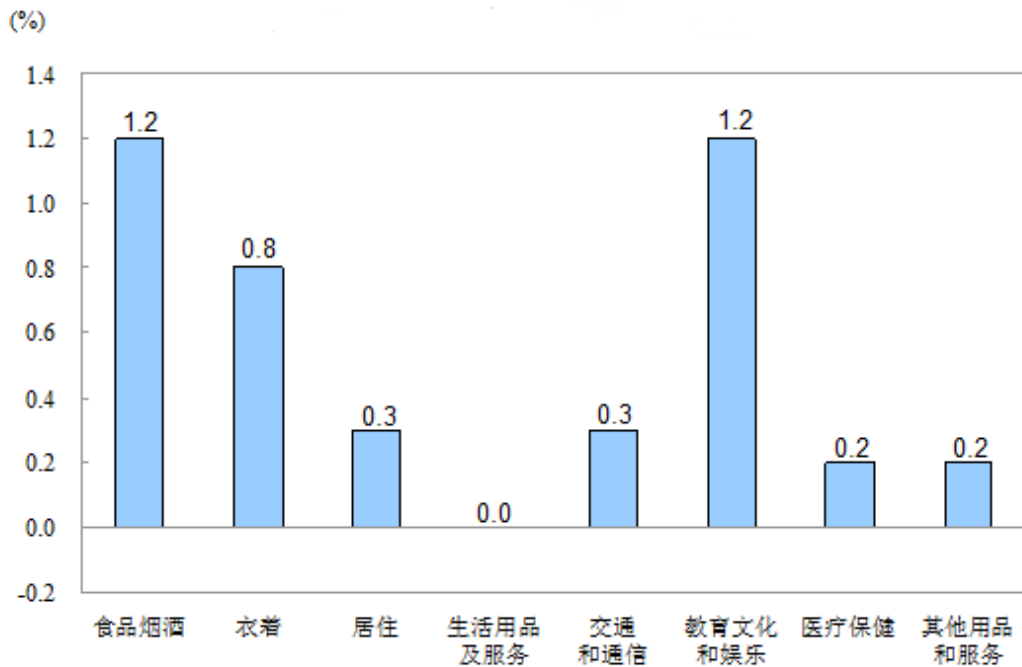
2、各类商品及服务价格环比变动情况

9 月份，食品烟酒价格环比上涨 1.2%，影响 CPI 环比上涨约 0.35 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 10.7%，影响 CPI 上涨约 0.25 个百分点；蛋价格上涨 5.9%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；鲜果价格上涨 5.2%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；水产品价格下降 0.6%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

9 月份，其他七大类价格环比六涨一平。其中，教育文化和娱乐、衣着、居住、交通和通信、医疗保健、其他用品和服务价格分别上涨 1.2%、0.8%、0.3%、0.3%、0.2%、0.2%；生活用品及服务价格持平。



图表 9：2016 年 9 月全国居民消费价格类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

（四）进出口情况分析

今年前三季度，我国货物贸易进出口总值 17.53 万亿元人民币，比去年同期（下同）下降 1.9%。其中，出口 10.06 万亿元，下降 1.6%；进口 7.47 万亿元，下降 2.3%；贸易顺差 2.59 万亿元，扩大 0.6%。

今年以来，世界经济复苏乏力，国际市场需求低迷，全球贸易延续放缓态势，国内经济运行总体平稳。具体情况主要有以下几个方面：

1、进出口逐季回稳，第三季度进、出口实现同步正增长。前三季度，我国进出口、出口和进口值同比虽仍然下降，但从季度情况看，呈现逐季回稳向好态势。其中，第一季度，我国进出口、出口和进口值分别下降 7.2%、6.3%和 8.3%；第二季度，进出口、进口值分别下降 0.2%和 1.3%，出口值增长 0.6%；第三季度，进出口、出口和进口值分别增长 1.1%、0.4%和 2.1%，底部企稳的迹象逐步显现。

2、一般贸易进出口增长，比重提升。前三季度，我国一般贸易进出口 9.82 万亿元，增长 0.1%，占同期我国进出口总值的 56%，比去年同期提升 1.1 个百分点，贸易



方式结构有所优化。

3、对部分一带一路沿线国家出口增长。前三季度，我国对巴基斯坦、俄罗斯、波兰、孟加拉国和印度等国出口分别增长 14.9%、14%、11.7%、9.6%和 7.8%。同期，我国对欧盟出口增长 1.8%、对美国出口下降 1.9%、对东盟出口下降 1.9%，三者合计占同期我国出口总值的 46.7%。

4、民营企业出口占比继续保持首位。前三季度，我国民营企业进出口 6.76 万亿元，增长 4.1%，占我国外贸总值的 38.6%。其中，出口 4.68 万亿元，增长 2.3%，占出口总值的 46.5%，超过外商投资企业和国有企业出口比重，继续保持出口份额居首的地位。进口增长 8.5%，延续增长态势。

5、机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力。前三季度，我国机电产品出口 5.73 万亿元，下降 1.8%，占同期我国出口总值的 57%。同期，传统劳动密集型产品合计出口 2.15 万亿元，下降 0.6%，占出口总值的 21.3%。其中，纺织品、玩具和塑料制品出口增长，部分传统产品依然保持良好的竞争优势。

6、铁矿石、原油、铜等大宗商品进口量保持增长，主要进口商品价格保持低位但跌幅较上半年收窄。前三季度，我国进口铁矿石 7.63 亿吨，增长 9.1%；原油 2.84 亿吨，增长 14%；煤 1.8 亿吨，增长 15.2%；铜 379 万吨，增长 11.8%。同期，进口成品油 2150 万吨，下降 7.1%；钢材 983 万吨，增长 1%。

7、9 月中国外贸出口先导指数继续回升。自今年 7 月起，中国外贸出口先导指数已经连续三个月环比回升，到 9 月份为 35.8，这表明第四季度出口压力有望减轻。

面对严峻复杂的国际环境，海关总署将继续贯彻落实稳定外贸增长的各项政策措施，围绕构建开放型经济新体制，全面深化改革，扎实有效推动外贸结构优化，着力促进外贸回稳向好，更好地服务国家经济社会发展大局。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

今年 1-9 月，全国一般公共预算收入 121400 亿元，同比增长 5.9%，略低于同期经济增速（6.7%），不过以地方土地收入为主的全国政府性基金收入达到 29777 亿元，



同比增长 11.3%，远高于经济增速。

其中，作为一般公共预算收入的重要来源，1-9 月累计，税收收入 100881 亿元，同比增长 6.6%，增速放缓。进一步分析发现，“营改增”试点全面铺开、车辆购置税、资源税改革都不同程度出现减税效应；而楼市火爆则带动了土地及房地产相关税种的增收。

今年第四季度，受经济下行压力持续、营改增政策性减收效应进一步显现等影响，财政收入形势依然严峻。

国内增值税增长 23.8%

数据显示，9 月份，全国一般公共预算收入 11222 亿元，同比增长 4.9%。1-9 月累计，全国一般公共预算收入 121400 亿元，同比增长 5.9%，略低于同期经济增速（6.7%）。

作为一般公共预算收入的重要来源，1-9 月累计，税收收入 100881 亿元，同比增长 6.6%。其中，营改增试点全面推开后，原营业税纳税人改缴增值税形成收入转移体现增收，国内增值税 28014 亿元，同比增长 23.8%。

相对而言，由于原营业税纳税人改缴增值税，收入在增值税科目中反映，体现为增值税增收、营业税减收。1-9 月累计，营业税 11405 亿元，同比下降 20.4%。但如果将改征增值税与营业税合并计算，1-9 月累计增长 11.4%，其中上半年增长 24.2%，7、8、9 月则分别下降 10.9%、17.6%、21.3%，全面推开营改增试点的政策性减收效应逐步体现。

除了营改增外，其他减税效应也在体现。比如，受去年 10 月 1 日起对 1.6 升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策影响，前三季度车辆购置税同比下降 10.8%。资源税改革后，首个月减税达 5.54 亿元。

值得关注的是，受部分地区商品房销售较快增长等影响，1-9 月累计，契税收入 3158 亿元，同比增长 11.7%；土地增值税 3280 亿元，同比增长 13.7%。另外，房产税 1561 亿元，同比增长 4.9%；耕地占用税 1448 亿元，同比下降 0.2%；城镇土地使用税 1620 亿元，同比增长 3.4%。

楼市火热除带动相关税种增收外，政府性基金收入也从中受益。1-9 月累计，全国政府性基金收入 29777 亿元，同比增长 11.3%。其中，地方政府性基金本级收入 26483 亿元，同比增长 11.9%，其中国有土地使用权出让收入 23306 亿元，同比增长 14%。



今年第四季度,受经济下行压力持续、营改增政策性减收效应进一步显现等影响,财政收入形势依然严峻。各级财政部门要密切关注经济形势变化,加强财政运行监测分析,积极做好预研预判,切实采取有效措施,促进财政收入平稳增长。

政支出在基建领域发力明显

从财政支出方面来看,9月份,全国一般公共预算支出19836亿元,同比增长11.3%。1-9月累计,全国一般公共预算支出135956亿元,同比增长12.5%;为年初预算的75.2%,超过序时进度(75%),年底突击花钱现象将有所减少。

分中央和地方来看,中央一般公共预算本级支出19463亿元,同比增长5.4%;地方一般公共预算支出116493亿元,同比增长13.8%。

支出项目来看,今年财政在基建领域发力明显。1-9月累计,城乡社区支出15657亿元,增长34.1%;农林水支出12000亿元,增长11.4%;住房保障支出4614亿元,增长22.7%。同期,教育支出19684亿元,增长13.3%。

同期披露的数据还包括,1-9月累计,全国政府性基金支出28121亿元,同比增长7%。地方政府性基金相关支出26650亿元,同比增长8.6%,其中国有土地使用权出让收入相关支出23348亿元,同比增长8.2%。

(二) 货币政策

9月末,广义货币(M2)余额135.98万亿元,同比增长13.1%,增速比上月末低0.2个百分点,比去年末高0.9个百分点;狭义货币(M1)余额36.44万亿元,同比增长11.4%,增速分别比上月末和去年末高2.1个和8.2个百分点;流通中货币(M0)余额6.10万亿元,同比增长3.7%。2015年前三季度净投放现金763亿元。

9月末,本外币贷款余额97.76万亿元,同比增长14.5%。月末人民币贷款余额92.13万亿元,同比增长15.4%,增速与上月末持平,比去年末高1.7个百分点。前三季度人民币贷款增加9.90万亿元,同比多增2.34万亿元。分部门看,住户部门贷款增加3.00万亿元,同比多增3463亿元,其中,短期贷款增加7758亿元,中长期贷款增加2.23万亿元;非金融企业及机关团体贷款增加5.98万亿元,同比多增9589亿元,其中,短期贷款增加1.41万亿元,中长期贷款增加2.91万亿元,票据融资增加1.40万亿元;非银行业金融机构贷款增加8029亿元。当月,人民币贷款增加1.05万亿元,同比多增1443亿元。



9月末，本外币存款余额 137.88 万亿元，同比增长 12.4%。月末人民币存款余额 133.73 万亿元，同比增长 12.6%，增速比上月末低 0.4 个百分点，比去年末高 0.5 个百分点。前三季度人民币存款增加 13.00 万亿元，同比多增 1.93 万亿元，其中，住户存款增加 3.97 万亿元，非金融企业存款增加 2.74 万亿元，财政性存款增加 5712 亿元，非银行业金融机构存款增加 3.95 万亿元。当月人民币存款减少 3192 亿元，同比少增 4641 亿元。



II 本月关注

一、美国和加拿大联合对中国产婴儿车实施召回

2016年10月11日,美国消费者安全委员会(CPSC)、加拿大卫生部和Mamas & Papas Ltd 联合宣布对中国产婴儿车实施自愿性召回。

此次召回产品为Mamas & Papas' Armadillo Flip 和 Armadillo Flip XT 单座折叠婴儿车。售有黑色、青色和深蓝色,重量约22磅。召回产品可以通过生产年月批号识别。此次召回 Armadillo Flip 婴儿车的批号范围从00814~00416(2014年8月~2016年4月); Flip XT 婴儿车的批号范围从01214~00416(2014年12月~2016年4月)。婴儿车的缝制标签上印有批号。

此次召回的产品于2014年12月~2016年7月在美国境内的Ibee Baby、Babies 'R' Us、Buy Buy Baby 和其他店以及www.mamasandpapas.com 和www.Amazon.com 网店售出3,000件。单价在500美元~550美元之间。召回原因为婴儿面向父母时,婴儿车松动的车锁可能造成车座意外后倾,导致婴儿摔落的危险。截至目前,该公司收到10起有关车座后倾的事故报告。尚未收到任何人身损伤的报告。

美国消费者安全委员会(CPSC)建议消费者应立即停止使用召回产品并联系Mamas & Papas 以获得免费维修。

二、广东省玩具协会诉“玩具圈”侵权一审开庭

日前,广东省玩具协会起诉广州亿方网络科技有限公司著作权侵权一案在广州市天河区人民法院公开审理。自诉讼启动以来,被告亿方公司一直采取逃避态度,当日未到庭应诉,法院依法做缺席审理。由于本案事实清楚,只经过约莫一个小时的庭审即告结束,将待补充几项材料后择日宣判。

据悉,被告广州亿方网络科技有限公司是新媒体平台“玩具圈”的经营者,从2015年下半年开始,就大量窃用广东省玩具协会旗下中外玩具全媒体中心发布的原创文章,在其所运营的“玩具圈”微信公众号、“玩具圈”搜狐自媒体页面上发布。被告



亿方公司除了刻意删除文章的来源及作者署名之外，还将文中例如“《中外玩具制造》记者采访得知”、“中外玩具网小编综合分析”等归属感明确的字眼统统做了“技术处理”，改头换面成让人误解文章为“玩具圈”原创，侵权的主观恶意十分明显。

“玩具圈”的“技术处理”侵权的主观恶意明显

原告广东省玩具协会创办于1988年，拥有深耕行业近30年之众多优势资源，旗下的中外玩具网、《中外玩具制造》月刊都是创办时间长、业内广泛认可的知名品牌。2015年11月，广东省玩具协会整合资源，成立信息综合服务平台——中外玩具全媒体中心，将中外玩具网、《中外玩具制造》月刊、中外玩具微信公众号、中外玩具新浪微博、中外玩具手机站、《中外玩具制造》电子刊等媒介并行运作，立体传播，打造成为业内外信赖的玩具行业权威信息源。

广东省玩具协会此次提出了包括停止侵权、经济赔偿、承担诉讼成本等4项诉讼请求。相关负责人表示，广东省玩具协会中外玩具全媒体中心始终坚持以优秀原创资讯服务业界，我们呼吁同行尊重知识产权，恪守法律底线，实现良性交流合作，为推动玩具业繁荣发展而共同努力。而对于恶意侵权的行为，我们坚决反对、决不姑息。

三、国家工商总局：网购商品超三分之一不合格

国家工商总局公布了对淘宝、天猫、易迅和京东商城等一系列网上购物平台产品抽检的结果。抽检总共提供有效送检样品497批次，检测发现172批次商品质量不合格，总体不合格商品检出率为34.6%。

据悉，此次国家工商总局对在淘宝、天猫、易迅网、京东商城、苏宁易购、1号店、国美在线、唯品会、当当网、亚马逊中国等一系列国内市场主要电商平台上交易的商品质量进行抽检。抽检商品涉及小家电、手机、箱包、服装、儿童用品等日常消费品，共计抽检商品503批次。

其中，4批次商品为“三无”产品，2批次商品经生产厂家确定为假冒商品，有效送检样品为497批次。检出的172批次质量不合格商品中，内在质量不合格的约占93%，仅标志和说明不合格的约占7%。

虽然电商平台第三方卖家是网络商品质量不合格的高发区，但电商自营产品也会出现问题。比如，1号店自营的leleyu乐乐鱼al益智玩具、爱亲亲QQ1318-908健身架等都存在不合格现象。国美自营的三星SM-A8000在电气绝缘方面也存在不合格现



象。据悉，对于抽检中发现的不合格商品国家工商总局已责成相关省市工商和市场监管部门严格依法查处。

四、玩具童车等将纳入 2017 年产品质量国家监督抽查：

国家质检总局 10 月 20 日召开新闻发布会，通报公开征集 2017 年产品质量国家监督抽查消费品目录建议的相关情况，玩具、童车等将纳入 2017 年产品质量国家监督抽查。

国家质检总局表示，正在向社会征集 2017 年产品质量国家监督抽查消费品目录建议，社会公众投票踊跃。目前票数排名前十的产品依次为食品用塑料制品、玩具、学生用品、汽车制动器衬片、童车、汽车轮胎、食品用纸制品、移动电话、笔记本电脑、空气净化器。这 10 种产品将全部纳入 2017 年产品质量国家监督抽查。

国家质检总局局长支树平在当天召开的全国消费品质量提升工作座谈会上表示，今后要不断加强标准改革优化，加快实施消费品国内外标准接轨工程，建立统一规范的监督抽查制度、检验认证结果责任追究制度、质量监管与贸易便利化相统一的进出口消费品质量安全监管体系。

支树平指出，消费品质量事关民生福祉改善，事关消费持续增长，事关经济提质增效升级。党中央、国务院领导历来高度重视消费品质量，制定出台《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》，以先进标准引领消费品质量提升，倒逼装备制造业转型升级。

支树平要求，要不断深化标准化工作改革，加快实施消费品国内外标准接轨工程；加强企业质量管理，注重提升中小微企业质量管理水平；加强质量品牌建设，大力实施消费品精品培育工程；加强监管制度创新，建立统一规范的监督抽查制度、检验认证结果责任追究制度、质量监管与贸易便利化相统一的进出口消费品质量安全监管体系；加强重点领域消费品质量提升，打好消费品质量提升的攻坚战，形成质量提升的倍增效应。

国家标准委主任田世宏介绍，在儿童用品、服装纺织、家用电器等 12 个领域，面向 21 个发达国家和地区、国际标准化组织、相关国际组织，比对了 770 余项技术法规和标准中的 3800 多项技术指标，发现总体上我国消费品安全标准中近 80% 的指标与国外保持一致水平，也有部分指标技术水平高于国外。



田世宏说，下一步将建立消费品标准比对与报告制度，加快中国标准“走出去”，推动标准与科技协同，逐步推动国内外标准接轨。

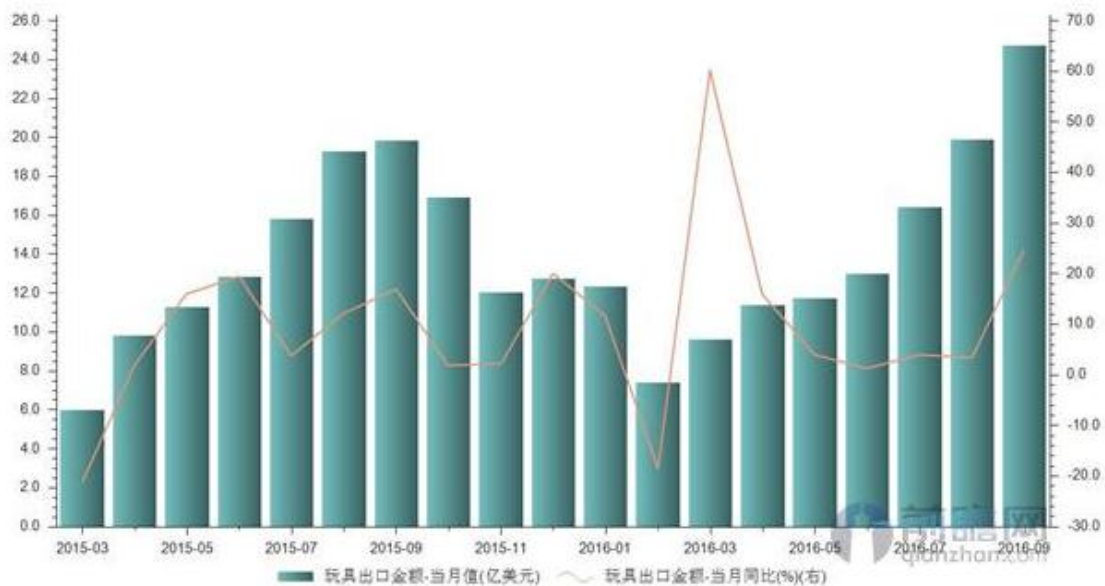


III 本月行业运行分析

一、2016年1-9月全国玩具行业出口运行分析

2016年9月我国玩具出口金额为24.74亿美元，同比增长24.68%。

图表 10：2016年1-9月全国玩具出口金额统计数据



资料来源：银联信整理

2016年1-9月，我国共计对外出口传统玩具126.41亿美元，同比上升9.93%，环比下降3.15%。按出口国别来看，我国对美国出口传统玩具排名第一，共计出口额达40.22亿美元，同比上升8.18%，环比下降9.88%；紧随其后的是菲律宾，共计出口传统玩具7.95亿美元，同比上升23.02%，环比上升8.38%；排名第三的是英国，共计出口传统玩具7.35亿美元，同比上升6.41%，环比下降3.56%。

二、国内部分玩具批发市场8月行情一览

2016年10月号：9月各地批发市场波澜不惊，户外玩具、积木玩具、婴童玩具、触摸型故事机等各有亮点，毛绒玩具部分商家开始陆续备货。龙祥、咏声等也纷纷召



开新品发布会吸引眼球。10 月是传统玩具市场的重要节点，业界期待内销渠道销售有明显增长。

广东 广州

新品扎堆井喷上市

商家乐观十月行情

自 8 月至 9 月，广州市场不断向好。9 月份是玩具市场新品发布的节点，多家公司推出了自己的主力新品，力求在秋冬季快速打开销路，而下游经销商、零售商接货则持谨慎态度，较为青睐偏批发价于 50 元以内的新品走量促销。

动漫类玩具上，继元气拯救队、蜘蛛侠衍生玩具之后，龙祥于 9 月初推出的“速飙战变侠”新品批发价低，款色多样，且三个系列批次逐步发布，在发布会上成功吸睛，气氛热烈（见题图）；婴童类品类方面，群兴转战母婴市场后推出学习桌、健身架颇为成功。

童车外销顺畅，受外商青睐的童车主要集中在价格中档且车型外观多彩、车身坚固的非电动车品类。宝宝好货号 772 手推车以折叠、可躺可坐、遮蓬自由调节为卖点，零售价 168 元；亮仔王的 137 多功能儿童学步车零售价 128 元，特色在车底装有 8 个滑轮，车头模仿汽车造型兼具音乐小饰盒。上述两款产品因综合性价比高，成为外销童车热品。

有经销商表示，中国作为玩具制造大国，产品逐步迈向全球，但许多可以播放音乐的玩具，包括童车类，贮存播放的多为中国儿童歌曲，不适用于外销，希望厂商适当增补英文歌曲内容。对于后市的预测，业内人士认为，受目前经济环境气氛影响，下游市场普遍处于保守态度，在经历了一轮苦等后新品扎堆上市，处于观望缓冲状态。因为国庆的到来，预计 10 月份内销渠道销售会有明显增长。

河北 石家庄

益智玩具卖点多

拼插组合受欢迎

9 月份，炎炎夏日即将离去，伴随着秋高气爽季节的到来，许多家长和孩子外出进行亲子活动，畅享大自然的生活，户外类玩具给大家带来无穷的乐趣，此类产品销量将持续一段时间。



9 月中小学及幼儿园相继开学，特别是幼儿园新学期的到来，桌面玩具，木制、益智类玩具，各类篮球、足球等销量很好。常规类教学用的木制益智类玩具成为近期的亮点。

另外，益智类玩具方面，受媒体电视热播的带动，由汕头市澄海区三佳塑胶玩具厂推出的“百变海陆空”包含了高速动车、直升机、小汽车、高速列车、潜水艇、火车、航天飞机等百变造型，无拘无束，而且互相搭配玩法激发更多创意造型。孩子拼装过程中，能不断开发逻辑思维创新能力，在启蒙造型的基础上发挥创造力，拼装更多意想不到的造型，自上市以来很受消费者的欢迎。张丽华

新疆 乌鲁木齐

零售渠道出现下滑

预计后市升幅有限

9 月份乌市的批发渠道行情很好，但因当地准备开办亚欧博览会，提升安检水平导致小学停课的缘故，零售方面出现短暂影响。

在批发渠道表现较为出色的是优乐恩学步机“智动音乐学步车”，该款产品有推着玩及坐着玩两大创新玩法，除具有两级调速学步的手推车功能外，学习车音乐面板可以灵活拆卸，里面的手机、麦克风等部件能为宝宝提供更多样的乐趣，售价 98 元。另外，低价走量的鑫鹏宇仍然是当地批发渠道畅销产品。

对于后市发展，业内人士预测，10 月是传统玩具市场的重要节点，整体市况应该会有所好转，但考虑到 9 月的市场表现，预计销量升幅有限。

江西南昌

市场销量表现欠佳

积木动漫仍当主角

九月伊始，南昌市场表现欠佳，直到中下旬市场气氛才有所起色。整体而言，市场亮点依然是过去数月的畅销产品，新品暂未见跑赢市场的情况。动漫玩具上，奥迪双钻的爆裂飞车、超级飞侠系列中价格较实惠的低配版款式带着余热拉动市场。

积木类玩具方面，积高航空战舰及铭塔“城市场景积木”以高性价比维持销量。以上两大品类为支撑当地市场的主角。



谈及后市预测，业内人士认为实体店受到网店的冲击后，在当前强调低库存、低风险的市况下对潮流玩具的走势持保留态度，未来会以积木及婴童类玩具为主攻方向。

北京

充气产品逐渐下架

毛绒玩具陆续登场

进入9月北京天气已经开始逐渐转凉，特别是中秋节后，已经没有了夏季的燥热。随着气温的变化，玩具中影响最大的当属户外充气类产品。

由于季节性较强，除可在室内使用的充气产品外，充气类产品开始陆续下架，例如户外泳池，泳圈等。最具代表性的充气产品品牌INTEX销售明显减少。

应季产品中另一个具有代表性的产品：毛绒玩具，部分商家已经开始陆续备货，预计新款产品会在10月下旬上架亮相。

文化传播对于玩具销售有很大影响，特别是动画片、电影的上映直接引导消费者的购买行为。动画片《超级飞侠》中主要角色的几款玩具，在近几个月的销售中一直保持着优良战绩，虽然排名未进排行榜，但也有可圈可点之处。上月新品推荐中的“蛋蛋小子”这款玩具，目前的销售可用“不温不火”来形容，主要原因是因为动画片还未上映，相信在未来随着动画片上映会积极带动系列产品的热销。POLI变形机器人的动画片在今年第一季度就已上映，里面可爱的角色受到小朋友们的喜爱，也有消费者前来咨询相关玩具，但相关玩具却迟迟未能满足市场需求。目前已有商家在积极沟通，希望能够及时抓住商机。

网络销售出现较大波动。9月份各大网站销售更趋规范，需要店家提供产品的资质证明等相关材料。各网站对品牌产品进行管控，许多网店被系统筛选后直接关停，对销售造成了很大的冲击，因此电商销售在本月有明显下滑。

9月份随着气温的降低和暑期的结束，下游客户拿货量在减少。零售量也有小幅度下降。10月份玩具展开展在即，我们期待有更多更好的玩具进入华北地区。谭京

河南 郑州

市场行情突变

故事机成亮点



郑州市场风向突变，触摸型故事机成为 9 月市场增长亮点。

从今年起，触屏材料成本的增加导致触摸型故事机的价位有所提升，在同行纷纷涨价的时候，优乐恩的“卡拉 OK 学习机”、3Q 的多功能视频故事机均以 7 寸（23.3 厘米）高清屏幕，立体环绕声及海量内存为卖点，售价维持不变且进行促销活动，抓紧了开学季的市场发展机遇。

另外，动漫玩具方面龙祥推出《终极激战队》借此衍生新品“速飙战变侠”，该款玩具亮点是以汽车形态为载体，可变形成为机器人，配合车匙启动实现一键发射功能，新品初到市场便反映热烈，具有良好营销空间。

谈及 10 月的市场预测，有业内人士认为故事机的好势头将会延续，配合常规类的变形遥控车、电子乐器类玩具，市场将会迎来一个旺季的开局。



IV 上下游市场分析

一、产业链上游分析

(一) 塑料行业分析

2016年9月中国出口塑料制品86万吨，与去年同期相比增长4.9%；出口金额306.41千万美元，同比下降7.8%。

2016年1-9月中国出口塑料制品769万吨，与去年同期相比增长6.7%；出口金额达2687.30千万美元，同比下降2.9%。

图表 11：2016年1-9月中国出口塑料制品统计表

商品名称	计量单位	当月数量	当月金额	一至当月量	一至当月额	去年同期量	去年同期额	量同比增长	额同比增长
塑料制品	万美元	0	485818.1	0	4355844	0	4498020	0	-3.16
1. 塑料单丝、条、杆、型材及异型	吨	17448.8	3137.3	172918	31458.4	144909.7	29873.1	19.33	5.31
2. 塑料管及其附件	吨	45153.3	16586.4	432821.6	160737.8	406342.8	164974.1	6.52	-2.57
3. 塑料板、片、膜、箔、带及扁条	吨	270719	82817.6	2506382	734321	2309564	746629.6	8.52	-1.65
4. 塑料人造革、合成革	吨	48702.6	17494.2	474827.3	175675.3	452132.4	189095.1	5.02	-7.1
5. 塑料包装箱及容器及其附件	吨	187231.5	66880.5	1615722	574236.1	1597224	606143.1	1.16	-5.26
6. 塑料零件	吨	3804.7	6433.1	29843	45170.8	26340	39319.6	13.3	14.88
7. 建筑用塑料制品	吨	263223.3	42299.4	2366577	372788.6	1966779	350175.9	20.33	6.46



(1) 塑料糊墙品和铺地制品	吨	196820	28951	1738685	251475.2	1364607	219854.5	27.41	14.38
(2) 塑料门、窗、窗板(帘)及类似品	吨	19128.7	5347.3	177240	48802.6	181633.1	53927.4	-2.42	-9.5
(3) 其他建筑用塑料制品	吨	47274.7	8001	450652.2	72510.8	420538.5	76394.1	7.16	-5.08
8. 日用塑料制品	万美元	0	122495.2	0	1106695	0	1229710	0	-10
(1) 塑料制餐具及厨房用具	吨	98646.6	39046	896719.3	354252.8	879514.7	381553.5	1.96	-7.16
(2) 塑料卫生设备、洁具及其配件	吨	76385.5	30158.4	679391.3	264103.5	686693.7	309232.7	-1.06	-14.59
(3) 塑料制办公室或学校用品	吨	22600.9	7800.1	242106.2	84050.7	246548.9	90697.6	-1.8	-7.33
(4) 其他日用塑料制品	万美元	0	45490.6	0	404287.9	0	448225.7	0	-9.8
9. 其他塑料制品	万美元	0	127674.5	0	1154761	0	1142100	0	1.11

(二) 纺织行业分析

2016年1-9月全国规模以上工业纺织、服装服饰企业主营业务收入实现29220.9亿元和16731.1亿元，分别同比增长3.8%和5.5%，增速较上年同期回落1.9和0.2个百分点；实现利润总额1459.9亿元和892.9亿元，分别同比增长4.2%和2.6%，增速较上年同期回落3.6和4.7个百分点。

根据中国棉花协会最新公布的《中国棉花形势月报》(2016年10月25日)，新年度，我国棉花产量下降已成定局，新棉质量较好，纺织用棉比有所恢复，棉花需求基本稳定，产销差将继续扩大。中国棉花协会预测，2016/17年度全国棉花总产量约464.1万吨，同比下降3.7%，连续四个年度减少。



据中国海关总署最新统计数据显示，2016年9月，我国纺织品服装出口额为227.64亿美元，环比下降18.50%，同比下降15.41%。其中，纺织品(包括纺织纱线、织物及制品)出口额为77.20亿美元，同比下降20.46%；服装(包括服装及衣着附件)出口额为150.45亿美元，同比下降12.56%。

2016年1-9月，我国纺织品服装累计出口额为1986.54亿美元，同比下降5.96%，其中纺织品累计出口额为788.92亿美元，同比下降3.59%；服装累计出口额为1197.62亿美元，同比下降7.46%。

二、产业链下游分析

(一) 玩具消费市场

有媒体称，曾经缔造全球制造神话的中国玩具，如今已经沦落到“论斤贱卖”，倒闭的玩具厂“贱卖”玩具，芭比娃娃7元一斤，喜羊羊等动漫类6元一斤。但“论斤甩卖”只是厂家针对库存玩具的一种销售模式。

库存玩具一般是玩具公司的样品货，是生产厂家放在玩具公司展台上的样品玩具。业内人士指出，由于玩具更新快，厂家源源不断地往各大展厅和公司样品房送样品，导致展厅样品摆不下，很多样品甚至没有摆上架就不得不撤下来。展柜样品玩具在一定的时间内或多或少会产生耗损瑕疵，包装会慢慢变旧，由于品种过多，又是厂家免费提供的，所以不管新的旧的都是一起更换，以保持展柜产品的款式及时更新。因玩具有瑕疵，只能当库存处理，但是品种过多每种数量很少，很多一款就只有一个，逐一定价是一件麻烦事，这样库存玩具论斤卖这种销售模式就诞生了。

从工信部官网获悉，2016年1月~6月，玩具行业主营业务收入947.5亿元，累计同比增长8.1%；利润总额43.3亿元，累计同比增长19.9%。出口方面，中国海关总署数据显示，2016年1至8月出口金额累计665.16亿元人民币，而2015年同期则为582.70亿，同比增长14.2%。

另一方面，面对国内快速增长的玩具市场，国外玩具制造商也以较为高端的品牌形象赢得了不少消费者的青睐。不过，国外玩具对国内市场的冲击并非想象中那么严重。进口方面，中国轻工业信息中心数据显示，2016年1月~7月，全国玩具行业进口总额同比下降3.53%，比去年同期增速下降了54.01个百分点。



当然，不得不承认的是，国内玩具仍存在不少问题，例如，广西壮族自治区工商局日前公布 2016 年第二季度广西市场儿童玩具等 4 类商品抽检结果中，共抽检儿童玩具 80 批次，包括激光玩具、儿童汽车、音乐玩具和毛绒玩具等，合格 36 批次，不合格商品 44 批次，不合格率 55%。

（二）电商市场

据《中外玩具制造》报道：俗语说“金九银十”，站在传统的玩具旺季节点上观察，本期电商榜单多款产品首度上榜，电商市场交易活跃。本期新上榜产品有：费雪的“豪华新生儿礼盒”、“探索学习六面盒”、亲亲我“水果摇铃”，奥迪双钻的“超级飞侠控制塔”，活石的“旋转木马音乐鼓”，多多鹿的“智力蘑菇钉”、“大颗粒拼装积木”，卡特彼勒的“大号轮式载重机”，银辉的“快乐钓鱼组合”，澳贝的“快乐池塘床铃”、“魔幻厨房”、“学习遥控器”，新生彩的“大颗粒积木”，鑫思特的“猎豹军团”及木玩世家的“海洋动物积木”，共 15 款之多。相比之下，以费雪“小狗皮皮学习桌”、贝恩施“梦幻厨房”为代表的玩具桌在平台上保持热销势头。玩具电商市场向来偏向适合小件类玩具走货，而大件类的玩具桌如何突围成功，值得大家分析探讨。

1 号店：本期榜单竞争激烈，共有“豪华新生儿礼盒”、“探索学习六面盒”、“水果摇铃”及“超级飞侠控制塔”4 款产品首度上榜。

京东商城：本期上榜玩具以电子类产品居多，且价格幅度差异较大，“旋转木马音乐鼓”初次上榜。

当当网：多多鹿的“智力蘑菇钉”及“大颗粒拼装积木”首登贵榜即占据第一、二名位置。

亚马逊：本期占据榜单的产品有半数为首次上榜，具体为“大号轮式载重机”、“快乐钓鱼组合”、“快乐池塘床铃”、“魔幻厨房”及“学习遥控器”。

淘宝网：本期榜单变化幅度较小，显示出上榜产品月销量稳定。其中，新生彩的“大颗粒积木”首度上榜。

苏宁易购：除“超级飞侠”、“早教平板学习机”、“奇趣不倒翁”外，其余 7 款产品均为拼砌类玩具，显示出该品类产品广受欢迎。



V 本月行业快讯

一、行业要闻

(一) 检验检疫提醒：美术玩具或因铅浓度超标被拒欧盟

10月31日，从厦门检验检疫局获悉，欧洲委员会在上月曾建议订立减少玩具中的铅浓度新指令。对于玩具出口厂家而言，预期生产成本将上升，产品种类则会减少，或带来市场竞争力下降等影响。

检验检疫数据显示，福建历来是玩具出口大省，出口品种以塑料玩具、电动玩具为主，主要输往欧盟、美国、澳大利亚等，玩具出口量稳步增长。若由于在国外频遭通报，或不准销售，或采取扣关等措施，将致出口企业蒙受损失。

涉及生产颜料、塑料、橡胶等原料的玩具厂家，务必需要重点关注关于铅浓度的新指令，它与现行限值相比，数值趋于严苛：干燥的玩具材料(例如粉笔)中的铅含量由现行的每公斤13.5毫克降至每公斤2.0毫克，液态或黏稠的玩具材料(例如手指画颜料)由现行的每公斤3.4毫克降至每公斤0.5毫克，玩具表面刮出物(例如涂料)的铅含量由现行的每公斤160毫克降至每公斤23毫克。最坏的情况是某些类别的玩具可能被完全禁止生产。若新指令获通过，诸如一些采用天然含铅的原材料制造的美术及手工玩具，则未必能够输入欧盟。

厦门检验检疫局提醒相关企业，应避免使用铅含量高的劣质油漆、逐一核对批次、颜色、型号的供应油漆检测报告，杜绝混批使用，减少玩具化学危害；根据需要，可对玩具成品、半成品进行检验检测，加强工艺流程关键控制点的监管；强化对欧盟玩具产品质量安全技术法规和标准的了解，及时关注欧盟通报信息并作出应对调整。

(二) 质检总局抽检300批次玩具产品12批次不合格

近日，质检总局公布了2016年玩具产品质量国家监督专项抽查的结果：今年共抽查了山东、江苏、上海、浙江、福建、广东6个省(市)300家企业生产的300批次产品，经检验，有12家企业生产的12批次产品不符合标准要求，抽查合格率为96%。



今年抽查的 300 批次产品，包括塑胶玩具、电玩具、娃娃玩具、金属玩具和弹射玩具 5 种类别，重点对机械和物理性能、燃烧性能、特定元素的迁移、标志和使用说明等项目进行了检验。其中，塑胶玩具抽查 212 批次，8 批次不合格；电玩具抽查 77 批次，3 批次不合格；金属玩具、娃娃玩具、弹射玩具因企业分布少，共抽查 11 批次，弹射玩具发现 1 批次不合格。本次抽查发现的主要问题是塑料袋或塑料薄膜、可预见合理滥用测试中的小零件、正常使用测试中的可触及的锐利尖端等项目不合格。

据悉，质检总局今年重点抽查了浙江省、广东省 2 个玩具集中产区，其中浙江省占本次抽查企业总数的 35%，抽查合格率为 96.2%；广东省占本次抽查企业总数的 42.7%，抽查合格率为 96.1%。玩具产品中重点突出抽查了塑胶玩具，共抽查 212 批次，占抽查产品批次总数的 70.7%，合格 204 批次，抽查合格率为 96.2%。

质检总局表示，对于本次抽查中产品质量不合格的生产企业，要依法开展后处理工作。对抽查中发现产品质量不符合国家强制标准的，应依法责令企业停止生产销售不合格产品。针对本次抽查中反映出的突出质量问题，如玩具的塑料袋和塑料薄膜、可预见合理滥用测试中的小零件，要加大对生产企业的后续跟踪监督检查力度。

另据中外玩具网此前报道，国家质检总局正在向社会征集 2017 年产品质量国家监督抽查消费品目录建议，票数排名前十的产品依次为食品用塑料制品、玩具、学生用品、汽车制动器衬片、童车、汽车轮胎、食品用纸制品、移动电话、笔记本电脑、空气净化器。这 10 种产品将全部纳入 2017 年产品质量国家监督抽查。

（三）互联网+共享经济 玩具租赁或有新突破

近年 Uber、Airbnb 等外国互联网公司的业务迅速在全球拓展，吸引了大批中国科技企业跟风模仿。它们所代表的共享经济理念也对中国的创业者产生了深远的影响。而 10 多年前便已在国内出现的玩具租赁，能否在此次互联网+时代风潮中实现新突破？

风口上的共享经济

今年 4 月在上海正式推出，两个月后，选择跟上海杨浦区合作，在大学校区、创业者园区、公共社区进行投放。而在广州，最先试点投放的区域，集中在天河 CBD 里。

实际上，早在 2015 年，北大校园的学生创业项目 ofo 共享单车就用相似的理念让多个高校的学生将自己的自行车转让给 ofo，以换取所有共享自行车的免费使用权。



10月10日上午消息，共享单车项目 ofo 宣布完成 1.3 亿美元 C 轮融资，并宣布走出校园进入城市运营，将首先在上海和北京开始试运营，开始了与摩拜单车的正面对碰。

探索共享经济新模式很有可能就是 2016 年末、2017 年初最大的风口。

互联网+玩具租赁

实际上，10 多年前就有玩具业人士以共享经济的思维做玩具租赁生意，但却一直没有十分成功的案例跑出。业内人士表示，虽然玩具租赁业进入门槛较低，但玩具更新费用很大，较高档的玩具如单价高，一般的玩具租赁店难以承受。经营越久，假如玩具更新资金跟不上，玩具种类就显得单一，孩子没有了新鲜感，租赁店就很难维持下去。高昂的运营成本和难以规模化运作让玩具租赁难以做强做大。

互联网+时代的到来，让共享经济有了大展拳脚的空间。9 月份一个名为“玩具超人”的玩具租赁平台登上了《一块投吧》电视节目，创始人的理念得到了节目导师的认可，其中俞洪敏(新东方教育集团董事长)表示将参与该项目的投资。

更早之前的 8 月，面向儿童提供中高端玩具租赁服务的平台--玩多多也正式上线运营，获得千万级美元 A 轮融资，成为该领域单笔融资额最大的玩具租赁服务平台。

玩多多创始人罗剑曾是赶集网的联合创始人。运营赶集期间，二手频道中玩具品类的高流量、高交易量、高换手率让罗剑印象深刻，也让罗剑意识到，这是一个巨大、且尚未被互联网深度开发的领域。二次创业，罗剑选择进入中高端玩具和用品租赁领域。对比国内儿童玩具和用品租赁市场，玩多多将品牌定位于更高端，以玩具品牌多、单品数量多、玩具品质高三项优势强势进入，从数量到质量，全面满足孩子的需求。

在国外，有一家叫 Pley 的企业，初创时主要做乐高玩具的就近租赁，今年并购了一家玩具公司，业务从乐高拓展到多品类。实际上，这家公司能够给我们国内融合互联网+的玩具租赁企业很大的启示：一，以高端玩具为切入口，集中品类。这类产品的用户付费能力强，租赁风险小；二，依赖知名品牌，获客成本相对较低；三，统一采购以取得价格优势，并保持上游供应链稳定。

未来的玩具租赁能否实现新突破，甚至成为共享经济中的新亮点，让我们密切关注。



二、全国区域动态

（一）深圳龙岗玩具出口约占全市五成

11月2日，深圳首个省级出口玩具产品质量安全示范区授牌仪式在龙岗区举行，38家玩具企业成为首批示范区企业。深圳检验检疫局副局长钟文强、龙岗区副区长陈广文出席授牌仪式。

据了解，创建出口玩具产品质量安全示范区是龙岗区落实“质量强区”战略，推动“深圳质量”、“深圳标准”建设，引导玩具企业向产业价值链微笑曲线两端延伸，提升龙岗玩具产业核心竞争力和品牌影响力，促进传统优势产业转型升级的重要举措。

玩具产业是龙岗的优势传统产业。经过多年的发展，龙岗已经成为全国先进的玩具设计、生产制造基地，形成了具有国际竞争力的玩具产业集群。目前，龙岗玩具已由“龙岗制造”向“龙岗智造”转变，玩具出口额连续多年位居深圳各区第一，占深圳玩具出口总额约五成，产品出口至美国、欧洲、日本和中国香港等国家和地区。

（二）前三季度浙江玩具出口大幅增长 28.5%

今年前三季度，浙江省对外贸易总体呈现止跌转升、震荡向好态势。据杭州海关统计，前三季度浙江省进出口值 16210.1 亿元，增长 2.0%；其中，出口 12971.7 亿元，增长 2.7%，进口 3238.4 亿元，下降 0.9%。

从每季度数据来看，全省进出口、出口、进口同比均实现由负转正，呈逐季震荡向好态势。

全省民营企业进出口 11427.2 亿元，增长 6.5%，占全省进出口总值的 70.5%，占比较去年同期提高 3 个百分点；其中出口 9773.2 亿元，增长 6.9%，占 75.3%，占比较去年同期提高 2.9 个百分点，增速和比重均高于全国平均水平，为浙江省外贸增长绝对主力。

浙江省高新技术产品进出两旺，出口 810.3 亿元，增长 8.7%，进口 381.4 亿元，增长 11.1%，优于全省进出口整体水平。其中，太阳能电池出口增长 23.4%，集成电路进口增长 13.8%，表现尤为显眼。

劳动密集型产品出口表现不一。**玩具出口大幅增长 28.5%**，而纺织品增长仅为 0.9%、服装、鞋类出口则下降 1%和 1.2%。此外，医药品、医疗器械出口增长 8.2%和



19.8%，前三季度出口一直保持相对稳定。

全省跨境电子商务 B2C 方式出口 33.6 亿元，增长 1.1 倍，拉动全省出口增长 0.14 个百分点，但 9 月当月出口增速已放缓至 18.5%，保税进口 56.6 亿元，增长 1.1 倍。

（三）玩具出口取消法检 泉州企业喜忧参半

9 月起，玩具、童车、儿童用安全座椅等 15 个商品类别无需经法定检验检疫即可出口。国家质检总局将玩具、童车和儿童用安全座椅调整监管类别，意味着检验检疫部门将不再对其实施出口法检，出口玩具企业或其发货人、代理人也无需再持由检验检疫部门签发的《出境通关单》即可向海关申办出口手续。

我国是世界最大的玩具生产国和出口国，全球市场上超过三分之二的玩具产品来自中国。其中，石狮玩具出口同样保持了良好发展势头。来自石狮检验检疫部门的统计数据显示，2016 年上半年，泉州出入境检验检疫局石狮办事处共受理检验出口玩具 252 批次、货值 1011.3 万美元，分别比增 1.61%、28.50%。

与此同时，我国出口玩具也在国外屡遭通报，或不准销售，或被采取扣关等措施，致出口企业蒙受损失，主要是企业对国外技术性贸易措施不够了解、自身检测能力有待提升、产品设计与质量控制环节有待加强等原因造成。

业内人士认为，出口玩具不再实施法定检验，对于泉州的玩具、童车、儿童用安全座椅等相关生产企业是重磅利好，将刺激产量提升；而另一部分业者则态度谨慎，认为放量增长将进入一个“大浪淘沙”的新时期，企业能否活得更滋润，关键看产品质量。事实上，在失去出口商品检验最后一道关的情况下，玩具行业更要自律，“玩具企业应该不断提高生产质量，达到出口国市场的质量检测标准。虽然这样做成本较高、难度较大，但是只有这样才能出口更多的玩具产品。”



VI 本月海外市场扫描

一、印度尼西亚进口玩具七成来自汕头市澄海区

近日，由印尼玩具协会会长赖接福率领的印尼商贸考察团到汕头市澄海区宝奥城实地考察，高度评价“中国玩具礼品之都”澄海玩具的创新研发、制造水平。在采购对接会上，10多家随团的印尼玩具企业、采购商还与澄海当地20家玩具企业面对面交流洽谈，寻找合作商机。

近年来，澄海区响应国家“一带一路”战略，积极组织企业“走出去”，拓展与海上丝绸之路沿线国家的经贸合作，通过参加展会、经贸考察和对外投资，宣传推介澄海玩具区域国际品牌。今年5月还组织42家玩具企业参加广东(印尼)商品展览会，进一步打响“澄海玩具”的知名度。宝奥城作为国内首个玩具产业综合体，今年成功举办第18届中国澄海玩具博览会后，吸引了众多玩具采购商慕名而来，目前，宝奥城已形成采购、仓储、物流、配送、通关于一体的交易服务平台。

赖接福表示，印尼已成为中国玩具出口的新兴市场，目前每月从中国进口玩具1000个货柜中，就有七成来自汕头澄海，未来两地经贸发展潜力巨大。印尼是人口大国，玩具市场需求巨大，但玩具厂家较少，澄海玩具企业的设计、生产、销售值得印尼学习，特别是宝奥城让厂家和市场实现无缝对接。下来将推动印尼与汕头澄海两地在玩具产业投资、研发、制造以及市场拓展等方面的合作。同时，借助宝奥城这个平台，推介更多印尼玩具进口商到澄海采购对接活动，实现合作共赢。

二、俄罗斯市场科学类玩具兴起 拼图稳守一席位

现在的俄罗斯儿童，当看到一些例如洋娃娃、泰迪熊及玩具车等传统玩具时，已不会感到太雀跃。最近一项业界调查发现，俄罗斯的玩具和游戏市场，四分之一由积木及「STEM」产品所占据。

STEM是「科学、科技、工程、数学」的英文缩略语，是指那些益智与趣味并重的玩具，其中包括儿童实验室工具及益智实验，能让求知欲旺盛的孩子初步认识化学、物理及生物的奇妙之处。



整体而言，2016 年首季，俄罗斯玩具和游戏的销路，以数量计算收缩近 20%；以价值计则减少了 8%。此现象可能与俄罗斯人整体收入减少、而消费物价上涨有关。以往，市场占绝大多数的是进口玩具和游戏产品，但 2016 年本土产品所占份额已升至 20%，而 2014 年的比例仅为 10%。自美国及欧盟对俄罗斯实施制裁后，本土产品的市场占有率才开始增加。

不过，积木的销路未有受市场跌势影响。即使积木较其他类型玩具平均要贵 20%，但是这类产品的销量在 2016 年首 6 个月仍然按年增加 33%。

事实上，积木的需求主要是来自孩子的父母。他们希望促进子女智力发展，但又不想购买较昂贵的高科技玩具，例如机械狗 Robodogs 和任天堂(Nintendo)游戏机。

还有另一个现象，就是一般称为组合套装的产品涌现。这类玩具混合了积木和传统玩具，最流行的产品包括洋娃娃屋、模型农场及机场套装。

此外，棋盘游戏及拼图亦出现复兴现象。这类玩具之所以需求增加，是由于价钱容易负担，以及父母本身很喜欢那份怀旧气息。拼图售价平均只是 3 美元，而棋盘游戏约 9 美元便买到。本土制造的这类产品占市率高达 40%，不过进口产品进军俄国市场的潜力仍然很大。

目前，积木占俄罗斯玩具和游戏市场约 25%。其次为洋娃娃，占 19%，但呈现下跌趋势。户外游戏和运动用品则占 14%，正在增长中。

排在后面是模型汽车及货车，市场比率占 12%。与兴趣相关的玩具则保持稳定，约有 7%。电视及电影动作人偶为 6%；棋盘游戏及拼图亦占 6%，正在上升。软身玩具占 4%，而适合儿童使用的电子产品则占 2%。



VII 重点企业追踪

一、星辉娱乐三季报：玩具业务营收下降一成 游戏及体育业务上涨

星辉娱乐日前发布三季度财务报告：公司 2016 年前三季度营业收入 16.4 亿元，同比增长 43.96%，归股东净利润 3.71 亿，同比增长 49.77%，扣非归股东净利润 3.45 亿，同比增长 102.75%。

公告显示，今年前三季度，星辉娱乐玩具及婴童业务实现营业收入达到 53,931.73 万元，同比减少 9.62%。其中车模玩具业务实现营业收入达到 40,347.84 万元，同比减少 13.60%；婴童用品业务实现营业收入 13,583.89 万元，同比增长 4.74%。

星辉娱乐指出，公司在电商渠道及新兴渠道依然保持不错的增长势头，其中电商渠道较上年同期增长 43.74%。而来自儿童自行车、儿童旅行箱等新业务的营业收入达 2,857.31 万元，较去年同期增长 50.79%。

研发方面，玩具板块公司共申请专利 10 项，其中实用新型专利 2 项，外观专利 8 项。

星辉娱乐前身为星辉车模，2014 年，公司证券简称变更为“互动娱乐”，今年，公司又变更为“星辉娱乐”。证券简称的变更也反映了公司业务中心的转变。

国元证券指出，星辉娱乐前三季度营收、净利润均实现较大增长，主要原因是趣丸网络和皇家西班牙人业绩并表所致，公司前三季度游戏业务增长态势良好，营业收入 7.15 亿，同比增长 104.63%，体育业务营收 3.52 亿，未来有望成为公司新的利润增长点。

二、奥飞设立婴童子公司，全面进军婴童用品市场

国内动漫玩具行业龙头——奥飞娱乐股份有限公司(奥飞娱乐)在婴童用品市场的布局上又迈出重要一步——日前，奥飞娱乐正式宣布，出资 2000 万人民币成立全资子公司“广州奥飞婴童用品有限公司”(奥飞婴童)，全面进军婴童用品市场。

奥飞娱乐公告指出，根据公司战略发展需要与经营管理规划，奥飞婴童将负责拓



展婴童耐用品事业，包括整合发展 BabyTrend 品牌(涵盖婴儿车、安全座椅、旅行床、餐椅等产品线)、澳贝品牌旗下智能婴儿床产品线，以多品牌覆盖多品类，全面进军婴童用品市场。

据中外玩具网此前报道，奥飞娱乐于 4 月 26 日宣布，斥资 1.4 亿美元全资收购北美地区综合排名前两位的婴童出行用品公司 Baby Trend Inc，以及其在国内的主要产品供应商东莞金旺儿童用品有限公司。

资料显示，Baby Trend 公司主要从事婴儿车、安全座椅、睡床、高餐椅等儿童用品开发和销售，拥有“Baby Trend”和“MUV”两大独立品牌，是美国第二大的婴童出行用品公司；东莞金旺是一家主营婴童用品如婴儿车、汽车安全座椅、婴儿床、学步车等公司，是美国婴童市场的主要供应商之一，拥有完整的采购生产能力及进出口相关认证。

奥飞娱乐原有婴童品牌“澳贝”拥有一定的品牌知名度和市场份额，但主要以婴童玩具为主，在童车、儿童安全座椅等婴童出行用品方面长期空缺。随着国内婴童市场竞争加剧，各类婴童品牌渠道崛起，奥飞娱乐希望通过并购延伸产业链，增强竞争力。

中外玩具网获悉，Baby Trend 公司于 2016 年 5 月末并表，并承诺业绩 2016—2018 年分别为 810 万美元、900 万美元、990 万美元。半年报显示，奥飞通过收购 Baby Trend 和东莞金旺，扩展母婴用品市场和海外市场，报告期内授权及婴童用品业务同比增加 22.15% 至 1.04 亿。

未来，拥有“超级飞侠”、“喜羊羊与灰太狼”、“巴拉啦小魔仙”、“铠甲勇士”等热门动画 IP 的奥飞娱乐，如何玩转婴童用品市场，我们将拭目以待。

三、邦宝益智：IP 产品发布坚定文化布局信心

2016 年前三季度，公司分别实现营业收入、营业利润和归属于上市公司股东的净利润 2.15 亿元、5,460.83 万元和 4,932.24 万元，同比分别下降 9.76%、5.06% 和 2.16%。实现全面摊薄 EPS0.23 元/股，符合预期。经营活动净现金流为 4,435.71 万元，低于同期净利润。分季度看，公司 Q1/Q2/Q3 营收同比增速分别为 -8.31%/3.52%/-20.57%，归母净利润同比增速分别为 -9.89%/24.90%/-10.80%。

经营分析



营收下滑，利润率略有提升。前三季度，公司收入继续负增长(-9.76%)，毛利率小幅提升至 39.72%(+1.98pct.)。期间费用率增加 2.91pct.。其中，销售费用率、管理费用率及财务费用率提升 0.19pct./2.58pct./0.14pct.，由于公司正处于新业务推广期，因此各项费率有所增加。此外，公司归母净利润率为 22.95%(+1.78pct.)，盈利能力略有提升。

行业整体发展良好，三因素持续催化市场需求。今年以来，我国玩具行业持续转好，1-7 月玩具行业完成累计主营收入 1,146.50 亿元，同比增速为 7.40%，较去年前 7 月增速提升 1.35%。玩具出口方面也不断改善，前 9 月玩具出口累计金额达 850.73 亿元，同比增速为 9.90%。从数据上看我国玩具行业整体依旧保持中高速发展趋势。受益于以下三大核心因素，未来我国玩具行业潜力巨大：1)我国已经进入第三次消费升级，居民正从改善型消费升级为享乐型消费，直接推动文化、教育和娱乐等行业的发展；2)国务院早在 2010 年已颁布防止幼儿园小学化的相关政策，此背景下，寓教于乐的益智玩具未来市场需求将加速扩大；3)根据卫计委的测算，“全面二胎”政策实施后，每年将新增 250 万个新生儿，玩具消费的主力人群显著扩容。

IP 玩具正式发布，文化布局初落地。10 月 19 日，公司在“中国国际玩具及教育设备展览会”发布了 IP 授权产品“邦宝炮炮兵系列”和独立 IP 产品“邦宝功夫神侠”系列，两个系列共计 16 款产品。其中，“功夫神侠”系列所有故事情节和人物设计全部由公司独立开发完成。在授权 IP 的选择方面，公司选择了以网络表情包为基础的“炮炮兵”，该款 IP 为大众所喜闻乐见，具有广泛群众基础。本次发布的两款 IP 玩具均为首次亮相，预计明年上半年可以实现全国销售。在售价方面，根据我们草根调研结果显示，由于两款产品积木组件都为千粒以上，且皆采用了全新的注塑模具，初步预计零售价格较其他非 IP 类产品将略高出 10-15 个百分点左右。我们认为，公司向文化和教育做产业延伸方向明确，IP 产品发布代表产业延伸的初步落地，未来对标乐高发展模式值得期待。

产品亮相德黑兰，新兴市场潜力大。9 月，“第七届伊朗国际婴童用品及玩具展”在德黑兰开幕，公司成为中国玩具品牌在伊朗的首次亮相。伊朗作为经济市场的新兴力量，已于 2013 年 8 月宣布取消实施 20 年的《计划生育法》，并斥资 1,900 亿里亚尔(约合 1,000 亿人民币)用于鼓励国民生育，将人口目标定为从当前的 8,000 万增长至 2050 年的 1.5 亿-2 亿。“生育潮”将直接扩大母婴用品和玩具用品的市场需求，预计在未来伊朗市场确定扩容的前提下，公司作为第一家参展的中国玩具企业，未来



市场开拓潜力巨大。

四、高乐股份：优化资产加速布局教育，玩具恢复增长

公司前三季度营业收入 3.5 亿元(YoY+7.1%)，其中三季度 1.46 亿元(YoY+49.1%)，归母净利润 0.38 亿元(YoY-18.2%)，其中三季度 0.15 亿元(YoY-7.0%)。公司预计全年归母净利润 5027~7261 万元(YoY-10%~+30%)。三季度业绩大幅增长主因是土地使用权转让收益，全年业绩指引中枢上升主因是土地转让与泛爱众并表。

收购泛爱众布局教育，股东高持股+低杠杆+多土地有望加速推进布局。公司斥资 9000 万元现金收购泛爱众 100% 股权正式布局教育，对应承诺利润为 2016-2018 年 800、1100、1300 万元，且被收购方以转让款的 90% 在 6 个月内购买公司股票并锁定。泛爱众致力于提供一体的“开发+运营+内容”教育信息化服务，目前主要与广东省内 735 所中小学学校签订协议，旗下“孝信智云教育”平台注册人数约 26 万人，其中学生 23 万人，老师近 3 万人，按照平台学生向学校收费，每人每学期收费 43 元，2015 年净利润 476 万元。公司公告中表示将通过投资、并购等手段，选择符合战略的教育相关领域资产，快速实现教育产业布局。考虑公司前三大股东作为家族一致行动人持股比例 48%，资产负债率 2%，本次转让土地盘活现金约 1 亿元，其余地产储备变现可观。公司具备足够资源围绕 K12 进行加速布局。

五、小熊尼奥获 B 轮 2.5 亿元融资

10 月 21 日消息，儿童互动智能产品公司小熊尼奥宣布获得 B 轮 2.5 亿元融资，由新天域资本领投，GGV 纪源资本、高通、华西集团、乐道、源之道跟投。

小熊尼奥为央数文化(上海)股份有限公司旗下品牌，公司成立于 2009 年 12 月，专注于动漫、高科技和儿童早教的融合。2013 年 4 月，推出梦境盒子并采用 AR 技术，梦境盒子和口袋动物园为其两大主打产品，口袋动物园是国内 AR 玩具的第一个百万级爆品。

私募通数据显示，小熊尼奥此前曾获得，六禾创投数千万天使轮投资；2015 年 9 月，获得 1.2 亿元 A 轮融资，由纪源资本领投，美国高通公司、中兴合创、国金证券、海通开元资本、六禾创投跟投。

小熊尼奥创始人熊剑明在探索过程中摸索出了走学龄前教育、轻教育模式，把游



戏和教育相结合。从外观设计到卡通形象，再到 3D 动画、电影等产品陆续推出，硬件、软件、内容等不断丰富，打造了自己的 IP。小熊尼奥也成为美国高通全球投资第二家 AR 企业，迪士尼在中国的第一家内容供应商。

从去年年初刷爆朋友圈的 3D 小熊到今年的爆款游戏 Pokemon Go，AR 技术又迎来了春天。在和游戏、营销、教育等的结合下，更是充满了机遇。正如熊剑明在此前的采访中所说：“这一次我是踩对点了。”



VIII 玩具行业机会风险分析

图表 12：2016 年 11 月中国玩具行业机会、风险分析

序号	影响因素	风险	机会
1	行业环境	一方面外需市场回落、国内生产成本上升，中国玩具出口面临诸多压力；另一方面，海外品牌大举进入，令得本土品牌压力倍增，玩具企业不得不重视并积极调整经营策略。	随着国内二孩政策的放开，婴童市场的巨大潜力被广泛看好，也促成了这一“玩具博物馆+游乐场”的落地。而 9 月玩具出口取消法检，我国玩具、童车、儿童用安全座椅等相关生产企业而言是重磅利好。
2	经营情况	2016 年 1-9 月，我国共计对外出口传统玩具 126.41 亿美元，同比上升 9.93%，环比下降 3.15%	9 月各地批发市场波澜不惊，户外玩具、积木玩具、婴童玩具、触摸型故事机等各有亮点，毛绒玩具部分商家开始陆续备货。
3	产业链	2016 年 1-9 月中国出口塑料制品 769 万吨，与去年同期相比增长 6.7%；出口金额达 2687.30 千万美元，同比下降 2.9%。	动漫游戏、影视、音乐等产业将相互融合，衍生品市场晚上，未来我国动漫产业结构将不断优化。玩具行业在动漫产业基础上得到较好的发展机遇。

贷款建议：今年变形玩具依旧是玩具市场经久不衰的主流产品之一，而键变形遥控车和爆裂飞车等这类变形操作更简易的新型变形玩具成为市场的新宠，建议银行可以重点关注具有创新性的行业龙头企业。

数据来源：银联信



免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。