

2017年第10期

中国玩具行业研究月报

2017年10月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



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



目 录

I 宏观经济	5
一、本月宏观经济运行及影响	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.....	8
(四) 进出口情况分析.....	10
二、财政货币政策	11
(一) 财政政策.....	11
(二) 货币政策.....	13
II 本月关注	15
一、小白龙“玩具+IP”模式发力营收实现 1-100 跨越	15
二、中国女孩获 Kind+Jugend “最佳儿童设计奖”	16
III 本月行业运行分析	18
一、印度修订玩具进口政策玩具业受冲击	18
二、全球最大玩具零售商破产殃及国企债务近 50 亿美元	18
IV 上下游市场分析	20
一、产业链上游分析	20
(一) 塑料行业分析.....	20
(二) 纺织行业分析.....	20
二、产业链下游分析	22
(一) NPD 集团发布英国畅销超级英雄系列玩具.....	22
(二) RPG 游戏 2017 年复苏同比增长超 50%.....	23



V 本月行业快讯	25
一、行业要闻	25
(一) 群兴玩具终止收购时空能源 4 年 3 次重组均失败	25
(二) 香港 12 款灯笼玩具无标识被禁售	26
二、全国区域动态	26
(一) 中国授权产品质量调查报告发布	26
(二) CTE 中国玩具展打造“进化”平台，开辟新科技玩具专区	27
(三) 合肥市工商局抽检网售商品儿童玩具类合格率 31.25%	27
VI 本月海外市场扫描	28
一、欧盟玩具指令拟修订“铬壁垒”风险或将大增	28
二、英国玩具市场连续 3 年增长后，2017 年收缩 7%	29
VII 重点企业追踪	31
一、恒大接棒万达再战迪士尼欲建 15 个主题乐园	31
二、特斯拉推出玩具电动车	32
VIII 玩具行业发展趋势分析	33
一、质量和安全标准日益提高	33
二、高科技含量玩具产品越来越受到消费者欢迎	33
三、产品更新换代速度加快，行业技术标准不断提高	33
四、市场逐渐向具有品牌影响力的企业集中	34



图表目录

图表 1: 中国制造业 PMI(月度)(%)	5
图表 2: 非制造业 PMI.....	6
图表 3: 2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅 (单位: %)	8
图表 4: 8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅 (单位: %)	9
图表 5: 8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 (单位: %)	10



I 宏观经济

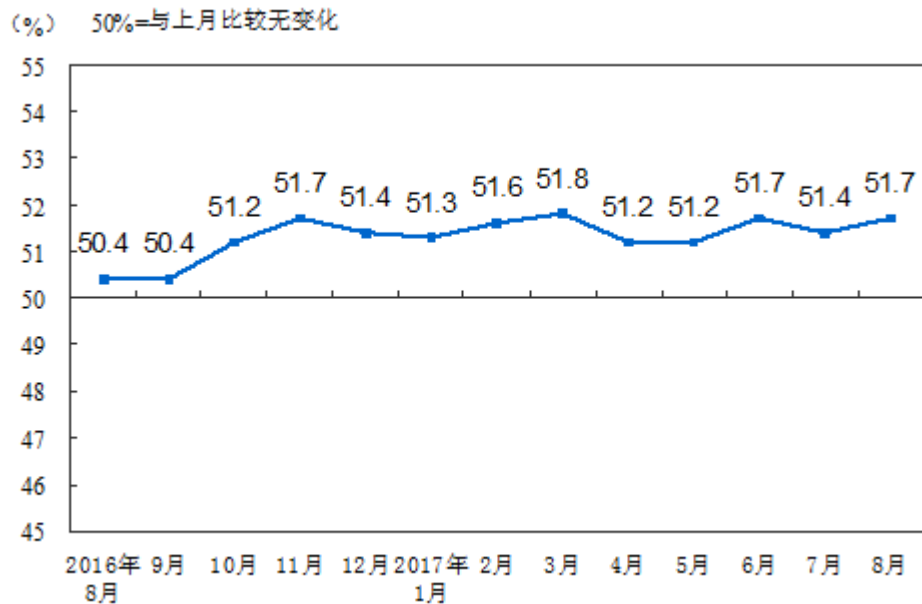
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017年8月中国制造业采购经理指数为51.7%

2017年8月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.3个百分点，制造业总体保持稳中向好的发展态势。

图表 1：中国制造业 PMI (月度) (%)



分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.8%，比上月微降 0.1 个百分点；中型企业 PMI 为 51.0%，比上月上升 1.4 个百分点，重回扩张区间；小型企业 PMI 为 49.1%，比上月回升 0.2 个百分点。

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，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 54.1%，比上月上升 0.6 个百分点，继续位于临界点之上，表明制造业生产增速有所加快。

新订单指数为 53.1%，比上月上升 0.3 个百分点，持续位于临界点之上，表明制



制造业市场需求进一步改善。

原材料库存指数为 48.3%，比上月下降 0.2 个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续下降。

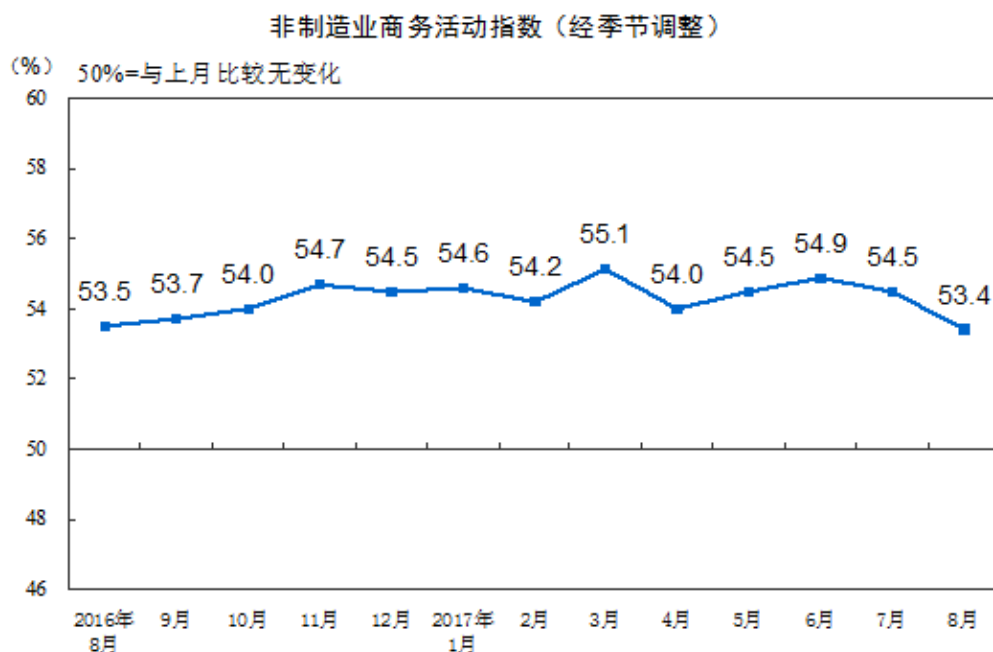
从业人员指数为 49.1%，比上月下降 0.1 个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为 49.3%，比上月下降 0.8 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间有所放缓。

2. 2017 年 8 月中国非制造业商务活动指数为 53.4%

2017 年 8 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.4%，比上月回落 1.1 个百分点，继续保持在临界点之上，非制造业总体仍延续扩张态势。

图表 2：非制造业 PMI



分行业看，服务业商务活动指数为 52.6%，比上月回落 0.5 个百分点，服务业继续保持增长，但增速略有放缓。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输、互联网及软件信息技术服务等行业商务活动指数均连续位于 60.0% 以上的高位景气区间，业务总量快速增长。批发业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数位于收缩区间，业务总量有所回落。建筑业商务活动指



数为 58.0%，比上月回落 4.5 个百分点，仍高于临界点，企业生产增速有所放缓。

新订单指数为 50.9%，比上月回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速略有回落。分行业看，服务业新订单指数为 50.3%，比上月上升 0.1 个百分点，连续 4 个月高于临界点。建筑业新订单指数为 54.5%，比上月回落 1.5 个百分点，仍高于临界点。

投入品价格指数为 54.4%，比上月上升 1.3 个百分点，连续位于临界点以上，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体水平继续上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为 53.2%，比上月上升 1.3 个百分点。建筑业投入品价格指数为 61.4%，比上月上升 1.6 个百分点。

销售价格指数为 51.5%，比上月上升 0.6 个百分点，连续两个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平持续上涨，且涨幅扩大。分行业看，服务业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.4 个百分点。建筑业销售价格指数为 54.4%，比上月上升 1.9 个百分点。

从业人员指数为 49.5%，与上月持平，继续位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，与上月持平。建筑业从业人员指数为 54.3%，比上月微升 0.1 个百分点。

业务活动预期指数为 61.0%，比上月微落 0.1 个百分点，连续 4 个月位于 60.0% 以上的高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.1%，比上月回落 0.3 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 66.0%，比上月上升 0.7 个百分点。

（二）工业生产者价格变动情况

2017 年 8 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 6.3%，环比上涨 0.9%。工业生产者购进价格同比上涨 7.7%，环比上涨 0.8%。1-8 月平均，工业生产者出厂价格同比上涨 6.4%，工业生产者购进价格同比上涨 8.4%。

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 8.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.1 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.2%，原材料工业价格上涨 11.0%，加工工业价格上涨 6.4%。生活资料价格同比上涨 0.6%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.7%，衣着价格上涨 1.4%，一般日用品价格上涨 0.8%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为 0，下同）。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨 15.4%，有色金属材料及



电线类价格上涨 15.3%，燃料动力类价格上涨 11.8%，建筑材料及非金属类价格上涨 9.5%。

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 1.2%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.9 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 1.8%，原材料工业价格上涨 1.7%，加工工业价格上涨 1.0%。生活资料价格环比上涨 0.1%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格持平，一般日用品价格上涨 0.2%，耐用消费品价格下降 0.1%。

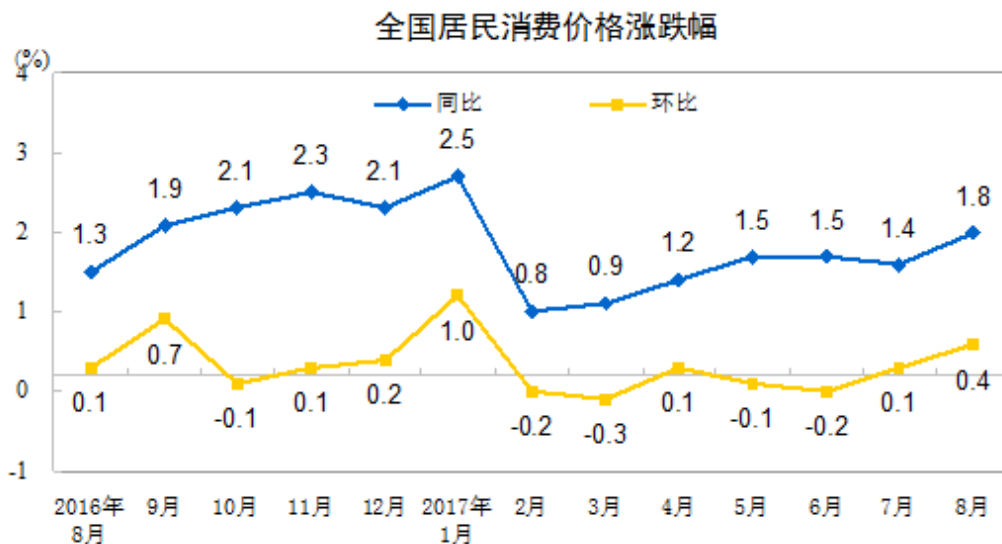
工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 2.5%，黑色金属材料类价格上涨 2.4%，燃料动力类价格上涨 0.7%。

（三）居民消费价格变动情况

2017 年 8 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.8%。其中，城市上涨 1.9%，农村上涨 1.5%；食品价格下降 0.2%，非食品价格上涨 2.3%；消费品价格上涨 1.0%，服务价格上涨 3.1%。1-8 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.5%。

8 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.4%。其中，城市上涨 0.4%，农村上涨 0.5%；食品价格上涨 1.2%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格上涨 0.5%，服务价格上涨 0.2%。

图表 3：2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅（单位：%）



1. 各类商品及服务价格同比变动情况

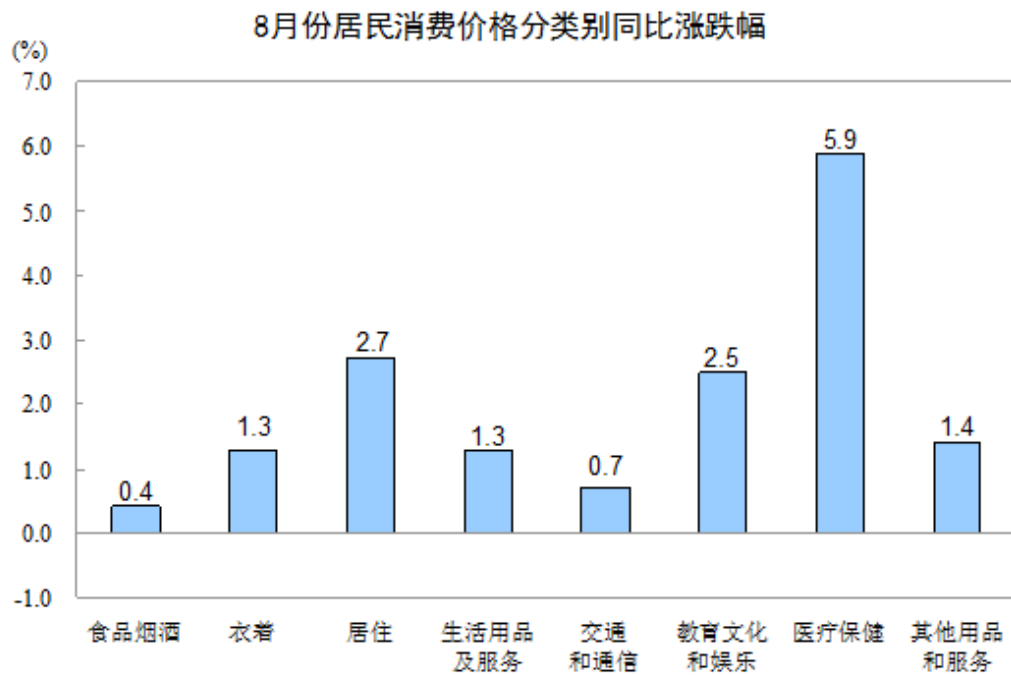
8 月份，食品烟酒价格同比上涨 0.4%，影响 CPI 上涨约 0.13 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 9.7%，影响 CPI 上涨约 0.22 个百分点；蛋类价格上涨 4.3%，影响 CPI



上涨约 0.03 个百分点；水产品价格上涨 3.8%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；粮食价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；畜肉类价格下降 8.4%，影响 CPI 下降约 0.42 个百分点（猪肉价格下降 13.4%，影响 CPI 下降约 0.39 个百分点）。

8 月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、居住、教育文化和娱乐价格分别上涨 5.9%、2.7%和 2.5%，其他用品和服务价格上涨 1.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨 1.3%，交通和通信价格上涨 0.7%。

图表 4：8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅（单位：%）



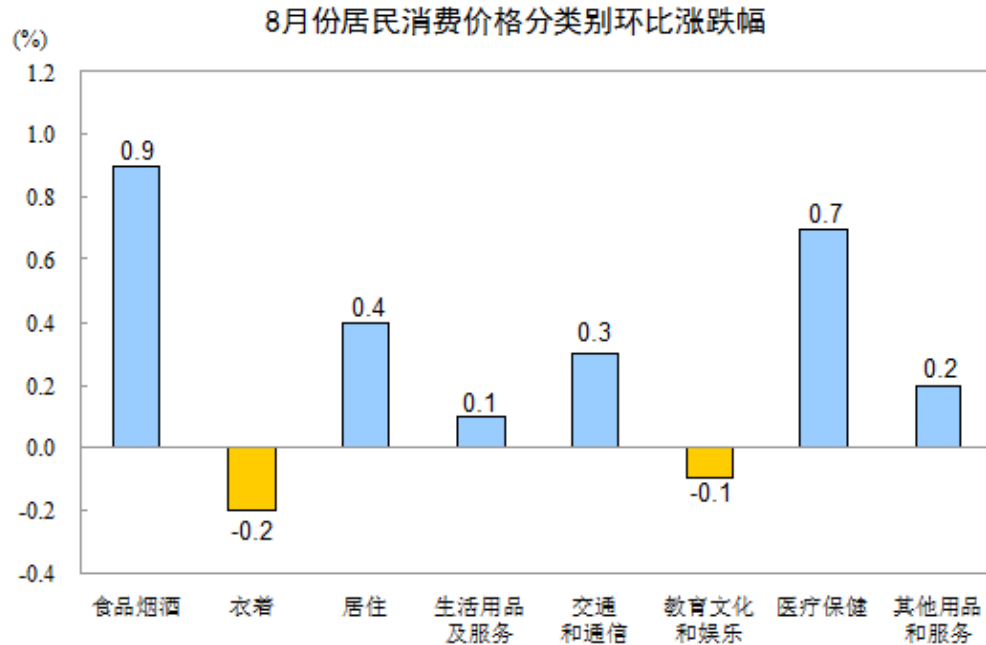
2. 各类商品及服务价格环比变动情况

8 月份，食品烟酒价格环比上涨 0.9%。其中，蛋类价格上涨 13.5%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；鲜菜价格上涨 8.5%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点；畜肉类价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点（猪肉价格上涨 1.3%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点）；鲜果价格下降 4.2%，影响 CPI 下降约 0.07 个百分点；水产品价格下降 1.1%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点。

8 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，医疗保健、居住、交通和通信价格分别上涨 0.7%、0.4%和 0.3%，其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 0.2%和 0.1%；衣着、教育文化和娱乐价格分别下降 0.2%和 0.1%。



图表 5：8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅（单位：%）



（四）进出口情况分析

海关总署 9 月 8 日发布的数据显示，前 8 个月，我国货物贸易进出口总值 17.83 万亿元，同比增长 17.1%。其中，出口 9.85 万亿元，增长 13%；进口 7.98 万亿元，增长 22.5%。8 月当月，我国进出口总值 2.41 万亿元，增长 10.1%。其中，出口 1.35 万亿元，增长 6.9%；进口 1.06 万亿元，增长 14.4%。外贸总体延续了今年以来的平稳增长态势。

随着下半年对比基数的逐步抬高，人民币汇率上升效应的进一步显现，第三季度出口增速或将继续放缓，而进口仍有望保持较高的增长速度，但外贸对经济的贡献将不及上半年。

尽管出口增速略有放缓，但今年外贸整体形势较为乐观。近几个月来，预订中欧班列（义乌）仓位的商户都要提前 2 周左右排队。截至 7 月底，中欧班列（义乌）标箱运量同比增长了 1.4 倍。

伴随着贸易量的增加，贸易结构有所优化。前 8 个月，我国一般贸易进出口 10.12 万亿元，增长 17.9%，占我国进出口总值的 56.7%，比去年同期提升 0.4 个百分点。从贸易主体看，民营企业仍是外贸市场的生力军。前 8 个月，民营企业进出口 6.87 万亿元，增长 18.3%，占我国进出口总值的 38.5%，较去年同期提升 0.4 个百分点。



其中，出口 4.62 万亿元，增长 15.4%，占出口总值的 46.9%。

从商品类型看，机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力，铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升。这表明外贸增长是对传统产品依赖较大，出口复苏的基础尚不牢固。得益于供给侧结构性改革的深化及环保要求的提高，大宗商品的进口需求有所增加，释放出内需市场复苏较为平稳的信号。

剔除基数、人民币升值等因素外，美联储“缩表计划”以及推出 301 条款、欧元区退出量化宽松等举措，都将对我国出口形成不利影响。不过，最新一期我国外贸出口先导指数为 41.9，与上月基本持平，其中出口企业综合成本指数、出口经理人信心指数均有一定回升，表明外贸出口动能犹在。

由于国内经济发展好于预期，大宗商品进口量价齐升，而人民币升值将进一步带动进口的增加。与此同时，随着圣诞、元旦等传统采购季的临近，将对出口市场形成一定的支撑。总体看，第三季度外贸进出口仍将保持比较平稳的态势。

二、财政货币政策

（一）财政政策

8 月份，全国一般公共预算收入 10652 亿元，同比增长 7.2%。其中，中央一般公共预算收入 5106 亿元，同比增长 6.2%；地方一般公共预算本级收入 5546 亿元，同比增长 8.2%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8907 亿元，同比增长 16%，比上半年和 7 月份增幅都有所提高，主要是经济运行平稳向好、价格上涨等因素带动；非税收入 1745 亿元，同比下降 22.5%，主要是去年同月基数较高。

主要收入项目情况如下：

1. 国内增值税 3908 亿元，同比增长 19.3%。其中，改征增值税增长 13.6%。
2. 国内消费税 856 亿元，同比增长 2.9%。
3. 企业所得税 801 亿元，同比增长 23.5%，主要是去年同月基数较低（增长 5.4%）。
4. 个人所得税 868 亿元，同比增长 18.7%，主要是居民收入增长及股利、股息、红利所得增加等影响。
5. 进口货物增值税、消费税 1361 亿元，同比增长 19.1%；关税 264 亿元，同比增长 8.4%。



6. 出口退税 1042 亿元，同比增长 18.8%。

7. 城市维护建设税 320 亿元，同比增长 23.6%。

8. 车辆购置税 291 亿元，同比增长 30.9%。

9. 印花税 175 亿元，同比下降 8.9%。其中，证券交易印花税 93 亿元，同比下降 29.1%。

10. 资源税 111 亿元，同比增长 62.7%。主要是部分矿产品价格上涨。

11. 土地和房地产相关税收中，契税 414 亿元，同比增长 15.5%；土地增值税 322 亿元，同比增长 13.2%；房产税 75 亿元，同比增长 13.1%；城镇土地使用税 58 亿元，同比下降 15.8%；耕地占用税 60 亿元，同比下降 41.6%。

12. 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 63 亿元，同比增长 10.2%。

1-8 月累计，全国一般公共预算收入 121415 亿元，同比增长 9.8%。其中，中央一般公共预算收入 57506 亿元，同比增长 9.3%，为年初预算的 73.2%；地方一般公共预算本级收入 63909 亿元，同比增长 10.2%，为年初代编预算的 71%。全国一般公共预算收入中的税收收入 103410 亿元，同比增长 11.6%；非税收入 18005 亿元，同比增长 0.1%。

2. 一般公共预算支出情况

8 月份，全国一般公共预算支出 14647 亿元，同比增长 2.9%。其中，中央一般公共预算本级支出 2289 亿元，同比增长 5.7%；地方一般公共预算支出 12358 亿元，同比增长 2.4%。支出增幅较低，主要是加快支出进度，部分支出在前期体现。

1-8 月累计，全国一般公共预算支出 131627 亿元，同比增长 13.1%。其中，中央一般公共预算本级支出 18812 亿元，同比增长 8.6%，为年初预算的 63.6%，比去年同期进度提高 0.3 个百分点；地方一般公共预算支出 112815 亿元，同比增长 13.9%，为年初代编预算的 68.5%，比去年同期进度提高 3.9 个百分点。

从主要支出项目情况看：教育支出 18915 亿元，增长 14.6%；科学技术支出 3809 亿元，增长 18%；文化体育与传媒支出 1793 亿元，增长 14.2%；社会保障和就业支出 17558 亿元，增长 21.5%；医疗卫生与计划生育支出 10314 亿元，增长 15.4%；城乡社区支出 14050 亿元，增长 13.3%；农林水支出 11567 亿元，增长 9.9%；交通运输支出 7307 亿元，增长 6.2%；住房保障支出 4192 亿元，增长 4.4%；债务付息支出 4330 亿



元，增长 33.1%。

（二）货币政策

1. 广义货币增长 9.2%，狭义货币增长 15.3%

8 月末，广义货币(M2)余额 135.69 万亿元，同比增长 13.3%，增速与 7 月末持平，比去年同期高 0.5 个百分点。8 月份对实体经济发放的人民币贷款增加 7756 亿元，7 月为 5890 亿元。业内人士认为，央行前期综合使用多种政策工具维持信贷合理增长，稳定了货币增速，同时，8 月信贷也出现了温和上涨，说明金融支持实体经济的力度有所恢复。

2. 8 月人民币贷款增加 9487 亿元，外币贷款增加 298 亿美元

8 月末，本外币贷款余额 108.32 万亿元，同比增长 11.6%。月末人民币贷款余额 102.90 万亿元，同比增长 13.0%，增速比上月末高 0.1 个百分点，比去年同期低 2.4 个百分点。当月人民币贷款增加 9487 亿元，同比多增 1391 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 6755 亿元，其中，短期贷款增加 1469 亿元，中长期贷款增加 5286 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 1209 亿元，其中，短期贷款减少 1172 亿元，中长期贷款减少 80 亿元，票据融资增加 2235 亿元；非银行业金融机构贷款增加 1463 亿元。月末外币贷款余额 8097 亿美元，同比下降 13.4%，当月外币贷款增加 298 亿美元。

3. 8 月人民币存款增加 1.78 万亿元，外币存款增加 21 亿美元

8 月末，本外币存款余额 152.85 万亿元，同比增长 10.5%。月末人民币存款余额 148.52 万亿元，同比增长 10.8%，增速比上月末高 1.3 个百分点，比去年同期低 2.2 个百分点。当月人民币存款增加 1.78 万亿元，同比多增 1.72 万亿元。其中，住户存款增加 4132 亿元，非金融企业存款增加 1.38 万亿元，财政性存款减少 1809 亿元，非银行业金融机构存款减少 1854 亿元。月末外币存款余额 6475 亿美元，同比下降 3.0%，当月外币存款增加 21 亿美元。

4、8 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.13%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.12%

8 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 87.77 万亿元，日均成交 3.82 万亿元，日均成交比去年同期增长 50.4%。其中，同业拆借、现券和质押式回购日均成交分别同比增长 62.7%、53.7%和 46.9%。



当月同业拆借加权平均利率为 2.13%，分别比上月和去年同期高 0.01 个和 0.34 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.12%，分别比上月和去年同期高 0.03 个和 0.33 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 4527 亿元，直接投资人民币结算业务发生 2110 亿元

8 月份，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 3393 亿元、1134 亿元、912 亿元、1198 亿元。



II 本月关注

一、小白龙“玩具+IP”模式发力营收实现 1-100 跨越

中国网财经 9 月 25 日讯根据公开数据显示，我国是全球最大的玩具制造国和出口国、全球第二大玩具消费国，玩具消费市场潜力巨大。2016 年玩具消费额达 693. 亿元，预计 2021 年玩具销售额将达 920 亿元。

玩具企业在经历粗放式增长后逐渐意识到，乐高“玩具+IP”模式的附加值。如奥飞娱乐曾引用其模式斥巨资引进《四驱小子》、《四驱兄弟》以促进四驱车模型的销售；2016 年自主投资拍摄动漫《火力少年王》，溜溜球因此大卖，奥飞娱乐也成功跻身国内玩具行业第一梯队。

在中国积木玩具这个细分领域，新三板创新层企业广东小白龙动漫文化股份有限公司(以下简称“小白龙”)也正在沿着这条道路深耕。

根据公开资料显示，小白龙和乐高一样，主营产品为积木玩具，旗下有“小白龙”“COGO”两个国内外知名玩具品牌，近年来开始涉足“玩具+IP”。

在玩具产品方面，小白龙与行业内专业人士共同开发，成功自主开发过“星际飙车王”及“闪电赛车”产品及其相关配件、中国第一套原创拼装模型——“三国机甲战士”、数百款积木玩具等系统性强、难度较大的产品系列，具有成熟的研发能力。

据公开资料显示，小白龙 2016 年初参与了《火影忍者剧场版：博人传》在中国大陆地区的宣传推广，并取得了衍生商品运营权。此外，参与创作或授权了《星际飙车王》、《美猴王》、《猪猪侠》、《秦时明月》等动漫文化作品。

第二步也是最重要的一步，即打造自有 IP：借助积木玩具打造“积高侠”，并围绕 IP 的二次创作形成动漫、影视、游戏、教育资源整合及产业联动，打造产业闭环，将 IP 价值最大化。

动画方面，2014 年小白龙动漫携手中日动漫专业团队进行深度合作，聘请著名日本导演团队打造 52 集大型动画片《积高侠与阿里巴巴》。这部动画最终登陆芒果 TV，播放量超过 1.3 亿。小白龙还计划未来三年围绕“积高侠”IP 推出原创 52 集动画片



3 部。

电影方面，小白龙将推出积高侠系列电影，预计最早 2018 年上映。此外，小白龙利用自有团队策划、制作积高侠游戏，并陆续推出积高侠真人版网络剧、积高侠漫画等。

随着积高侠 IP 的成熟，《积高侠》系列作品有望成为小白龙全产业链布局过程中的核心竞争力。

目前我国玩具企业已经开始向开发及运营 IP 方向发展。诸如奥飞娱乐、灵动创想等优秀的玩具企业，在国内玩具市场的竞争力不输国际玩具巨头，并且依据文化共鸣优势，呈现出更强劲的发展状态。

2017 年半年报显示，小白龙上半年实现营业收入为 1.02 亿元，同比增长 16.20%。归属母公司扣非净利润为 1422.66 万元，同比增长 46.34%。

报告期内，小白龙自主开发动漫产品类别的收入占比不断加大，2017 年上半年销售额占公司收入比重由 46.01% 增加至 62.67%。此外，原创 IP 的核心优势正在逐步凸显。由于没有昂贵的授权费用，自主产品的毛利率较高，普遍在 40% 以上，致使小白龙总体毛利率上涨至 39.66%。

二、中国女孩获 Kind+Jugend “最佳儿童设计奖”

9 月 17 日，为期四天的全球顶级展览会——第 57 届德国科隆国际少儿用品展览会（Kind+JugendInternationalBabytoTeenageFairCologne2017）于科隆展览馆（KoelnMesse）华丽闭幕。本届展会规模之大、国际化程度之高、惊喜之多，令人难忘。

拥有 60 多年历史的科隆国际少儿用品展览会，是全球规模最大的少儿用品行业展览会。今年的 Kind+Jugend 科隆国际少儿用品展再次展示了它在全球婴儿、幼儿和少儿用品行业的重要地位。

根据官方数据，今年的科隆展，来自 53 个国家的 1204 家企业共襄盛举，其中 86% 的企业来自德国之外。这一数据使本届科隆展成为名副其实的“国际聚会”。

过去几年时间里，科隆国际少儿用品展览会发展迅猛。这一成果的取得，离不开众多业内参展商多年以来的持续支持。本届科隆展特别设置了“年轻创新企业特别展



区”，为初创公司和小型企业提供支持。

“最佳儿童设计奖”（KidsDesignAward），是今年科隆展最受关注的奖项之一。该奖项评选主要针对婴儿用品和家具品类，要求从功能和设计方面都能寻求创新，最为突出的概念和设计将会得到评委会的青睐。

经过激烈角逐，来自中国的设计师 YujingDu 的作品，从来自全球 18 个不同国家的 113 个设计产品中脱颖而出，成功入围，并在最终的评选中，击败来自乌拉圭、韩国和东道主德国的竞争对手，成为最终的赢家。



III 本月行业运行分析

一、印度修订玩具进口政策玩具业受冲击

中玩协近日收到企业反馈,印度工商部商务局9月就修改相关外贸政策发布公告,主要涉及玩具的测试和符合性证书等。

中玩协现就此事对相关企业造成的影响征求企业意见,请有出口印度及了解相关信息的企业联系协会标准法规部。

2017年9月1日,印度修订玩具进口政策,新规未给予一定的过渡期让企业调整生产,致使市场已出现玩具出口企业因不符合新规被印度海关退关、在国内海关报关后发现不符合印度新规后主动申请退关等情况。目前出口印度玩具业务基本暂停,大部分印度客户要求暂时先不发货。

由于美国标准和欧盟标准的国际认可度高,以往可自由选择的情况下,出口印度的玩具企业基本都按照 ASTM F963 或 EN71 检测,而不会单独进行 IS9873 测试,这导致几乎所有出口印度玩具都将因不符合新规而无法办理清关手续。据玩具生产企业和检测公司反映,目前国内没有机构可出具印度国家测试和校准实验室认可委员会(NABL)认可的检测报告,但有中介可提供服务送样至印度机构检测。

2017年1-7月,我国对印度出口传统玩具2.80亿美元,印度此次新修订玩具进口政策,将对我国玩具出口造成严重的影响。

二、全球最大玩具零售商破产殃及国企债务近50亿美元

9月19日,号称全球最大的玩具及婴幼儿用品零售商美国玩具反斗城 ToysRUs 向法院提出申请破产保护并启动了破产清算程序。公司发布的公告称,加拿大分公司也启动了破产保护程序,公司希望借此获得30亿美元的债务融资以支持财务重组。

公开数据显示,目前玩具反斗城已欠下近50亿美元债务,其中约有4亿将于2018年到期,另有17亿于2019年到期,但公司在今年4月底只有3亿美元的现金。而在过去的四年里,拥有1600多家门店的玩具反斗城连年亏损。玩具反斗城今年6月公



布的财务数据显示，第一财度亏损了 1.64 亿美元，同店销售额下降了 4.1%。

目前玩具反斗城已经得到摩根大通银行等银行提供的破产融资，数额超 30 亿美元。破产法院允许玩具反斗城动用三分之一的资金用于支付供应商的货款和进新货，为圣诞节的销售做准备。

根据美国《破产法》的第 11 章，无力偿债的企业若成功申请破产保护，债权人暂时不向企业追偿债务，企业可保住财产及经营权，债权人与负债企业合作重组公司，以期企业能扭亏为盈。如果能在规定时间内解决债务危机，或许美国玩具反斗城最终能避免清算的命运。但标准普尔评级已经将玩具反斗城的评级下调到 CCC-，这个级别在所有的信用评级中倒数第三。

玩具反斗城的破产危机难免会殃及到旗下其他公司和聚在它周围的供应商，高达 50 亿美元的债务风暴背后，是绷紧的全球玩具供应链。



IV 上下游市场分析

一、产业链上游分析

(一) 塑料行业分析

2017年8月全国塑料制品产量710万吨，同比增长5.2%，2017年1-8月全国塑料制品产量为5261.6万吨，同比增长4.4%。

2017年1月中国塑料制品出口额为3372555.82千美元，累计同比增速12.2%。

2017年2月中国塑料制品出口额为1753198千美元，2017年1-2月中国塑料制品出口额累计为5125752千美元，累计同比增速5.3%。

2017年3月中国塑料制品出口额为3264275千美元，2017年1-3月中国塑料制品出口额累计为8368320千美元，累计同比增速14.1%。

2017年4月中国塑料制品出口额为3489275千美元，2017年1-4月中国塑料制品出口额累计为11856833千美元，累计同比增速14.2%。

2017年5月中国塑料制品出口额为3661344千美元，2017年1-5月中国塑料制品出口额累计为15516406千美元，累计同比增速15%。

2017年6月中国塑料制品出口额为3471892千美元，2017年1-6月中国塑料制品出口额累计为18677052千美元，累计同比增速13.3%。

2017年7月全国塑料制品产量为689.5万吨，累计值为4530万吨，同比增长2%，累计增长3.7%。

(二) 纺织行业分析

2017年8月中国棉纺织景气指数为49.18，与7月相比增加0.94，符合预期。8月作为纺织传统淡、旺季的过度月，纯棉纱市场逐渐恢复，交投气氛好转，虽然8月江浙等地环保严格，部分纺企停产整顿，但是仍保持较高的开台率；纯棉坯布需求好转，织厂新接订单增加，但受环保压力的影响，需求恢复较慢。纺企迎来“金九银十”，预计9月我国棉纺织景气指数将有所上升。



原料采购价格指数

8月原料采购价格指数 50.67, 较7月下降 0.16, 超出预期。进入8月份, CotlookA 指数完成换月, 在新旧供需环境出现差异的影响下, CotlookA 指数也有所调整。7月31日, CotlookA 指数为 84.90 美分/磅, 8月1日新花 CotlookA 指数仅为 79 美分/磅, 二者相差 5.9 美分/磅。由于储备棉轮出底价是部分参照 CotlookA 指数, 而且权重占到 50%, 因此在完成换月之后, 储备棉竞拍底价出现了较大幅度下降, 储备棉投放第二十三周(8月7-11日), 轮出销售底价为 14679 元/吨, 较二十一周价格下调 400 元/吨。8月储备棉成交均价为 14203 元/吨, 较7月相比下降 472 元/吨, 环比下跌 3.22%。8月, 3128B 棉花现货平均价格 15856 元/吨, 环比略微下跌 0.04%, 同比增加 8.16%; 在环保压力与预售订单支撑下, 粘胶短纤价格表现坚挺, 8月主流粘胶短纤平均价格为 16013 元/吨, 环比增加 1.44%, 同比减少 1.02%; 直纺涤短在销售好转及原料走强带动下持续走强, 8月 1.4D 直纺涤短平均价格为 8157.39 元/吨, 环比略微下降 0.04%, 同比增加 17.94%。9月新棉陆续开始上市, 开秤价格只涨不跌, 预计9月棉花采购价格指数将有所上升。

原料库存指数

8月原料库存指数 47.62, 较7月下降 0.72, 超出预期。据中棉行协8月跟踪数据显示, 棉纺织企业的原料库存环比下降 4.0%。其中, 原棉库存环比下降 4.9%。受国储棉抛储延期至9月29日政策的影响, 棉纺企业原料补库的热情有所减弱, 原棉库存环比减少 3.97%, 非棉纤维库存相对保持较低水平, 环比基本持平, 多数企业为减少资金周转的压力, 根据企业自身需求随用随买。9月为储备棉轮出的最后一月, 加上贸易商竞拍受限, 开始惜售, 为了保障新棉上市前的正常生产, 以及为9月、10月份的订单增加而积极备货, 预计9月原料库存指数有所增加。

生产指数

8月生产指数 49.61, 较7月上升 1.3, 符合预期。8月棉纺织企业生产形势总体保持良好, 订单开始增加。据中棉行协调研了解, 8月, 89%的棉纺企业设备开机率在 80%以上。从中棉行协跟踪企业数据来看, 8月纱产量环比增加 1.92%。其中, 纯棉纱环比增长 0.62%, 棉混纺纱环比增长 6.21%, 纯化纤纱环比增长 2.36%; 8月布产量环比增幅为 2.18%, 纯棉布环比略下调 0.20%, 棉混纺布环比增长 14.96%, 纯化纤布环比下调 6.54%。8月棉混纺纱、布产量环比增幅较大。9月, 纱布市场逐渐好转, 生产指数有所上升。



产品销售指数

8月产品销售指数 50.16，较7月上升 0.97，符合预期。据中棉行协跟踪企业数据显示，8月，纱产品销售环比增长 4.3%，主要靠纯棉纱、棉混纺纱销售增长的拉动，二者环比分别增长 5.59%、3.80%；布产品销售环比增长 2.9%，其中，棉混纺布环比增长高达 10.71%，纯化纤布环比增长 7.29%。8月各类纱布的价格总体比较稳定，32支纯棉普梳纱平均价格为 23057 元/吨，环比减少 0.42%，全棉坯布 CGC32(32*32130*702/147"斜纹)平均价格为 5.71 元/米，环比减少 0.87%。9月，纱线价格或随原料价格上涨而重心上移，坯布价格由于中间环节加工费用的上涨也有望迎来上行，但涨幅预计有限。9月份作为传统的市场旺季，终端需求将继续释放，预计9月纱、布类产品销售指数有所上升。

产品库存指数

8月产品库存指数为 48.88，较7月上升 2.75，符合预期。据中棉行协跟踪企业数据显示，8月纱库存环比减少 0.38%，布库存环比增加 0.7%。纱产品中，纯棉纱走货较好，库存当月环比减少 1.95%。据中棉行协走访企业了解到，纱产品走货好于前两个月，利润空间较小，主要依靠走量盈利。布产品中，纯棉布、纯化纤布库存环比减少，当月环比分别减少 0.48%、1.47%，棉混纺布当月环比增加 5.26%。预计9月纱、布类产品库存量有所减少，产品库存指数有所上升。

企业经营指数

8月企业经营指数为 48.52，较7月上升 1.5，符合预期。8月棉纺织企业整体保持较高开台率，回暖迹象明显，纯棉纱市场逐渐恢复，坯布需求好转，下游询单、打样增加，织厂新接订单增加，销售较为顺畅。储备棉延期至9月底和禁止贸易商竞拍储备棉轮出公告的发布，进一步保障了新棉上市空档期纺企棉花的供应，利好于棉纺织产业链发展。预计9月经营指数仍将上升。

二、产业链下游分析

(一) NPD 集团发布英国畅销超级英雄系列玩具

研究公司 NPD 集团揭示，截止 2017 年 7 月 1 日的 1 年时间里，英国超级英雄玩具的销售额超过 2 亿英镑，其中蝙蝠侠是最受欢迎的超级英雄角色。而且在 2017 年



上半年，英国消费者每在玩具中花费 13 英镑，就有 1 英镑用于购买超级英雄系列玩具。

《乐高蝙蝠侠》大电影帮助促使乐高迷你人偶成为截止今年 7 月 1 日的 1 年里，排名第一的超级英雄玩具。

排名第 2 是美泰 DC 漫画系列女超级英雄玩偶，包含了《蝙蝠侠：黑暗骑士》里的反派 Batgirl、神奇女侠、女超人和《自杀突击队》里的小丑女 Harley Quinn。

NPD 集团预计随着一系列超级英雄系列电影的上映，今年年底前将看到超级英雄玩具的销售额创下新纪录，《蜘蛛侠：英雄归来》、《变形金刚 5：最后的骑士》、《乐高幻影忍者》和 DC 漫画的《正义联盟》等电影上映时，玩具市场将出现销售高峰期。

许多成年人很有童心，并愿意为自己投资。超级英雄系列玩具对孩子有持久的吸引力。蝙蝠侠、蜘蛛侠这些经久不衰的角色仍然能引起当下孩子们的共鸣。

超级英雄玩具的销售额近期的增长，主要受一些因素推动，比如电影工作室将所有的超级英雄融入一部电影中，如《复仇者联盟》。在全球，超级英雄已经成为孩子日常生活的一部分。此外，电影工作室以前经常忽略超级女英雄的粉丝群，但最后也推出了电影照顾此类受众，如《神奇女侠》。

（二）RPG 游戏 2017 年复苏同比增长超 50%

根据产业数据追踪公司 NPD 集团的数据，角色扮演游戏今年的销售数据非常理想。在 2017 年，大批的角色扮演类游戏在日本和西方市场上市，并且其中大部分已经取得了成功。与 2016 年同期相比，今年的角色扮演类游戏吸引到的用户数量要庞大得多。

在诸如《地平线：黎明时分》（Horizon: Zero Dawn）、《王国之心 2.8HD 合集：终章序篇》（Kingdom Hearts HD 2.8 Final Chapter Prologue）、《质量效应：仙女座》（Mass Effect: Andromeda）、《尼尔：机械纪元》（Nier: Automata）、《仁王》（Nioh）以及《女神异闻录 5》（Persona 5）等给力大作的带动之下，角色扮演类游戏迄今为止的销售收入与去年同期相比，已经增长超过 50%。”。

角色扮演类游戏的这种复苏迹象是与日本游戏产业在新纪元中重新找到自己的前进方向一同伴随而来的。《地平线：黎明时分》与《质量效应：仙女座》都是西方



开发商的作品，而剩余的其他极具代表性的角色扮演类游戏大作都是来自于诸如世嘉、史克威尔艾尼克斯等日本老牌发行商的作品。

不过，这样的复苏迹象并不意味着角色扮演类游戏曾经要消亡。相反，现在的游戏产业兴起了一种将角色扮演类游戏的系统应用到其他类型游戏中的趋势。比如，射击类游戏现在也会有升级系统，而诸如《《劲爆 NFL 橄榄球》（MaddenNFL）和《FIFA》等 EA Sports 的游戏则增加了剧情模式。可以说，自 2007 年开始，几乎每一款游戏都可以说是角色扮演类游戏。



V 本月行业快讯

一、行业要闻

（一）群兴玩具终止收购时空能源 4 年 3 次重组均失败

9 月 26 日晚间，被市场戏称为“重组专业户”的群兴玩具发布公告宣布终止重大资产重组。这也是群兴玩具自 2014 年以来的第三次重组失败。

在此次终止重组的公告中，群兴玩具披露称，标的公司控股股东提出若按原方案推进，则对标的公司股东不利。后经沟通，双方无法就重组的发行价格等核心条款达成一致意见。

公司将继续在能源、环保、军工、基建、数据、互联网等领域拓展第二主业，争取实现‘双引擎’业绩驱动、‘双主业’持续发展。

半年前，群兴玩具宣布停牌进行资产重组。根据 3 月份披露的重大资产重组预案，群兴玩具拟通过发行股份的方式以 29 亿元的价格收购时空能源 100% 股权，并拟募集配套资金不超过 10 亿元，用于年产 3GWH（30 亿瓦时）电动车用动力电池组建设项目和伊卡新能源电动车用动力电池组研发中心项目。

在重组预案中，群兴玩具宣传称，公司将以此快速切入新能源汽车锂离子动力电池系统领域，从而形成公司在新能源汽车核心零部件板块的业务布局；同时，通过双主业模式齐头并进分散经营风险，也可进一步提升公司未来的持续盈利能力及整体价值。

根据群兴玩具此次公告披露，9 月 23 日，群兴玩具接到标的公司控股股东时空电动汽车股份有限公司发来的《沟通函》：鉴于自本次重组预案披露后，资本市场环境较项目筹划之初已发生较大变化且存在诸多不确定因素，若继续按原方案推进对标的公司股东不利，提议上市公司及相关各方就本次重组的可行性及方案内容进行沟通论证。



群兴玩具称，接到《沟通函》后，立即组织相关各方进行了沟通、研究、论证，经沟通，交易双方就本次重组的发行价格等核心条款无法达成一致意见，最终决定终止本次重大资产重组。

（二）香港 12 款灯笼玩具无标识被禁售

中秋佳节前夕，香港海关加强巡查市面相关玩具及灯笼的安全情况，本月至今已完成 63 次巡查，其间发现 10 款灯笼及 2 款闪光玩具没有识别标记及双语警告卷标，包括制造商、进口商或供货商的名称及地址、用户适合年龄及中英文警告字句等，涉嫌违反香港《玩具及儿童产品安全条例》及其附属法例的规定，有关供货商及零售商的灯笼及闪光玩具已被要求收起，暂不准许销售。

香港海关消费者保障科首席贸易管制主任陈国基昨率同 30 多名人员分别到深水埗、旺角及湾仔派发传单，提醒商户及家长如何选购合适儿童玩具。

早前被发现违反玩具及儿童产品安全条例的灯笼及闪光玩具共有 178 件，分别来自 6 家店铺，有关产品没有实时危险，巡查行动将至中秋节才结束。

家长应给孩子小心选购灯笼及闪光玩具，例如应根据合适使用年龄建议挑选，应避免购买有尖角、利边及细小组件的玩具，不应混杂使用碳性、碱性电池及充电电池等，以确保安全。

根据香港《玩具及儿童产品安全条例》，进口、制造或供应本地使用的玩具，均须符合指定的安全标准，否则即属违法。违例者首次定罪，最高可被判罚款 10 万港元和监禁 1 年，其后各次定罪则最高可被判罚款 50 万港元及监禁 2 年。

二、全国区域动态

（一）中国授权产品质量调查报告发布

针对我国 65 个 IP 的 186 款玩具及婴童用品的授权产品质量调查中，产品质量不符合国家标准的玩具类产品占 17.27%；产品质量不符合国家标准的婴童用品产品占 12.84%。三类问题成为玩具婴童产品质量不达标的主要原因。

全球授权市场保持稳步增长，2016 年市场规模达 2629 亿美元。其中，玩具、婴童类授权商品增长速度最快，玩具类商品排在授权商品第二位，占 13.3%。中国授权市场更是飞速发展，截至 2016 年 12 月，活跃在我国的品牌授权企业总数为 291 家，



已经开展授权业务的 IP 为 816 项。

（二）CTE 中国玩具展打造“进化”平台，开辟新科技玩具专区

随着时代的发展，传统玩具市场略显疲软，尤其是现在 85、90 后新生代父母群体的涌现，育儿消费能力在增强、玩具选购观点在转变，新科技玩具正在成为市场新宠。观念的转变带来全新商机，中国的玩具市场需要自我进化。

为了进一步开辟新科技玩具这片新蓝海，中国玩具市场需要有一个打通国际国内市场，汇集未来式科技玩具的权威平台，填补这一行业空白，CTE 中国玩具展正是这样一个平台。

2017 年 10 月 18-20 日，第十六届 CTE 中国玩具展将在上海新国际博览中心举办。CTE 中国玩具展由中国玩具和婴童用品协会主办，是亚洲规模最大的玩具采购平台。此次 CTE 中国玩具展与 CPE 中国幼教展、CKE 中国婴童展、CLE 中国授权展四展同期，今年展览规模达到 180,000 平米，汇聚全球 2,000 家企业 3,600 个品牌，预计到会场海内外专业采购商突破 7 万人。今年的中国玩具展首次开辟了新科技玩具专区，打造能一个“进化”的专业玩具服务平台。

（三）合肥市工商局抽检网售商品儿童玩具类合格率 31.25%

合肥市工商行政管理局官网通报 2017 年上半年合肥市工商局流通领域网络商品质量抽查检验情况，儿童玩具类商品合格率 31.25%。

本次儿童玩具类商品检验的主要项目为：化学性能、材料测试、尖端测试、特定元素的迁移、玩具标识、毛绒布制玩具材质主要成分的名称和含量等。

上半年共抽查检验了网络销售的儿童玩具类商品 16 组，合格 5 组，不合格 11 组，合格率 31.25%。存在的主要问题是：玩具标识、小零件测试、突出物测试、尖端测试等不符合玩具安全相关规定。

不合格样品的标称商标涉及杨楷玩具、DOUBLEHORSES、粤星动漫、优贝比、SANRENHANG、小皇帝、创意玩家、佑童。



VI 本月海外市场扫描

一、欧盟玩具指令拟修订“铬壁垒”风险或将大增

2017年9月6日，欧盟委员会向WTO递交了G/TBT/N/EU/504号通报，拟于近期对欧盟玩具安全指令2009/48/EC进行修订，新指令拟将玩具表面可刮出物中的六价铬迁移限量由0.2mg/kg加严为0.053mg/kg。新规一旦实施，限量将收紧4倍，玩具出口风险将大增。

欧盟委员会在修订意见中指出，随着科技进步，欧盟之前用于确定六价铬迁移量的毒理学数据和每日耐受量等数据已不合适。根据2015年最新评估，欧盟健康和环境风险科学委员会更新了六价铬的每日耐受量数据，并考虑到当前的检测技术手段，提议将六价铬的迁移限量收紧为现有的标准检测方法所能检测的最低浓度（0.053mg/kg）。

铬是常见的重金属，主要有三价铬和六价铬两种形态，其中三价铬本身无毒，而六价铬则属于吸入性有毒物质，可通过消化、呼吸道、皮肤及黏膜侵入人体。消费者特别是儿童如果长时间或较高浓度地接触六价铬不仅会导致过敏、皮炎等症状，还可能造成视网膜出血、视神经萎缩以及胃、肝、肾功能损坏，甚至引发癌症和遗传基因缺陷等严重后果。

玩具中的六价铬风险主要来自两个方面：一是产品使用的颜料或者染料。传统颜料或染料中的铬酸盐等物质都可能释放或转换成六价铬。二是某些玩具上的皮革等材料。实际上，六价铬残留早已是皮革行业的“顽症”，其来源除了染整所用的含铬染料外，染整环节的复杂化学反应也可能促使原料中无毒的三价铬氧化成六价铬。今年以来，我国出口消费品因六价铬超标而被欧盟发布不合格通报的事件已达16起。

欧盟作为全球法规的风向标，对玩具中的铅、铬等重金属的管控格外严苛。如欧盟玩具指令已根据风险不同对玩具中的三价铬和六价铬分别设定了不同限量，而美国和中国等目前都只对总铬设定限制。近年来欧盟对六价铬的管控更是持续收紧，如2013年将该物质列入REACH法规限制清单；2015年则将与皮肤接触皮革制品的六价铬限量从1000mg/kg直接加严为3mg/kg。尽管此次欧盟的修订意见已经达到现有的检



测极限，但欧盟玩具安全专家组仍提议每两年审核六价铬的适用检测方法，确保能够测量到更低浓度。据悉，欧洲标准化委员会目前正在审核 EN71-3 标准中六价铬的最新测试方法，其检测浓度可能进一步降低到 0.0025mg/kg，企业需密切关注。

玩具是我国的重要出口产业，年出口额已达数千亿元，且增势迅猛，但每年因限用物质超标等原因遭遇欧美通报的事件也达数百起，风险不容忽视。检验检疫专家提醒出口企业：一是要严把“原料关”，采购符合欧盟标准和法规的涂料、染料等原辅料。二是严把“设计关”，要将玩具安全的要求融入到产品设计环节，如避免使用皮革材质，减少可能涉及含铬染料的颜色等。三是严把“出厂关”。产品出口前应委托权威机构对六价铬等物质进行检测，确保符合进口国要求，避免后续不必要的质量纠纷。

二、英国玩具市场连续 3 年增长后，2017 年收缩 7%

英国玩具市场连续 3 年录得增长后，2017 年收缩 7%。除了因脱欧问题导致前景未明外，一些热门电影频频推出续集，以致往日深受欢迎的相关玩具如今亦难再吸引消费者。

对于英国各行各业、大大小小的零售商而言，2017 年在各方面均注定是荆棘满途，即使玩具零售商亦难以幸免。平心而论，截至去年底，英国玩具业一直表现不俗，已经连续 3 年录得平均约 6% 的可观增长。这个数字远高于通胀率，反映玩具业具备真正的增长动力，这也是每个行业都渴望拥有的好景气。

业界多年来有一个观念，认为无论一些宏观经济问题及波动如何冲击零售业，对玩具业的影响也是微乎其微。玩具不是生活必需品，却也不能说是毫无价值。很多人认为，家长宁愿自己节衣缩食，也不会吝啬在子女身上花的钱。因此，当经济逆风刮起，玩具业往往是零售界最迟受影响的一群；经济复苏时，却又最先得益。

过去一年，种种事件为英国带来翻天覆地的改变。除要面对脱欧后的茫茫前路外，去年公投结果的短期影响亦逐步浮现。此外，6 月的大选结果，以及社会再次聚焦脱欧可能造成的财政后果，都令情况雪上加霜。事实上，现在不少人可能是首次认真思考脱欧对他们的财政情况有甚么实际影响。

在这样的氛围下，消费者信心不稳，经济发展大为放缓，英镑兑美元和欧元的汇价亦持续下跌。这些因素无可避免冲击整个零售市场，玩具业显然亦无法置身事外。



今年 7 月，英国玩具业销售额按年下跌 7%，是自 2013 年以来，首次录得半年期下跌。



VII 重点企业追踪

一、恒大接棒万达再战迪士尼欲建 15 个主题乐园

在行业进入新的发展阶段后，各大房企除了继续深耕传统住宅业务外，也纷纷开始布局新的产业。

而在多元化方面走的更远的中国恒大，在确立地产、金融、旅游、健康四大业务板块后，近期也加速了房地产衍生业务的布局。

8月27日，恒大布局文化旅游的拳头产品“恒大童世界”正式亮相。恒大童世界是全球唯一的“全室内、全天候、全季节”大型主题乐园，面向2岁-15岁的少年儿童。项目共设计规划了33个大型游乐项目，而通常迪士尼有18个-22个，可以说恒大童世界的规模已是迪士尼的1.5倍。

据测算，每个恒大童世界辐射半径500公里、8000万人群，落成后预计每个项目年游客量超2000万人次，年消费总额超200亿元。

2016年年底，国务院《“十三五”旅游业发展规划》提出，要把旅游业建设成国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，要全面提升主题乐园的旅游功能，打造一批特色鲜明、品质高、信誉好的品牌主题乐园，推动国内主题游乐企业国际化发展。

作为恒大文化旅游的拳头产品，恒大童世界与国家产业政策高度契合，将填补旅游市场空白、拉动旅游消费增长，有望在3年-5年内走向世界，成为恒大在全球文化旅游版图上的名片。

实际上，目前业内普遍的观点均认为，中国主题乐园市场随着人们消费水平提高，旅游需求日渐增长，未来几年将迎来高增长。咨询公司AECOM预测，到2025年、2030年中国主题公园客流人次将分别达到3.2亿和4.2亿人次。

随着人们收入水平的提高，群众对于休闲娱乐以及旅游的需求正在不断提升。其中短途周边游将会更加普遍，而坐落于重点城市周边的主题乐园将成为市民出行，尤其是亲子游的主要目的地。



中国已进入大众旅游时代，但高品质、定位精准的少年儿童旅游项目仍存较大缺口。恒大童世界的落成，填补了少年儿童旅游市场的空白，更好服务少年儿童的健康成长，有效促进旅游行业的升级发展。

二、特斯拉推出玩具电动车

前不久，特斯拉与美国百年骑乘玩具品牌 RadioFlyer 合作开发了一款针对儿童用户的电动车，这款车与特斯拉的 ModelS 十分相似。目前，这款玩具车的销售情况十分火爆，因此，特斯拉公司认为有必要优化前饰板。

特斯拉已经启动这款针对儿童用户的电动车的外观设计更亲工作，以便使真实版 ModelS 电动车的外观和这款电动玩具车的外观看上去有明显的区别。

事实上，这是一种非常具有创新性的营销手段，也是一个很好的方法，可以让孩子们在很小的时候就成为特斯拉的忠实粉丝和电动汽车爱好者。电动玩具车的充电和普通电动汽车一样，这使得孩子们在游戏的时候就对电动车的充电基础设施有了良好的体验。也许，现在开车电动玩具车的小孩子长大后就不会再使用燃油汽车了，也就不需要再到加油站去了。

这款儿童电动玩具车的售价为 500 美元，该车配备了标准的 130Wh 的电池组，这一组电池可以轻松更换（类似 Gogoro 摩托车的电池更换系统）。另外，该车还可以选择配备 190Wh 的电池，需要另支付 60 美元。此外，在他们的设计工作室里，该车有不同的颜色和轮胎可供选择。据悉，RadioFlyer 使用一个与 ModelS 一样小的前壳体来生产这款电动玩具车。

在特斯拉最新一轮推广计划中，这辆电动玩具车是作为奖励的一部分。上个月，特斯拉开始发送信息，获奖者可以免费订购一辆电动玩具车。但是，现在这些获奖者收到了一封电子邮件，说他们将会拿到一辆拥有全新设计的电动玩具车。



VIII 玩具行业发展趋势分析

一、质量和安全标准日益提高

随着消费意识的逐步提高，人们在关注传统产品质量之外，越来越重视环保情况。玩具大部分是面向儿童这一弱势消费群体，为保障儿童的身心健康和安 全，玩具产品必须符合安全和环保规定。我国对玩具的质量和安全性实行强制性认证；国际上，美国实行玩具产品安全认证计划，欧盟出台 ROHS、WEEE、REACH 等指令，确保玩具产品质量达到安全标准。数量众多的安全认证标准成为新企业准入障碍之一。

二、高科技含量玩具产品越来越受到消费者欢迎

近年来上市的玩具越来越多地运用了声、光、电等高科技手段，甚至最尖端的信息科技、机器人技术都运用到玩具上，高科技玩具在整体产业结构中所占比重不断上升，这说明，随着消费水平的提升以及科学技术的进步，较高科技含量玩具产品越来越受到消费者喜欢。比如，拥有较高科技含量电子电动玩具在趣味性、互动性、教育性、声光效果方面，相对于传统静态玩具和机械玩具的都占有明显的优势。这也反映到我国玩具出口结构中。高科技的介入，将促使中国玩具业离开低水平复制的恶性竞争，有利于玩具产业向高水平、健康的方向发展以及提升我国玩具业在国际国内高端市场上的竞争力。

三、产品更新换代速度加快，行业技术标准不断提高

玩具产品在外观及功能上的潮流性将很大程度影响消费者的选择，同时随着消费水平的提高以及科学技术的进步，玩具的产品更新速度不断加快。为了适应这一趋势，玩具企业必须不断加强相关能力的建设，包括拥有完全的自主产品研发设计与产品模具制作能力，同时拥有快速灵活的采购与生产体系，能紧跟市场潮流推出新产品。



四、市场逐渐向具有品牌影响力的企业集中

我国约 80%以上的玩具企业为“OEM”生产方式。OEM 玩具企业缺乏自主创新，核心技术受制于人，存在因设计缺陷而被动承担责任的风险；同时市场与客户结构单一，利润率及抗风险能力低。市场逐渐向具有品牌影响力企业集中是消费水平提高与行业发展的必然趋势，而决定品牌影响力的关键因素包括企业的研发设计能力、产品质量和市场覆盖率。自主品牌企业能灵活根据市场变化快速研发设计各种畅销产品，获得更大的市场空间；同时，品牌是产品质量与企业信誉的一贯性承诺，有品牌影响力的企业能获得更大的市场份额。



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。