

2016年第12期

# 中国玩具行业研究月报

2016年12月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.

[www.unbank.info](http://www.unbank.info)



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



## 目录

<b>I 宏观经济</b> .....	<b>6</b>
<b>一、本月宏观经济运行及影响</b> .....	<b>6</b>
(一) 中国制造业经理采购指数.....	6
(二) 工业生产者价格变动情况.....	9
(三) 居民消费价格变动情况.....	12
(四) 进出口情况分析.....	14
<b>二、财政货币政策</b> .....	<b>16</b>
(一) 财政政策.....	16
(二) 货币政策.....	18
<b>II 本月关注</b> .....	<b>20</b>
一、美国发布强制标准 电动滑板玩具车新增测试要求.....	20
二、木制玩具领域首个“浙江制造”团体标准正式发布.....	20
三、玩具业界迎来又一重大政策利好.....	20
<b>III 本月行业运行分析</b> .....	<b>23</b>
一、2016年1-10月全国玩具行业出口运行分析.....	23
二、国内部分玩具批发市场10月行情一览.....	24
<b>IV 上下游市场分析</b> .....	<b>28</b>
<b>一、产业链上游分析</b> .....	<b>28</b>
(一) 塑料行业分析.....	28
(二) 纺织行业分析.....	28
<b>二、产业链下游分析</b> .....	<b>29</b>
(一) 玩具消费市场.....	29



<b>V 本月行业快讯</b> .....	<b>31</b>
一、行业要闻 .....	31
(一) 亚洲首个乐高玩具工厂在华投产 .....	31
(二) 台州市婴童产业商会成立 助推婴童用品产业做大做强 .....	32
(三) 世界最盛大玩具游行节在伦敦举行 .....	33
二、全国区域动态 .....	33
(一) 连云港近百家玩具企业迎来生产和销售高峰期 .....	33
(二) 上海迪士尼扩建：新增全新园区“玩具总动园” .....	33
(三) 北方地区童车玩具行业最大的外贸、销售商城落户平乡 .....	34
<b>VI 本月海外市场扫描</b> .....	<b>35</b>
一、土耳其将实施最新“欧盟版”玩具安全法规 .....	35
二、俄罗斯小男孩最喜欢玩的动漫授权玩具 TOP10.....	36
二、英国玩具销售今年将涨至 33 亿英镑 .....	36
<b>VII 重点企业追踪</b> .....	<b>38</b>
一、思成智能玩具与中外玩具全媒体达成战略合作 引领智能玩具新格局 .....	38
二、奥飞娱乐：公司产品定价权有进一步提升空间 .....	38
三、美奇林新三板募资 2100 万元 用于补充流动资金 .....	39
四、高乐股份 9000 万收购泛爱众 标的产品 26 万人注册 .....	39
五、集美将打造动漫文化小镇 推进本土泛娱乐产业发展 .....	40
<b>VIII 玩具行业机会风险分析</b> .....	<b>41</b>





## 图表目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整.....	6
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整) .....	8
图表 3: 2016 年 10 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	10
图表 4: 2016 年 10 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	10
图表 5: 2016 年 10 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	11
图表 6: 2016 年 10 月全国居民消费价格涨跌幅.....	12
图表 7: 2016 年 10 月全国居民消费价格分类同比涨跌幅.....	13
图表 8: 2016 年 10 月全国居民消费价格分类环比涨跌幅.....	14
图表 9: 2016 年 1-10 月全国玩具出口金额统计数据.....	23
图表 10: 2016 年 1-10 月我国塑料制品产量数据统计表.....	28
图表 11: 2016 年 12 月中国玩具行业机会、风险分析.....	41



## I 宏观经济

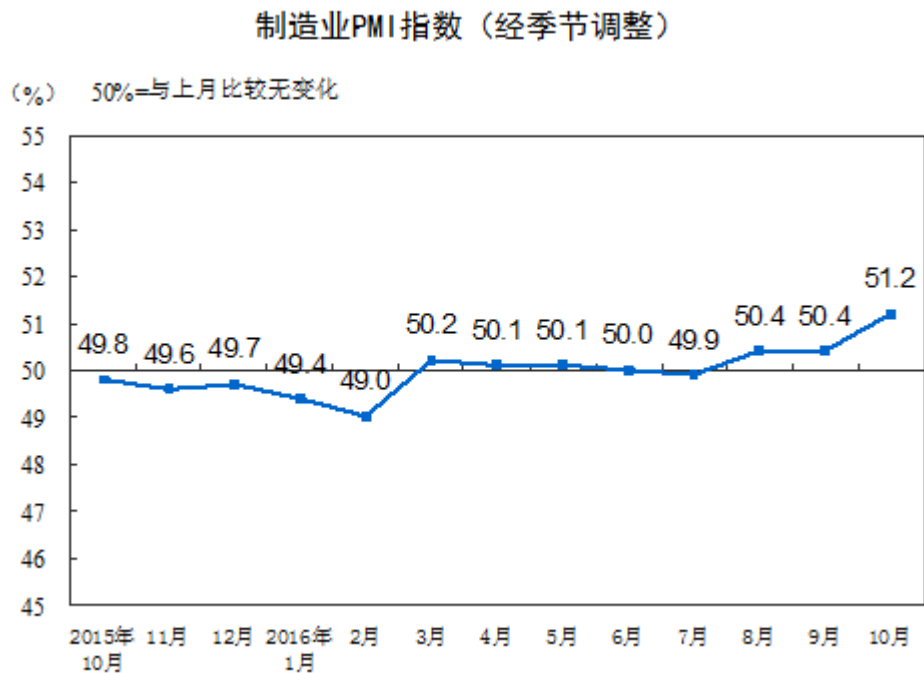
### 一、本月宏观经济运行及影响

#### (一) 中国制造业经理采购指数

##### 1、中国制造业采购经理指数与上月持平

2016年10月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.2%，比上月上升0.8个百分点，在临界点之上明显回升。

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 银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.5%，比上月微落 0.1 个百分点，仍为今年第二高点，走势平稳；中、小型企业 PMI 分别为 49.9%和 48.3%，高于上月 1.7 和 2.2 个百分点，收缩幅度明显收窄。

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、



供应商配送时间指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数低于临界点。

生产指数为 53.3%，比上月上升 0.5 个百分点，持续高于临界点，表明制造业生产保持较快增长。

新订单指数为 52.8%，比上月上升 1.9 个百分点，高于临界点，表明制造业市场需求增速有所加快。

从业人员指数为 48.8%，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继续收窄。

原材料库存指数为 48.1%，比上月回升 0.7 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量收缩幅度有所减小。

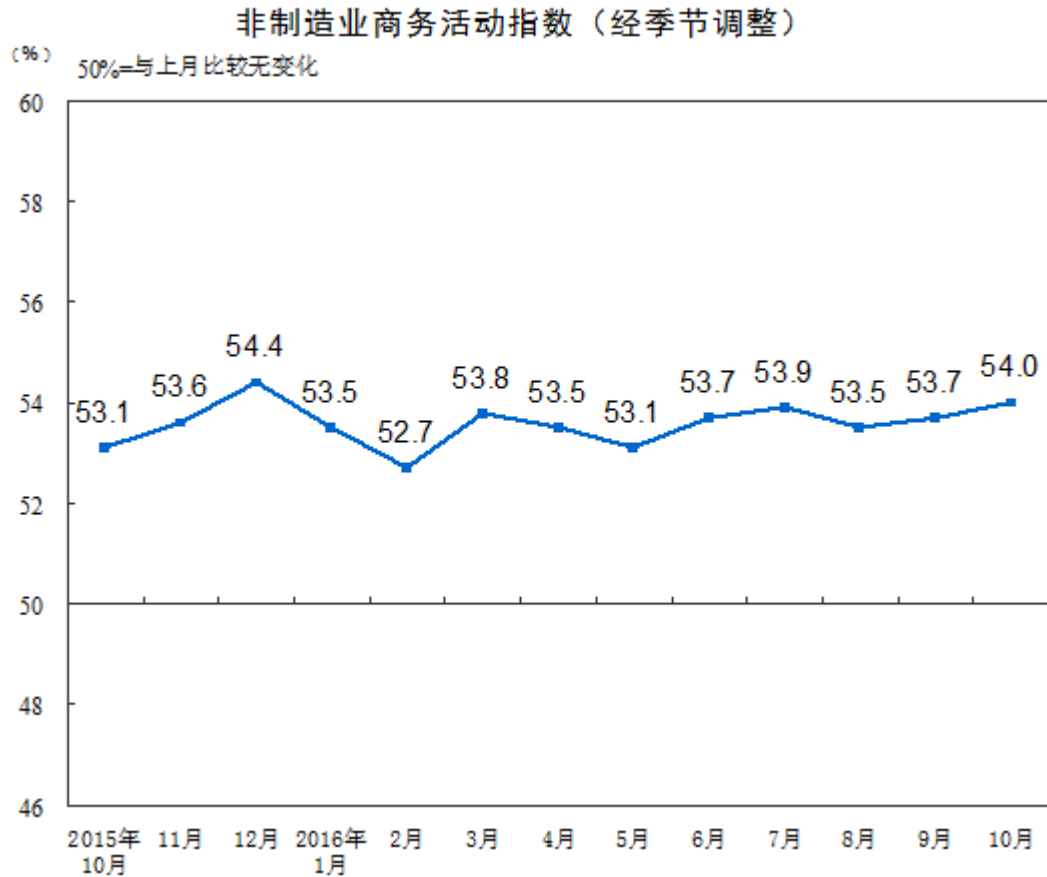
供应商配送时间指数为 50.2%，比上月上升 0.3 个百分点，高于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间有所加快。

## 2、非制造业商务活动指数小幅上升

2016 年 10 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.0%，比上月上升 0.3 个百分点，为今年以来的高点，表明非制造业保持扩张态势，增速继续加快。



图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：国家统计局 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 52.6%，比上月上升 0.3 个百分点，表明服务业继续呈现稳中有进的发展势头。铁路运输业、航空运输业、邮政业、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等行业商务活动指数处于 55.0% 以上的较高景气区间，业务总量较快增长。水上运输业、资本市场服务业、房地产业、居民服务及修理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 61.8%，比上月微落 0.1 个百分点，继续处于高位景气区间，建筑业生产保持快速增长。

新订单指数为 50.9%，比上月回落 0.5 个百分点，但连续两个月处于扩张区间，为年内次高点，表明非制造业市场需求继续回暖。分行业看，服务业新订单指数为 50.4%，比上月回落 0.2 个百分点，仍保持在临界点以上。建筑业新订单指数为 54.2%，





比上月回落 1.7 个百分点，但继续高于临界点。

投入品价格指数为 53.7%，高于上月 2.0 个百分点，为今年以来的高点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平连续上涨，涨幅明显加大。分行业看，服务业和建筑业投入品价格指数分别为 53.2% 和 56.5%，均比上月上升 2.0 个百分点。

销售价格指数为 51.5%，比上月上升 1.4 个百分点，连续 3 个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平持续回升。分行业看，服务业销售价格指数为 51.3%，比上月上升 1.3 个百分点。建筑业销售价格指数为 52.4%，比上月上升 1.4 个百分点。

从业人员指数为 50.0%，比上月回升 0.3 个百分点，升至临界点，表明非制造业企业用工量由降转平。分行业看，服务业从业人员指数为 49.3%，与上月持平。建筑业从业人员指数为 53.9%，比上月上升 1.7 个百分点，为年内高点。

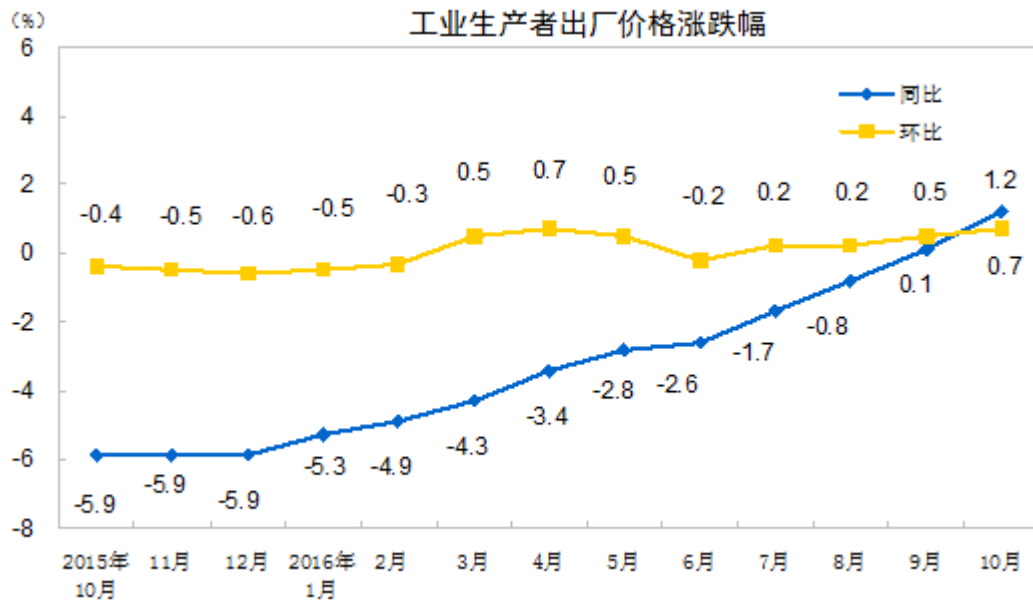
业务活动预期指数为 60.6%，虽低于上月 0.5 个百分点，但仍位于高位景气区间，表明企业对市场发展预期继续看好。

## （二）工业生产者价格变动情况

2016 年 10 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 0.7%，同比上涨 1.2%。工业生产者购进价格环比上涨 0.9%，同比上涨 0.9%。1-10 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 2.5%，工业生产者购进价格同比下降 3.3%。

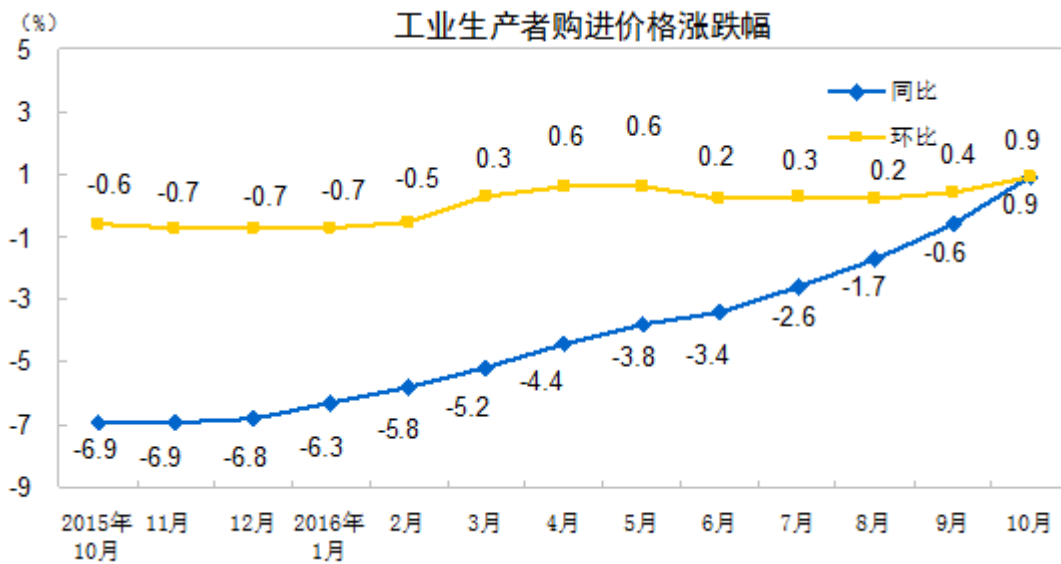


图表 3：2016 年 10 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2016 年 10 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

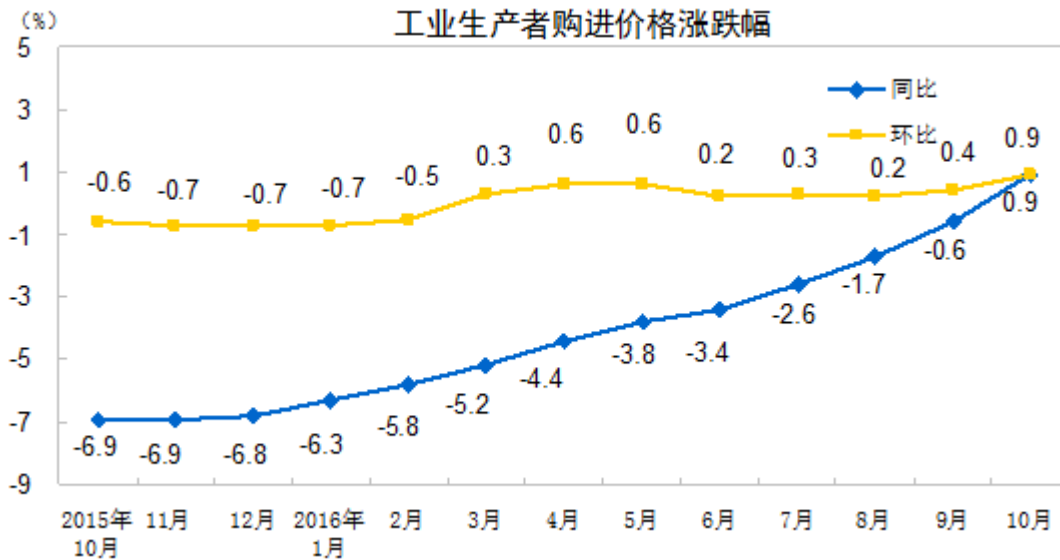
### 1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 1.6%，影响全国工业生产者出厂



价格总水平上涨约 1.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 7.9%，原材料工业价格上涨 1.9%，加工工业价格上涨 0.9%。生活资料价格同比上涨 0.1%。其中，食品价格上涨 0.6%，衣着价格上涨 0.9%，一般日用品价格上涨 0.2%，耐用消费品价格下降 1.2%。

图表 5：2016 年 10 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

据测算，在 10 月份 1.2% 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 -1.1 个百分点，新涨价因素约为 2.3 个百分点。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨 3.9%，有色金属材料及电线类价格上涨 2.2%，燃料动力类价格上涨 1.8%。

## 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 1.0%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.7 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 4.4%，原材料工业价格上涨 1.7%，加工工业价格上涨 0.4%。生活资料价格环比持平（涨跌幅度为 0，下同）。其中，食品和耐用消费品价格均持平，衣着价格上涨 0.4%，一般日用品价格下降 0.3%。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比上涨 2.7%，建筑材料及非金属类价格上涨 1.4%，有色金属材料及电线类价格上涨 1.2%，黑色金属材料类价格上涨 0.9%。

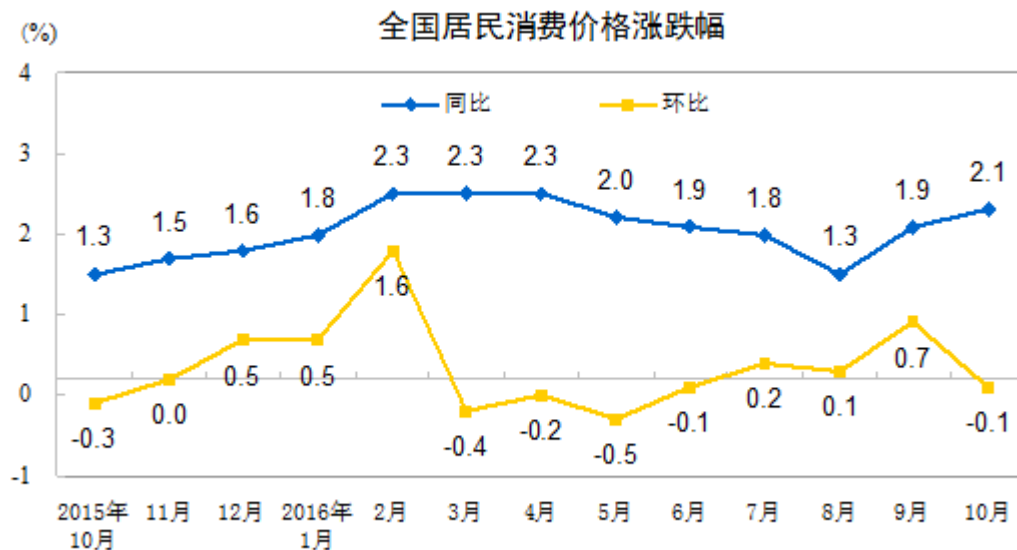


### （三）居民消费价格变动情况

2016年10月份，全国居民消费价格总水平同比上涨2.1%。其中，城市上涨2.2%，农村上涨1.8%；食品价格上涨3.7%，非食品价格上涨1.7%；消费品价格上涨1.9%，服务价格上涨2.5%。1-10月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨2.0%。

10月份，全国居民消费价格总水平环比下降0.1%。其中，城市下降0.1%，农村下降0.1%；食品价格下降1.0%，非食品价格上涨0.1%；消费品价格下降0.2%，服务价格持平。

图表 6：2016年10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

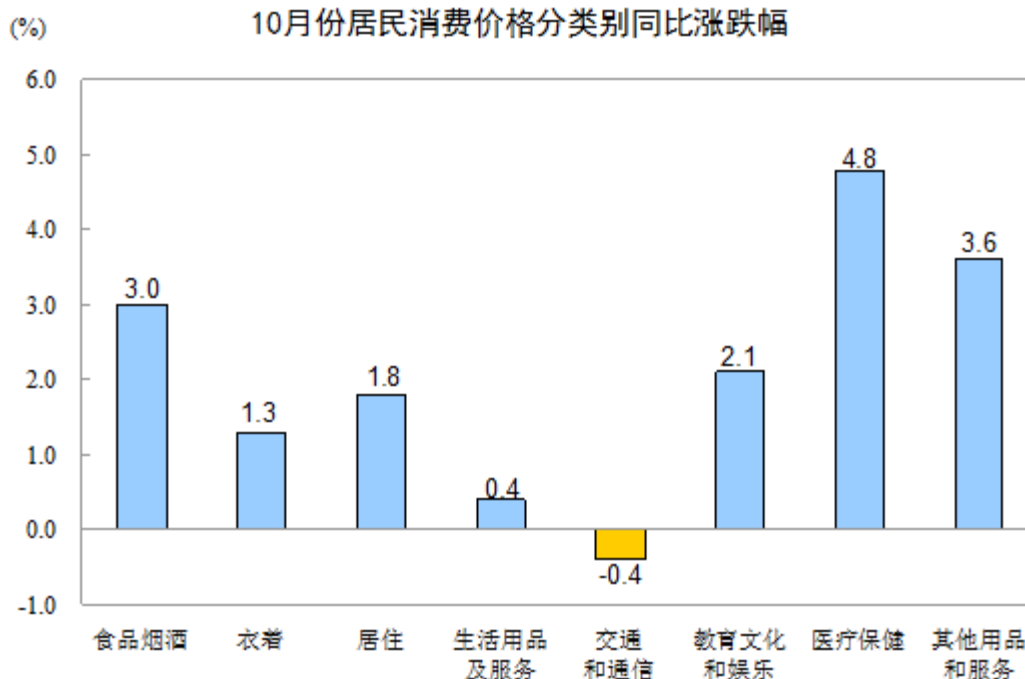
10月份，食品烟酒价格同比上涨3.0%，影响CPI同比上涨约0.90个百分点。其中，鲜菜价格上涨13.0%，影响CPI上涨约0.30个百分点；鲜果价格上涨6.0%，影响CPI上涨约0.09个百分点；水产品价格上涨5.0%，影响CPI上涨约0.09个百分点；畜肉类价格上涨3.8%，影响CPI上涨约0.18个百分点（猪肉价格上涨4.8%，影响CPI上涨约0.13个百分点）；粮食价格上涨0.4%，影响CPI上涨约0.01个百分点；蛋价格下降2.4%，影响CPI下降约0.01个百分点。

10月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，医疗保健、其他用品和服务、教



育文化和娱乐、居住、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 4.8%、3.6%、2.1%、1.8%、1.3%、0.4%；交通和通信价格下降 0.4%。

图表 7：2016 年 10 月全国居民消费价格分类同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

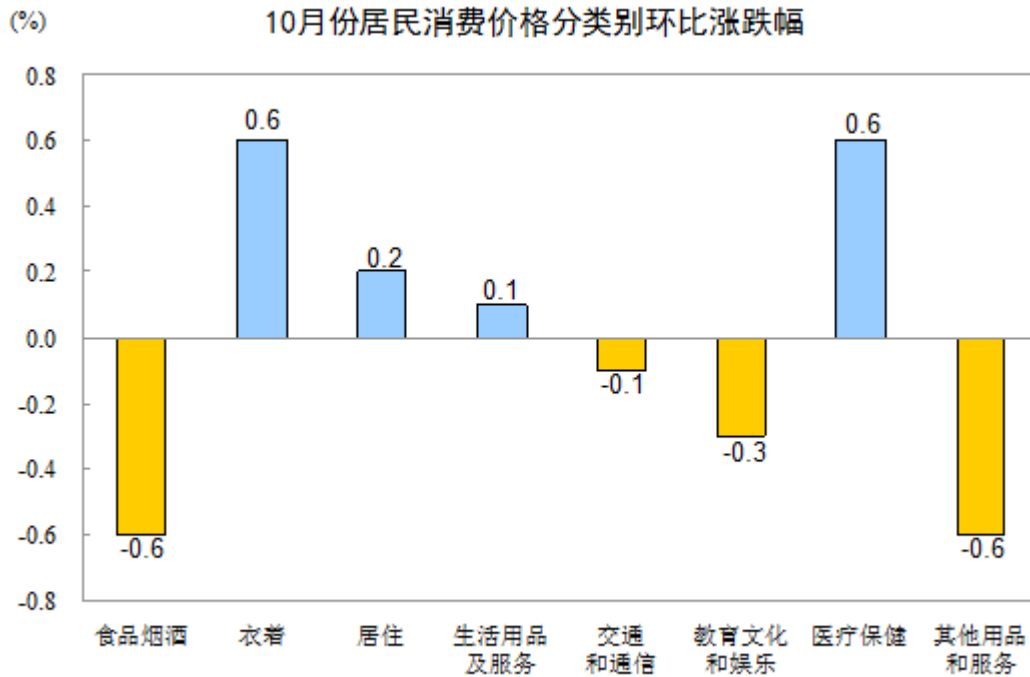
## 2、各类商品及服务价格环比变动情况

10 月份，食品烟酒价格环比下降 0.6%，影响 CPI 环比下降约 0.19 个百分点。其中，蛋价格下降 4.0%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点；水产品价格下降 1.8%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；畜肉类价格下降 1.7%，影响 CPI 下降约 0.08 个百分点（猪肉价格下降 2.8%，影响 CPI 下降约 0.08 个百分点）；鲜果价格下降 1.7%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；鲜菜价格下降 0.9%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点。

10 月份，其他七大类价格环比四涨三降。其中，衣着、医疗保健、居住、生活用品及服务价格分别上涨 0.6%、0.6%、0.2%和 0.1%；其他用品和服务、教育文化和娱乐、交通和通信价格分别下降 0.6%、0.3%和 0.1%。



图表 8：2016 年 10 月全国居民消费价格分类环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

#### （四）进出口情况分析

据海关统计，今年前 10 个月，我国进出口总值 19.56 万亿元人民币，比去年同期（下同）下降 1.9%。其中，出口 11.22 万亿元，下降 2%；进口 8.34 万亿元，下降 1.8%；贸易顺差 2.88 万亿元，缩小 2.6%。

10 月份，我国进出口总值 2.05 万亿元，下降 0.6%。其中，出口 1.19 万亿元，下降 3.2%；进口 8606 亿元，增长 3.2%；贸易顺差 3252.5 亿元，收窄 16.8%。

前 10 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口比重有所提升，加工贸易进出口小幅下降。前 10 个月，我国一般贸易进出口 10.85 万亿元，与去年同期持平，占我外贸总值的 55.5%，较去年同期提升 1.1 个百分点。其中出口 6.11 万亿元，下降 0.7%，占出口总值的 54.5%；进口 4.74 万亿元，增长 0.9%，占进口总值的 56.9%；一般贸易项下顺差 1.37 万亿元，收窄 5.9%。同期，我国加工贸易进出口 5.84 万亿元，下降 6.7%，占我外贸总值的 29.9%，比去年同期回落 1.5 个百分点。其中出口 3.76 万亿元，下降 6.3%，占出口总值的 33.5%；



进口 2.08 万亿元，下降 7.3%，占进口总值的 25%；加工贸易项下顺差 1.68 万亿元，收窄 5%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 2.07 万亿元，下降 2.9%，占我外贸总值的 10.6%。其中出口 7224.2 亿元，下降 5.8%，占出口总值的 6.4%；进口 1.35 万亿元，下降 1.4%，占进口总值的 16.2%。

2、对欧盟、东盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国进出口下降。前 10 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 2.94 万亿元，增长 2.3%，占我外贸总值的 15%。其中，我对欧盟出口 1.82 万亿元，增长 1%；自欧盟进口 1.12 万亿元，增长 4.5%；对欧贸易顺差 7067.5 亿元，收窄 4.1%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 2.75 万亿元，下降 3.2%，占我外贸总值的 14.1%。其中，我对美国出口 2.06 万亿元，下降 2%；自美国进口 6920.1 亿元，下降 6.7%；对美贸易顺差 1.36 万亿元，扩大 0.6%。

前 10 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 2.38 万亿元，增长 0.1%，占我外贸总值的 12.2%。其中，我对东盟出口 1.37 万亿元，下降 1.8%；自东盟进口 1.01 万亿元，增长 2.6%；对东盟贸易顺差 3577 亿元，收窄 12.4%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 1.46 万亿元，增长 3.2%，占我外贸总值的 7.5%。其中，对日本出口 6948.9 亿元，增长 0.5%；自日本进口 7685.3 亿元，增长 5.7%；对日贸易逆差 736.4 亿元，扩大 1.1 倍。

3、民营企业进出口增长，比重提升。前 10 个月，民营企业进出口 7.53 万亿元，增长 3.8%，占我外贸总值的 38.5%，较去年同期提升 2.1 个百分点。其中，出口 5.2 万亿元，增长 1.7%，占出口总值的 46.4%；进口 2.33 万亿元，增长 8.8%，占进口总值的 27.9%。同期，外商投资企业进出口 8.93 万亿元，下降 4.1%，占我外贸总值的 45.7%。其中，出口 4.86 万亿元，下降 4.5%，占出口总值的 43.3%；进口 4.07 万亿元，下降 3.6%，占进口总值的 48.8%。

此外，国有企业进出口 3.02 万亿元，下降 9.1%，占我外贸总值的 15.4%。其中，出口 1.14 万亿元，下降 7.1%，占出口总值的 10.2%；进口 1.88 万亿元，下降 10.3%，占进口总值的 22.5%。

4、机电产品和纺织品等部分传统劳动密集型产品出口下降。前 10 个月，我国机电产品出口 6.42 万亿元，下降 2.1%，占出口总值的 57.3%。其中，电器及电子产品出口 2.91 万亿元，下降 0.7%；机械设备 1.83 万亿元，下降 1.2%。同期，服装出口



8672.3 亿元，下降 2.4%；纺织品 5723.6 亿元，增长 1.8%；家具 2548.6 亿元，下降 3.5%；鞋类 2540.8 亿元，下降 7.5%；塑料制品 1944.5 亿元，增长 2.4%；箱包 1349 亿元，下降 5.9%；玩具 966.4 亿元，增长 18.4%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 2.37 万亿元，下降 1.2%，占出口总值的 21.2%。此外，肥料出口 2264 万吨，减少 19.5%；钢材 9274 万吨，增加 0.7%；汽车 64 万辆，增加 2.9%。

5、铁矿砂、原油和铜等大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌。前 10 个月，我国进口铁矿砂 8.43 亿吨，增加 8.9%，进口均价为每吨 356.9 元，下跌 6.7%；原油 3.12 亿吨，增加 13.6%，进口均价为每吨 1946.6 元，下跌 24%；煤 2.02 亿吨，增加 18.5%，进口均价为每吨 331.3 元，下跌 11.7%；成品油 2326 万吨，减少 7.6%，进口均价为每吨 2556.2 元，下跌 14.9%；初级形状的塑料 2067 万吨，减少 4.7%，进口均价为每吨 1.05 万元，下跌 2.4%；钢材 1091 万吨，增加 2.1%，进口均价为每吨 6508.6 元，下跌 7.1%；未锻轧铜及铜材 408 万吨，增加 7%，进口均价为每吨 3.43 万元，下跌 10.8%。此外，机电产品进口 4.07 万亿元，增长 1%；其中汽车 85 万辆，减少 6.4%。

6、中国外贸出口先导指数小幅回落。10 月，中国外贸出口先导指数为 35.6，结束连续三个月回升势头，较上月小幅回落 0.2。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 39.2，回落 0.7；新增出口订单指数 39.5，回落 0.8；经理人信心指数 44.8，回落 0.7；企业综合成本指数 27.4，回落 0.2。

## 二、财政货币政策

### （一）财政政策

#### 1、一般公共预算收入情况

10 月份，全国一般公共预算收入 15359 亿元，同比增长 5.9%。其中，中央一般公共预算收入 7963 亿元，同比增长 9.9%，同口径增长 4.2%；地方一般公共预算本级收入 7396 亿元，同比增长 1.9%，同口径增长 7.8%。全国一般公共预算收入中的税收收入 12891 亿元，同比增长 7.2%，主要是与税收收入直接相关的部分经济指标有所回升、前期清缴营业税的滞后减收因素减弱、去年同月基数较低等影响。

本月主要收入项目情况如下：





(1) 国内增值税 4882 亿元，同比增长 75.6%；营业税 23 亿元（为清理补缴的尾款），同比下降 98.8%。主要是全面推开营改增试点后，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。

(2) 国内消费税 915 亿元，同比下降 10%，主要受产销量下滑等影响，卷烟和成品油消费税减收较多。

(3) 企业所得税 3769 亿元，同比增长 9.4%。

(4) 个人所得税 708 亿元，同比增长 22.5%。其中，财产转让所得税增长 91.4%，主要是二手房交易活跃以及限售股转让去年基数低等影响。

(5) 进口货物增值税、消费税 1039 亿元，同比增长 4.6%；关税 202 亿元，同比增长 6.1%。主要是受部分大宗商品进口价格回升等带动一般贸易进口增长。

(6) 出口退税 846 亿元，同比下降 2.7%。

(7) 城市维护建设税 367 亿元，同比增长 5.2%。

(8) 车辆购置税 216 亿元，同比增长 3.9%。

(9) 印花税 143 亿元，同比下降 27.8%。其中，证券交易印花税 63 亿元，同比下降 51.3%。

(10) 资源税 83 亿元，同比增长 21.9%。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税 289 亿元，同比增长 10.3%；土地增值税 311 亿元，同比增长 22.2%；房产税 327 亿元，同比增长 24%；耕地占用税 87 亿元，同比增长 6.1%；城镇土地使用税 282 亿元，同比增长 14.9%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 95 亿元，同比增长 5.3%。

(13) 非税收入 2468 亿元，同比下降 0.5%。

1-10 月累计，全国一般公共预算收入 136759 亿元，同比增长 5.9%。其中，中央一般公共预算收入 62591 亿元，同比增长 5.1%，同口径增长 1.9%；地方一般公共预算本级收入 74168 亿元，同比增长 6.7%，同口径增长 9.6%。全国一般公共预算收入中的税收收入 113771 亿元，同比增长 6.7%。

## 2、一般公共预算支出情况

10 月份，全国一般公共预算支出 11819 亿元，同比下降 12.5%。其中，中央一般



公共预算本级支出 1990 亿元，同比增长 5.6%；地方一般公共预算支出 9829 亿元，同比下降 15.5%。主要是去年同月地方支出基数较高（增长 39.9%）。

1-10 月累计，全国一般公共预算支出 147775 亿元，同比增长 10%。其中，中央一般公共预算本级支出 21453 亿元，同比增长 5.4%；地方一般公共预算支出 126322 亿元，同比增长 10.8%。

全国财政主要支出项目情况：教育支出 21395 亿元，增长 11.4%；科学技术支出 4301 亿元，增长 8.6%；文化体育与传媒支出 2119 亿元，增长 4.6%；社会保障和就业支出 17801 亿元，增长 12.8%；医疗卫生与计划生育支出 10792 亿元，增长 18.4%；城乡社区支出 16546 亿元，增长 27.4%；农林水支出 13310 亿元，增长 10.6%；住房保障支出 5143 亿元，增长 18.4%；债务付息支出 4107 亿元，增长 41.2%。

## （二）货币政策

### 1、广义货币增长 11.6%，狭义货币增长 23.9%

10 月末，广义货币(M2)余额 151.95 万亿元，同比增长 11.6%，增速比上月末高 0.1 个百分点，比去年同期低 1.9 个百分点；狭义货币(M1)余额 46.54 万亿元，同比增长 23.9%，增速比上月末低 0.8 个百分点，比去年同期高 9.9 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.42 万亿元，同比增长 7.2%。当月净回笼现金 854 亿元。

### 2、当月人民币贷款增加 6513 亿元，外币贷款减少 41 亿美元

10 月末，本外币贷款余额 110.18 万亿元，同比增长 12.3%。月末人民币贷款余额 104.77 万亿元，同比增长 13.1%，增速比上月末高 0.1 个百分点，比去年同期低 2.3 个百分点。当月人民币贷款增加 6513 亿元，同比多增 1377 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 4331 亿元，其中，短期贷款减少 561 亿元，中长期贷款增加 4891 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 1684 亿元，其中，短期贷款减少 438 亿元，中长期贷款增加 728 亿元，票据融资增加 1097 亿元；非银行业金融机构贷款增加 332 亿元。月末外币贷款余额 8004 亿美元，同比下降 7.7%，当月外币贷款减少 41 亿美元。

### 3、当月人民币存款增加 1.21 万亿元，外币存款增加 170 亿美元

10 月末，本外币存款余额 154.35 万亿元，同比增长 11.5%。月末人民币存款余额 149.74 万亿元，同比增长 11.5%，增速比上月末高 0.4 个百分点，比去年同期低 1.2 个百分点。当月人民币存款增加 1.21 万亿元，同比多增 6355 亿元。其中，住户



存款减少 4680 亿元，非金融企业存款增加 2083 亿元，财政性存款增加 6821 亿元，非银行业金融机构存款增加 5231 亿元。月末外币存款余额 6822 亿美元，同比增长 4.8%，当月外币存款增加 170 亿美元。

4、10 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.3%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.35%

10 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 55.22 万亿元，日均成交 3.07 万亿元，日均成交比去年同期增长 0.7%。其中，同业拆借、现券日均成交分别同比增长 2.1%和 26.5%；质押式回购日均成交同比下降 3.8%。

当月同业拆借加权平均利率为 2.3%，分别比上月和去年同期高 0.05 个和 0.31 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.35%，分别比上月和去年同期高 0.07 个和 0.41 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 3681 亿元，直接投资人民币结算业务发生 1952 亿元

10 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 2861 亿元、820 亿元、871 亿元、1081 亿元。



## II 本月关注

### 一、美国发布强制标准 电动滑板玩具车新增测试要求

日前，美国消费品安全委员（CPSC）发布了玩具强制性安全标准 ASTM F963-2016，其中新增了充电电池和电池组的玩具产品的测试要求。

该标准将于发布 180 天后正式生效，主要修订了 5 项内容：动能弹射要与澳洲、国际标准一致；可充电电池和电池组的玩具增加新测试要求；1.5V 或电压更大的纽扣和硬币电池增加了新警告标签；新增膨胀玩具测试要求；玩具箱测试重回 ASTM F963。

新标发布实施将直接影响生产企业的出口形势，特别是针对有充电电池和电池组的电动滑板车、儿童电动玩具车等玩具产品增加了新的测试要求。

### 二、木制玩具领域首个“浙江制造”团体标准正式发布

近日，浙江省品牌建设促进会发布《木制玩具》“浙江制造”团体标准，该标准是由云和县浙江和信玩具有限公司为主起草，也是首个以本地木玩企业为主制定的木玩领域的标准，实现云和县“浙江制造”标准零的突破，也标准着云和县木制玩具行业达到了“国内一流、世界领先”的水平，进一步提升本地企业在木制玩具制造领域的话语权。

今年以来，云和县以推进“浙江制造”建设为标准化工作的重要抓手，积极推进标准强县建设，以标准化引领“美丽县城”快速转型发展。努力通过浙江制造认证和标准制定，扶持木制玩具优势行业龙头企业做强做大，扩大行业影响力，扩大市场占有率。现云和县共有 700 多家木制玩具厂，总产值 16 亿多，占全县总产值 41.03%，其中年产值 500 万以上的企业 100 多家，所生产的木制玩具占全省 70%，全国 50%，全世界 4%。创成中国驰名商标 1 个，浙江省著名商标 2 个，浙江省名牌产品 2 个。

### 三、玩具业界迎来又一重大政策利好

困扰遥控玩具企业已久的无线电技术要求存在的问题，在广东省玩具协会、广东



省无线电协会及相关专家、企业的共同努力下，终于得到解决，取得了重大成效！2016年11月11日，国务院、中央军委公布了修订后的《中华人民共和国无线电管理条例》（简称“新条例”），自2016年12月1日起施行。其中第44条规定，除微功率（短距离）无线电发射设备外，生产或者进口在国内销售、使用的其他无线电发射设备，应当向国家无线电管理机构申请型号核准。换言之，包括遥控玩具在内的微功率（短距离）无线电发射设备，今后生产和销售无需型号核准。由此，广东省玩具协会和广东省无线电协会受国家无线电管理局委托并联合调研上报的《关于遥控玩具无线电技术要求修订的建议》及调研报告，得到了政府的充分重视和有效解决，将非常有利于无线遥控玩具的创新发展。

2014年以来，不少遥控玩具企业的产品在江苏省市场多次受到抽查处罚，处罚理由是部分遥控玩具产品不符合2005年原信息产业部颁发的《微功率（短距离）无线电设备的技术要求》等规定，这给遥控玩具销售带来很大影响。广东省玩具协会获悉后十分重视，除向国家工信部、国家工商总局等相关政府部门反映情况外，还主动与国家和广东省无线电管理部门联系，去年10月份在汕头澄海召开了“遥控玩具无线电技术要求研讨会”，共同探讨遥控玩具无线电技术发展中遇到的具体问题，提出解决问题的建议。建议得到国家政府部门的高度重视，今年3月，国家无线电管理局复函指定广东省玩具协会和广东省无线电协会，就信部无（2005）423号《微功率（短距离）无线电设备的技术要求》提出修订意见和建议。

为此，广东省玩具协会与广东省无线电协会积极磋商，成立了以广东省无线电管理办公室主任曾强为组长的项目指导组；以及由省玩具协会会长李卓明和省无线电协会常务副理事长吴海燕为正副组长的项目工作组，就《微功率（短距离）无线电设备的技术要求》对遥控玩具产业的制约进行了调研，调研采用调查问卷、企业走访、召开研讨会等方式进行，对相关无线电技术法规修订内容进行了反复研究探讨。7月27日最终形成了《关于遥控玩具无线电技术要求修订的建议》和《关于修订遥控玩具无线电技术要求的调研报告》，正式提交给广东省无线电管理办公室上报国家无线电管理局。

“新条例”第44条规定，“除微功率短距离无线电发射设备外，生产或者进口在国内销售、使用的其他无线电发射设备，应当向国家无线电管理机构申请型号核准。无线电发射设备型号核准目录由国家无线电管理机构公布。”广州环宇标准及检测技术有限公司副总经理冯军国对此解读道，该条例彻底放宽了信部无（2005）423号《微



功率（短距离）无线电设备的技术要求》对微功率遥控玩具的频率核准要求，特别是原技术要求中的 C、E 条将不再适用许多遥控玩具。他提醒企业，目前具体的实施细则还没有出来，大家一定要关注无线电发射设备型号核准目录的变动。按目前的情况看，微功率的 27MHz、40MHz 的遥控飞机、遥控车是不应该再按《微功率（短距离）无线电设备的技术要求》抽检了（但可按通用国标 BG6675 / BG19865 对电玩具抽检）。但应用蓝牙、Wi-Fi 技术的玩具产品还是要注意相关的要求。

业内人士纷纷为广东省玩具协会的努力点赞。全国玩具标准化技术委员会副主任兼秘书长张艳芬表示，广东省玩具协会真正发挥了桥梁和纽带的作用。她同时提醒玩具行业应尽可能利用微功率的政策为好。

奥飞娱乐品质总监杨国洪指出，江苏工商连续几年多次抽查对不少遥控玩具企业造成很大的负面影响。广东玩具协会穿梭行业与政府相关部门，听取并反馈企业意见，结合国际先进监管办法，不遗余力促成新条例出台。他说，很大一部分传统遥控玩具（微功率）将豁免核准，回归按玩具 3C 认证即可。他同时提醒，如何定义微功率还有些灰色地带，企业还需密切关注具体的参数指标，或者目录清单。而部分功率稍大的产品或者蓝牙/2.4G 等新技术运用，仍需接受监管，企业要不断提升自身技术能力。

广东省玩具协会会长李卓明对新条例出台感到欣慰并向一同努力的业界同仁表示感谢，他认为，正是各位业内专家和相关企业的积极参与、共同研究并提出行之有效的解决方案，“修订建议”才得以受到政府的高度重视。

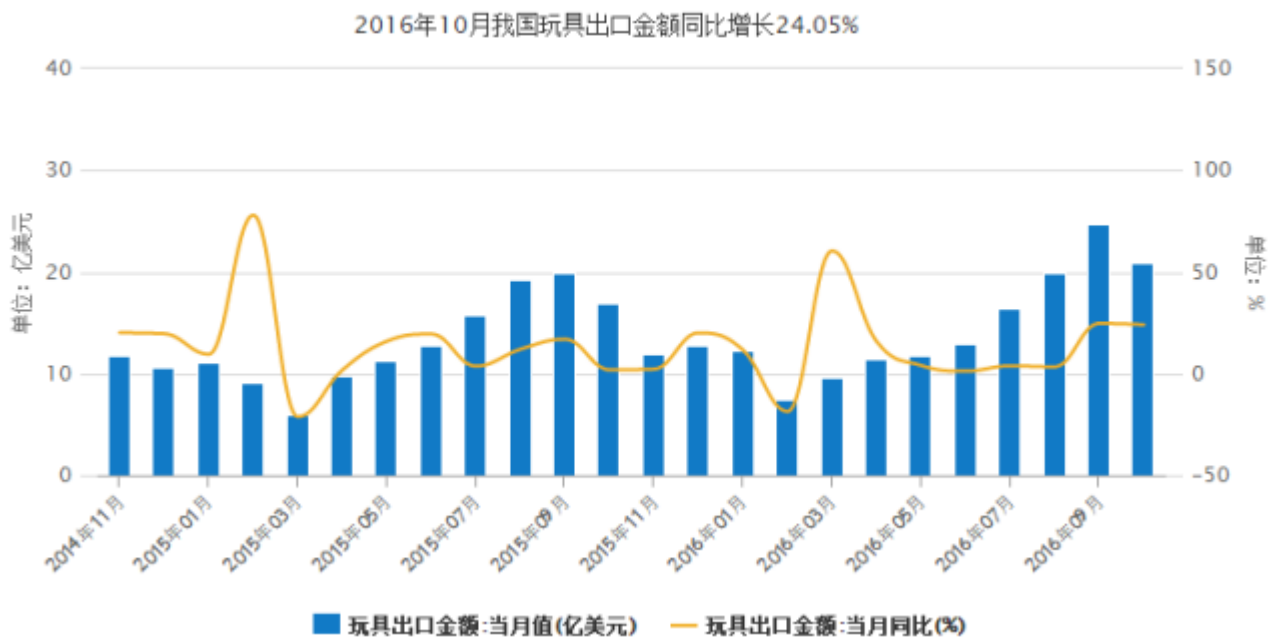


### III 本月行业运行分析

#### 一、2016年1-10月全国玩具行业出口运行分析

2016年10月我国玩具出口金额20.99亿美元，同比增长24.05%。

图表 9：2016年1-10月全国玩具出口金额统计数据



资料来源：银联信整理

中国是一个玩具生产大国，据估计，全球约80%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。广东又是中国的玩具大省，主要集中在深圳、东莞、广州、汕头澄海、佛山等地。中国玩具业大部份的出口是为国外品牌加工生产。

中国玩具市场竞争日趋激烈，高端玩具市场由外资占据，其余中低端价位的玩具市场以本土品牌为主。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。世界主要玩具公司大多已通过销售代理或设立中国市场部进入中国市场，如美国的美泰集团、孩之宝集团以及日本的世嘉公司等。



## 二、国内部分玩具批发市场 10 月行情一览

据《中外玩具制造》报道：10 月随着天气转凉，各地毛绒类玩具开始陆续上市，与来年生肖“鸡”形象相关的产品登场；动漫类方面，“超级飞侠”、“爆裂飞车”、“蛋蛋小子”、“魔幻车神”、“元气拯救队”、“猪猪侠”、“熊出没”等销量升温；积木玩具、变形合金类等表现不俗。

北京

室内充气产品有行情

新品玩具将陆续上市

金秋十月，秋风习习。随着天气的转凉，北京部分季节性玩具品类结束了销售周期；与此同时也有部分玩具品类随着秋季的到来，逐渐迎来销售旺季。

毛绒类玩具开始渐入佳境，新品陆续上架，下线客户开始选购货品。毛绒玩具的批发额也在渐渐增加，前期十分火爆的“装死兔”在 10 月仍然保持了良好的整体销量。

室内玩具产品开始活跃，最具代表性的为室内充气类产品。户外充气类产品已基本下架，但是室内充气类产品由于目前儿童业态发展的良好趋势，许多儿童游泳馆开业，纷纷订购新设备带动了销售额。

动画片的播放直接推动了相关动漫玩具产品的销售。受近期电视台播放的动画片影响，“超级飞侠”、“爆裂飞车”、“魔幻车神”等都是现在备受欢迎的玩具产品，深受小朋友们的喜爱。

十一假期前期为销售小高峰，线下客户会在节前提前备好货，因此节日期间批发额度大幅下降，但在 10 月中下旬批发量开始逐步回升。借“十一”的节假日效应，零售方面各品类销售量均有所提升，但是节后基本上为空档期，零售明显下降。

随着中西文化不断的碰撞与交融，万圣节以奇异怪诞的特点在国内越来越受到年青人的喜爱，特别是受到学生族的追捧。现在的商家更是紧扣万圣节这一主题，充分运用鬼马元素营造商业氛围、创造商机。百荣商城与商家共同协手，举办了为期一个月的万圣节主题活动。相关产品品类齐整，品种丰富，从南瓜小灯到 cosplay 主题服饰，为大家提供了更多选择的同时，营造了浓郁的节日氛围。整个活动带动了与万圣节有关的产品的批发量及零售额。





10月下旬随着相关展会的召开和百荣玩具代理商与厂商建立的合作,将会有更多的新款玩具进入华北市场。谭京

河北 石家庄

毛绒玩具新品多

动漫产品销量增

进入10月份,石家庄南三条玩具批发市场受节日的带动,零售方面稍有攀升。

应季类的产品中,毛绒类玩具开始陆续上市,随着天气逐渐转凉,近几年以毛绒玩具为造型的手暖和暖手宝也渐渐进入人们的生活。今年以糖果为造型的糖果手暖,体积小、携带方便,依然很受欢迎。还有一款可视手暖,是在毛绒造型的手暖表面加了一层透明的塑胶膜,毛绒玩具的耳朵上各留一个口,可以将手放在里面看手机,有米老鼠造型和小猫脸造型,也可以当作靠垫使用,很是方便。

另外,毛绒类玩具中,一款安抚仿真娃娃也很受小女孩的喜爱。她是一款人物脸和手用无毒无味的塑胶制作的仿真产品,并且身上有小熊、兔耳朵、小牛、斑马、小鹿图案,自上市以来很受小女孩和年轻女孩的青睐。

动漫类方面,由灵动创想推出的“蛋蛋小子”、魔幻车神,近期销量开始升温。由广州庄臣动漫科技有限公司最新推出的“熊出没”变形车,熊大、熊二、光头强单品装、变形车销量也很好。张丽华

新疆 乌鲁木齐

商家集体走量出货

积木玩具将成热点

国庆冲刺,乌鲁木齐当地通过买赠打折等降价手段令市场销量大增,但上游商家实际拿到的利润并不多。

进货价低、包装精美、在多种渠道上货的产品成为市场走货商品。具体产品有谷雨新品“曼哈顿球”,该款产品以材质环保安全为卖点,售价68元;纽奇推出的磁力棒单件尺寸较大,更适合低幼儿童使用。另外,鑫鹏宇的手动小遥控车一直在商超等渠道保持不俗的销量。

业内人士表示,10月是集体冲量,也证明市场大有潜力。另外因为当地已经开始



降雪，适合室内玩耍的积木玩具是近期主推的重点。

河南 郑州

市场走势平稳度过

期待网销扳回一城

郑州 10 月份总体行情表现一般，由于开学原因，校园周边产品销售稍有起色。

如变形合金类产品荣骏“合金汽车人”回力小车，该产品的特色为一键变形及武器配饰，零售价 20 元；益智类积木、磁力拼接产品表现不错，售价 68 元的三佳玩具拥 8 有个军事基础造型的“百变海陆空”，可通过磁力做出多个军事场景组合，产品售价 68 元；另售价 108 元的沃马军事特警系列积木同样受到市场的青睐。

对于后市的预测，有“触网”的业内人士认为，“双 11”电商大战能刺激线上市场，因此抱有较大期待。

江西 南昌

批发迎来短暂高峰

遥控玩具成为主力

随着节日效应的影响，南昌市场的交易量逐渐放大，批发市场迎来一阵短暂的销售高峰。

10 月行情主要围绕国庆短期高峰，具体走货产品以今年新上市的遥控类玩具为主，具体产品有：方向盘控制、重力感应功能凌盛 1:14 遥控车、双鹰工程车系列。其他类别玩具上，英纷售价 69 元的“米奇宝宝摇铃 10 只装”，奥迪双钻的零速争霸及超级飞侠走量稳定。

另外，进入年末，除以往的卡通造型外，陆续有与来年生肖“鸡”形象相关的产品登场，但产品款色较少。批发商正努力寻找优质货源，备货等候热销时机。

对于后市的预测，有业内人士表示，下半年行情此起彼伏，波动较大，希望凭借接踵而来的节日行情，能为市场再度带来销售高峰。

辽宁 沈阳

当地销情昙花一现

积木玩具支撑市场



由国庆带动的玩具市场强劲走势在沈阳地区昙花一现，节后销量迅速回落，形成鲜明反差。

10月走红的主力品类为积木玩具。木玩世家的50粒益智成长积木、启蒙的军事战舰以及童邦磁力棒，三款产品零售价格均在100元以下，市场反映不错。婴童类玩具上，五星的“多功能健身架”配有游戏盘、摇铃、录音与星空投影功能，售价118~188元间；遥控玩具上，美致遥控变形机器人、双鹰遥控工程车和方向盘遥控车虽有一定销量，但走势未如预期般理想。

谈及后市走势预测，有业内人士表示，10月的反差走势说明市场形势仍有待反转，预计11月销情会在平淡中过渡。

广东 广州

动漫新品利润不高

遥控玩具销量平淡

多款扎堆上市的动漫玩具未能成为带动市场发展的热品，广州市场节后陷入调整状态。具体在市场上表现较好的产品有星杰的“元气拯救队”、咏声的“猪猪侠”系列玩具。婴童类玩具上，谷雨的健身架和五星的手拍鼓及智能故事机也有平稳的销售表现。

问及对后市的看法，有业内人士认为，最近的玩具新品能跑赢市场，但普遍利润值不高，与上半年动漫玩具“有价有市”的情形仍有差距。期望通过后期的媒体攻势加强，以量冲货使利润增加。同时一些常规性产品如塑料积木玩具、电动遥控玩具的销量未能跟上，故对后市持观望态度。



## IV 上下游市场分析

### 一、产业链上游分析

#### (一) 塑料行业分析

塑料制品业是我国轻工业的支柱产业，我国已步入世界塑料大国行列，生产大国、消费大国、进出口大国。据前瞻产业研究院数据显示，2016年10月我国塑料制品产量671.8万吨，同比下降0.3%，首次出现负增长。1-10月累计产量6264.8万吨，同比增长3.3%。

图表 10：2016年1-10月我国塑料制品产量数据统计表

时间	当期值(万吨)	累计值(万吨)	同比增长(%)	累计增长(%)
2016年10月	671.8	6264.8	-0.3	3.3
2016年9月	683.7	5678	1.4	4.7
2016年8月	652.3	4974.8	1.8	5.1
2016年7月	670	4393.5	0.4	6
2016年6月	727.1	3688.7	6.3	5.8
2016年5月	651.3	2936.7	5.5	6.5
2016年4月	636.6	2285.3	5.1	4.9
2016年3月	642.6	1665.2	8.4	6.1
2016年2月		1016.3		6.9

#### (二) 纺织行业分析

2016年10月份，规模以上工业增加值同比实际增长6.1%（下同，增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），与9月份持平。从环比看，10月份，规模以上工业



增加值比上月增长 0.50%。1-10 月份，规模以上工业增加值同比增长 6.0%。分行业看，10 月份，41 个大类行业中有 35 个行业增加值保持同比增长。其中，纺织业增长 4.8%。

我国 10 月棉花进口数量继续回落，平均价格也有所下跌。配额使用以 1%关税居多，比例超过七成；贸易方式中进料加工为最主要的进口方式，达到六成。来源国中澳大利亚棉和美国棉最多，比例均为 37%；进口海关以青岛、南京和上海为主；进口地区以山东和江苏最多。

据中国海关总署最新统计数据显示，2016 年 10 月，我国纺织品服装出口额为 214.60 亿美元，环比下降 5.73%，同比下降 9.28%。其中，纺织品(包括纺织纱线、织物及制品)出口额为 85.98 亿美元，同比下降 6.64%；服装(包括服装及衣着附件)出口额为 128.62 亿美元，同比下降 10.96%。

2016 年 1-10 月，我国纺织品服装累计出口额为 2225.61 亿美元，同比下降 5.31%，其中纺织品累计出口额为 881.32 亿美元，同比下降 3.25%；服装累计出口额为 1344.29 亿美元，同比下降 6.62%。

## 二、产业链下游分析

### (一) 玩具消费市场

圣诞节历来是西方国家玩具销售的传统旺季，早在今年 6 月开始，欧美国家大商场尤其是玩具专卖公司为争夺市场，各种各样的促销宣传活动已是此起彼伏，你方唱罢我登场。玩具反斗城、哈姆雷斯 (Hamleys)、欧尚等纷纷向消费者推出“2016 年圣诞节最热玩具”名单，产品从星球大战电影衍生玩具、冰雪奇缘娃娃、遥控飞机到电子狗等，都被列为圣诞节小朋友应当拥有的玩具而向家长们积极推荐。从目前情况看，各大公司的销售均取得了良好成绩，即使是业绩远逊色于孩之宝的美泰，前三季度业绩报告也表明，其明星产品之一芭比娃娃全球销售额按固定汇率计算同比上升 17%，美国女孩玩偶 (American Girl) 销售额上升 15%。

中国海关总署的玩具出口数据对世界玩具市场走好提供了佐证：作为世界最大的玩具生产和出口国，中国玩具今年前三季度出口金额达到 247.99 亿美元，同比增长 9.62%，情况较为理想。国家工信部发布的统计数据也从另一个方面引证了这点：2016



年1~7月，全国玩具行业产销率97.5%，较2015年同期下降0.1个百分点；累计出口交货值503.6亿元，累计同比增长5.5%。

在欧美经济复苏迟缓情况下，为什么玩具市场会先行出现兴旺的市况，这一方面要归功于《星球大战》等影视作品的热播带动相关衍生产品热销，同时也要归功于玩具企业的积极营销，美泰针对去年芭比娃娃销售下滑，痛失世界玩偶娃娃销售冠军宝座后，今年推出一系列营销活动，从而令芭比娃娃的销售止跌回升并取得理想业绩。实际上，多部影视作品的热播，其身后都有玩具公司在助推，今年5月《美国队长3》在北美上映前，多个模玩制造商即推出了多种周边产品，孩之宝专门发布相关玩具广告。

#### 传统玩具得宠电游市淡

市场竞争历来是“有人欢笑有人愁”，尽管2016年世界玩具市场需求开始旺盛，但一些做电子玩具产品的商家则恐怕无缘分享。实际上，目前兴旺的玩具市场需求，基本是传统玩具销售的天下，“其他电子游戏机”、“其他视频游戏控制器及设备”等电子玩具行情仍然清淡。

从中国海关的出口统计我们看到：1~9月，传统普通玩具出口继续保持良好态势，出口金额126.4亿美元，同比增长9.98%。这其中，最好卖的产品是深受家长和孩子们喜爱的传统产品积木，前三季度，“其他建筑套件及建筑玩具”出口数量同比激增75.9%。但生产厂家应关注的是：在产品出口数量上升如此强劲的情况下，产品出口金额同比增长却只有5.09%，这表明尽管此类产品一方面市场需求强劲，但另一方面市场竞争也十分激烈，为什么会出现这种价量严重背离的情况，其后面极可能是企业之间互相杀价争市场而造成。

与兴旺的传统玩具市场需求截然不同，电子游戏机玩具类产品出现了两极分化现象。在海关商品编码9504项下的电子玩具产品中，“与电视接收机配套使用的视频游戏机及设备”出口情况理想，1~9月，产品出口金额同比增长28.5%，但“其他电子游戏机”类别产品市道仍然冷淡。前三季度产品出口价量齐跌，“其他电子游戏机”产品出口数量同比下降12.04%，出口金额同比更大幅下降40.26%。之所以产品出口金额降幅远远高于产品数量，估计是企业争相降价抛售产品造成的结果。

#### 部分进口玩具增长放缓



对于从事国内玩具销售的商家来说，前三季度还有一个十分引人注意的情况：是进口玩具经过前段时间大幅度增长后，一些产品的进口增长率已明显放缓，这是否是市场产品趋于饱和的信号，实在值得商家们警惕。

由于中国二孩政策的实施，业界对内地玩具市场都有良好憧憬，一些国外玩具销售巨头更是加速在华争抢市场。玩具反斗城持续开新店目前在中国已超过 100 家，哈姆雷斯 (Hamleys) 专卖店 10 月也在南京开张，高调进军中国市场，并称未来要在各大城市陆续开分店。按海关统计，今年 1~9 月全国玩具进口 9.94 亿美元，同比上升 99.01%，不少产品持续以两位数字甚至是三位数字的幅度提升，如“电动火车”，今年前三季度产品进口数量同比增长 87.6%，金额增长 175.6%，市场热度由此可以略见一斑。

不过，一些市场热销品进口在经过井喷式增长后，目前已明显出现增长乏力态势。如“智力玩具”，经过 2014 年和 2015 年连续两年产品进口大幅增长后，今年前三季度产品进口数量同比增长尽管仍达 148%，但产品进口金额同比却大幅下降 30.42%，这表明产品单价下降相当严重。而“16 英寸 (40.64 厘米) 及以下的未列名自行车”更是价量齐跌，同比分别下降 37.04% 和 45.46%。

中国作为世界最大的玩具生产国，国内玩具市场销售本已群雄混战，现在再加上外国玩具销售巨头竞争和不断增加的进口产品，令内销市场竞争压力日益加剧。也许就是这样的原因，虽然得益于人们生活水平提高和二孩政策对玩具市场需求的刺激，但仍有不少企业感觉内销市场生意难。因此，企业如何进行差异化发展，避免同业过度竞争，是中国玩具企业家们必须要考虑和面对的事情。

## V 本月行业快讯

### 一、行业要闻

#### (一) 亚洲首个乐高玩具工厂在华投产

近日，总投资逾 30 亿元，历时两年半的丹麦知名玩具公司乐高集团在华首个工



厂，在浙江嘉兴正式投产。这标志着乐高集团全球第五家生产工厂、首个亚洲工厂正式全面投入运营。乐高集团高级副总裁兼亚洲生产部总经理 Michael McNulty 说，亚洲市场是乐高品牌客户增长非常大的市场来源，该公司希望生产基地更靠近客户群。据悉，该新工厂生产的产品将满足亚洲市场 80% 的市场需求。

## （二）台州市婴童产业商会成立 助推婴童用品产业做大做强

11 月 18 日，(浙江省)台州市婴童产业商会于台州市路桥区召开第一次会员大会，标志着 127 家婴童产业相关企业组成的台州市婴童产业商会正式成立，会员企业将抱团谋发展，推动台州婴童用品产业做大做强。

通过选举，商会第一届理事会选举出 55 家企业负责人担任理事，台州财富商贸城有限公司董事长施通利担任首届商会会长，台州好娃娃婴童用品有限公司总经理夏顺贵担任执行会长，台州市路桥美婴堡儿童用品有限公司总经理陈青根当选为常务副会长，台州青藤经济文化传媒中心主任郑友华担任秘书长。

刚刚当选会长的施通利表示，台州市婴童产业量多面广，规模小，品牌效应低，通过商会平台，整合台州婴童产业资源，发挥台州市婴童产业优势，在政府‘十三五’规划中寻找婴童产业合作项目。

“商会成立之后将坚持‘服务立会、服务兴会’的理念，将设立台州婴童产品对外展示厅，为会员做好知识产权维护、开展融资、拓展外联渠道、商务考察、经贸洽谈、展会、培训、体检等服务，切实帮助会员解决生产经营中遇到的一些实际困难。”施通利说。

据台州市婴童产业商会执行会长夏顺贵介绍，台州市现有婴童用品生产和销售企业上万家，婴童用品销售工商户 2 万多个。在商会成立之前，筹备组走访 70 多家会员企业，拜访了黄岩区工艺品玩具和婴童用品协会、温岭市鞋草业商会、椒江区童装商会等团体。最终确定本届大会会员 127 家，其中生产企业 31 家，销售企业 64 家，工商户 25 个，银行等其他企业 7 家。

商会还将筹备台州婴童用品物流仓储中心，计划用地 100 亩，为打造台州婴童用品物流基地做好前期可行性报告，商会还将引导婴童用品企业建成达到市级标准电商园区 1 个，县级电商标准园区 2-3 个，实现台州婴童产业转型升级，增强台州婴童产业抗风险能力和市场应变能力。





### （三）世界最盛大玩具游行节在伦敦举行

近日，一年一度的哈姆雷斯玩具游行节在伦敦中心的摄政街盛大开幕，共有 400 多个备受孩子喜爱的卡通人物参与此次狂欢节。当天恶劣的天气也没能阻挡人们的热情，预计当天的观展人数高达 75 万人。

据悉，孩子们耳熟能详的卡通人物“帕丁顿熊”、“天线宝宝”和“邮递员派特叔叔”均在游行节中亮相，高达 20 英尺(约 61 米)的巨型“棉花糖宝宝”更是成为全场焦点。

## 二、全国区域动态

### （一）连云港近百家玩具企业迎来生产和销售高峰期

圣诞、新年临近，江苏省连云港市赣榆区近百家玩具企业迎来生产和销售的高峰期。近年来，该区在巩固美欧等传统市场的同时，大力开拓非洲、拉美洲、中东、俄罗斯等其他国家和地区的新兴市场，预计今年玩具销量有望突破 800 万件，创汇近 7500 万美元，创历史新高。

### （二）上海迪士尼扩建：新增全新园区“玩具总动园”

近日，合作企业的双方股东——华特迪士尼公司和上海申迪集团的高层为“玩具总动园”园区破土奠基，“玩具总动园”将成为上海迪士尼乐园内第七个主题园区。据悉，全新的“玩具总动园”园区计划于 2018 年向游客开放。

《玩具总动员》系列的角色和故事一直深受中国游客的喜爱。上海迪士尼度假区拥有全球唯一一座玩具总动员主题的度假酒店，此外上海迪士尼乐园内的“巴斯光年星际营救”游乐项目拥有全球迪士尼乐园中最先进的巴斯光年瞄准系统，深受游客青睐。

上海迪士尼度假区总经理郭伟诚（Philippe Gas）表示：“华特·迪士尼先生曾说过，只要世界上还存在想象力，所有的迪士尼乐园都不会完工，并将不断壮大。我们非常高兴能把同样的想象力和乐观精神带到上海，并期待与中国游客一起不断发展我们的度假区。现在正是造访上海迪士尼度假区，体验迪士尼神奇魅力的好时机。”



### （三）北方地区童车玩具行业最大的外贸、销售商城落户平乡

11月15日，河北平乡县自行车工业园区内，中国平乡世贸儿童玩具城项目落成并正式投入使用，吸引万余家客商前来洽谈业务。

平乡世贸儿童玩具城总体建筑面积35000余平方米，可容纳800余个商铺摊位。该儿童玩具城采取“互联网+线下商城”的运营模式，真正实现线上线下同步更新，为厂家提供多种渠道销售及产品推广。吸纳了山东滕州、浙江平湖、义乌、安徽舒城、广东东莞、天津等地30余童车玩具企业和十几家巨头电商团队、外贸公司入驻。

今年10月，河北省诚信建设促进会授予该项目“河北省童车玩具示范基地牌匾”。“平乡世贸儿童玩具城的开业能增加7000余个就业岗位，有望成为北方地区童车玩具行业最大的外贸出口基地和最大销售综合体。”项目负责人李玉霞说。

该项目是一个集APP、微信、PC端为一体的儿童玩具网络信息应用平台，旨在提供最新儿童玩具行业新闻、新品上市、企业报道、市场行情、热点抓题等深度产业报道并及时报道玩具展会新闻等。目前，该平台已具备全网覆盖功能，入驻企业推广信息及时展现在百度、搜狐等网站，方便全国各地儿童玩具批发商、零售商及用户了解企业并采购商品。

据了解，经过30多年的发展，平乡县自行车、童车产业目前已经成为中国自行车童车及配件的四大板块之一，形成了集自行车、童车产业研发、生产、销售、检测于一体的产业链。2015年童车整车产量突破2300万辆，配件组装1500万辆，产值突破百亿元，占全县工业产值的90%以上。行业有一定规模的企业达200余家，年产值超亿元企业10家，相关从业人员约10万人。产品出口占国际市场的14%，占国内市场的47%，平乡县先后被授予“中国自行车零配件及儿童自行车产业基地”“中国童车产业生产基地”“全国童车产品质量提升示范区”“中国县域产业集群竞争力百强”“中国童车之都”等称号。



## VI 本月海外市场扫描

### 一、土耳其将实施最新“欧盟版”玩具安全法规

近日，土耳其政府公报发布新玩具安全法规，2013年10月份发布的28807号旧法规随之废除。除市场监督和检查过程外，土耳其新玩具安全法规将完全采用欧盟玩具安全指令2009/48/EC，由土耳其海关和贸易部组织执法，并自2017年4月1日起强制执行。

土耳其位于欧亚连接地带，与欧盟经贸联系密切，作为“一带一路”的重要节点，土耳其也是我国出口企业开拓中东地区和中东欧市场的重要跳板，双边贸易额近300亿美元。据统计，2016年1-9月，我国出口土耳其的玩具类商品已达1.4亿美元，出口态势持续向好。此次新规内容大幅更新，要求更趋严格，出口企业需密切关注。

相较于原有的法规，新玩具安全法规将与堪称“史上最严”的欧盟2009/48/EC玩具安全指令进一步协调一致，并引入了欧盟指令及标准近年的新增内容。在监管要求上，除市场监督和检查过程外，新法规将由土耳其海关和贸易部组织执法，并且将通过欧盟官方公报上发布的协调标准来验证符合性。对制造商、授权代表、分销商等产业链各级成员的义务做出了详细规定。如制造商必须对投放土耳其市场的玩具提供符合性声明、强制加贴CE标识；在玩具上市后10年内确保技术文件和符合性声明的存档以及发现不合格时能有效履行撤市召回等责任。

在具体指标上，新法规对各类玩具产品的化学安全、物理机械性能、电气安全以及标签标识等方面均制定了详细的条款要求。例如，此前在旧法规中未制定限制要求的甲酰胺、防腐剂、双酚A和阻燃剂等将加以管制；对66种致敏芳香剂设定了100mg/kg的限量要求；对36个月以下儿童玩具或其他可放入口中的玩具提出了n-亚硝胺，亚硝基物质及铝、铬、有机锡等19类迁移性物质的限量要求和标识要求；对电气类玩具明确要求驱动电压不得超过24V，必须具备足够的防触电、防火功能、在玩具发生故障时也必须确保不产生安全隐患等等；在标签标识上，对于活动玩具、水中玩具、功能性玩具等不同类型的产品分别制定了明确的标签要求和警示语规范，如滑轮或滑板玩具必须标注“必须穿戴防护器具，不得用于交通”等。



检验检疫专家提醒相关玩具出口企业，要密切关注土耳其等新兴市场国家的最新技术法规要求，特别是近年来中东地区国家参照欧盟标准出台了大量针对儿童用品、食品接触材料等商品的最新技术贸易措施，出口企业须引起重视；要切实做好质量控制。要从产品设计，生产工艺控制等环节强化质量把关，杜绝侥幸心理，及时根据相应法规进行相应的检测，保证产品符合准入要求；要加强与国外客户的密切联系，由于新规对产品得后市场监管要求严格，企业需要与客户明确责任和义务，避免因质量问题等原因产生后需纠纷。

## 二、俄罗斯小男孩最喜欢玩的动漫授权玩具 TOP10

韩国动画公司 SAMG Animation 和它莫斯科分销及授权代理合伙人 CLS Media 宣布，动画 Vroomiz（咻隆家族）的玩具位列最受俄罗斯男孩欢迎玩具产品 Top 10，这是俄罗斯电商平台 Yandex.Market 最新调查研究所得出的结果。

Vroomiz 排在前 10 大最受欢迎的玩具里，其他受欢迎玩具还包括汽车总动员、星球大战、蜘蛛侠、RobocarPoli（变形警车珀利）、Chuggington（火车宝宝）、忍者神龟，排在 Vroomiz 之后是猫和老鼠、钢铁侠和消防员山姆。

据研究显示，最受男孩和女孩欢迎的前 10 大玩具没有交集，男孩喜欢交通主题和机器人玩具，而女孩喜欢布娃娃。

Yandex.Market 基于受欢迎的角色统计了 76 万种不同的产品，不包括原始资料（书籍、电影和电子游戏等）。大部分角色都能在玩具产品中找到，每 10 种玩具中，就有一种使用角色形象。

Vroomiz 由韩国 SAMG Animation 动画工作室制作，CLS Media 是韩国 SAMG 的 Vroomiz 品牌产品在俄罗斯和独联体国家的独家合伙人。Vroomiz 动画系列在俄罗斯主要的少儿频道上播出，获得了很高的收视率。

## 二、英国玩具销售今年将涨至 33 亿英镑

最新数据显示，英国玩具销售在今年预计将突破 33 亿英镑的历史纪录。

根据英国领先玩具零售商的分析，预计英国人在圣诞将为礼品消费 11 亿英镑——平均花费在每个小孩身上的支出将达到 105 英镑。预计 2016 年英国将共计售出 4 亿



件玩具。

尽管在退欧公投后英国家庭收入持续被缩减，经济不确定性也随之增长，但英国玩具零售商协会称，众多家庭选择了为各个年龄层提供的可负担的玩具。

今年1月到9月间，英国玩具销售比去年同期增长了5%，Tutt表示，尽管退欧后玩具价格可能会提升高达10%，但客户在2017年圣诞节之前暂且不会因此受损。

百货零售商Argos的Linzi Walker称，零售商正与世界各地的供应商紧密合作以试图避免现阶段的提价。



## VII 重点企业追踪

### 一、思成智能玩具与中外玩具全媒体达成战略合作 引领智能玩具新格局

近日，创新型智能玩具公司东莞思成智能玩具有限公司（以下简称思成玩具）与中外玩具全媒体中心签署战略合作协议，双方将依托各自领先的资源优势及行业影响力，打造智能玩具互联网生态圈。

据悉，思成智能玩具有限公司拥有近三十年的精心研发、设计和创新打造各种高智能电子玩具产品经验。公司拥有超大型国际化生产基地，4000 多名员工，近 100 人的研发团队及全球先进的玩具设计开发能力，专注于设计研发与生产集科技、智能和趣味于一身的优质玩具，年生产能力达到十亿元数量级。中外玩具全媒体中心是广东省玩具协会旗下的信息综合服务平台，拥有中外玩具网、《中外玩具制造》杂志、中外玩具新媒体矩阵等并行运作媒介，是玩具业界信赖的行业权威信息源。

随着当今科技的高速发展以及移动互联网技术的普及，中国玩具市场再上新台阶。与传统玩具相比，智能化玩具有着得天独厚的优势，主要体现在智能玩具不仅可以与孩子进行“情感交流”，培养孩子良好的学习习惯，还能帮助孩子在愉悦中学习，更好的体验生活，进而达到寓教于乐的效果。得益于智能玩具集聚智能化和交互性于一体的特性，智能玩具在中国玩具市场迅速腾飞，并逐步成为主流。

双方此次合作，思成玩具将依中外玩具全媒体中心优质的内容策略及媒体资源，在汇聚零售管理、互联网、软硬件、通信领域的技术精英，实现智能玩具行业技术领先优势的同时，在公关营销渠道方面发力，通过更丰富的营销推广手段开拓市场。思成玩具相关负责人表示，“此次战略合作，很好地实现了双方的优势互补，必将为我国智能玩具市场注入新的生命力。”

### 二、奥飞娱乐：公司产品定价权有进一步提升空间

11月29日，奥飞娱乐在投资者关系平台披露天风证券等多家机构28日调研情况。奥飞娱乐表示，随着国内消费水平的提升、公司精品IP孵化能力加强，产品定价权有进一步提升的空间。再者，海外市场的销售价相对国内略高，海外业务占比提升也



有助于拉升产品销售均价。此外，公司推动销售渠道扁平化、尝试直销等，将在毛利润层面产生积极的贡献。

### 三、美奇林新三板募资 2100 万元 用于补充流动资金

广东美奇林互动科技股份有限公司正式在新三板公开发行股票 300 万股(其中有限售条件的股份为 75 万股，无限售条件的股份为 225 万股)，募集资金 2100 万元。本次募集资金主要用于发展公司主营业务、增强公司的整体竞争力：一方面投入自有品牌产品的研发，加强公司自身的研发实力，提高自有品牌产品的销售占比，另一方面补充公司经营所需的流动资金，扩大销售规模。

本次股票发行数量为 300 万股，发行价格为每股 7 元，募集资金 2100 万元，发行对象 6 名，其中在册股东赵祎认购 490 万元；在册股东翁佩菲认购 490 万元；自然人郑子鹏认购 490 万元；自然人郑良发认购 350 万元。

挖贝新三板研究院资料显示，美奇林主营业务为玩具产品的批发销售，同时从事部分自有品牌玩具产品的研发与销售。

### 四、高乐股份 9000 万收购泛爱众 标的产品 26 万人注册

11 月 10 日，广东高乐玩具股份有限公司发布公告称，近日收购的子公司广东泛爱众网络科技有限公司(以下简称泛爱众)已完成工商变更登记手续。收购公告显示，泛爱众是一家专业从事教育信息服务的开发、运营商。

随着宣布对泛爱众收购的完成，广东老牌玩具企业之一高乐股份正式涉足教育领域。

据高乐股份在其收购公告中介绍，截至 2016 年 9 月，泛爱众与广东省内共 735 所中小学学校签订合作协议，旗下“孝信智云教育”平台注册用户数约 26 万人，其中中学生用户近 23 万人，老师用户近 3 万人。

也就是说，根据泛爱众公司的数据，学生及教师的 APP 用户总数为 5362 人，这一数据，仅占高乐股份收购公告中披露的 26 万注册用户数的 2%。



## 五、集美将打造动漫文化小镇 推进本土泛娱乐产业发展

11月18日，以“星辰大海英雄出征”为主题的咪咕次元盛典在集美市民广场隆重开幕。据悉，本次活动由咪咕文化科技有限公司主办，咪咕动漫有限公司和厦门集美城市发展有限公司共同承办。现场，集美区政府与咪咕公司正式签订战略合作协议，双方将共同推进本土泛娱乐产业发展，联手打造动漫小镇。

本届次元盛典围绕二次元文化，邀请到了50多位国内外知名次元偶像，同期举行咪咕次元英雄全国总决赛和咪咕次元英雄颁奖典礼暨M-LIVE咪咕次元公演。现场精彩的赛事颁奖典礼、次元公演、二次元趣味运动会、名家签售会等吸引了广大漫迷们。

据悉，集美区政府与咪咕公司正式签订战略合作协议，双方将建立长期的战略合作关系，共同推进本土泛娱乐产业发展，在集美打造“极美”动漫文化小镇。集美区人民政府将为产业活动提供场地、资金及政策等方面的支持，咪咕公司为文化小镇的建设输出泛娱乐文化内容及演艺活动能力，双方将共同打造富有集美特色的泛娱乐文化氛围，建设具备本土文化特色的集美文化小镇。





## VIII 玩具行业机会风险分析

图表 11：2016 年 12 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。	随着国内二胎政策的放开，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 10 月我国玩具出口金额 20.99 亿美元，同比增长 24.05%。	10 月随着天气转凉，各地毛绒类玩具开始陆续上市，与来年生肖“鸡”形象相关的产品登场；动漫类方面，“超级飞侠”、“爆裂飞车”、“蛋蛋小子”、“魔幻车神”、“元气拯救队”、“猪猪侠”、“熊出没”等销量升温；积木玩具、变形合金类等表现不俗。
3	产业链	2016 年 10 月我国塑料制品产量 671.8 万吨，同比下降 0.3%，首次出现负增长。1-10 月累计产量 6264.8 万吨，同比增长 3.3%。	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。