

全球玩具行业 可持续发展趋势

序言

未来“人人皆可持续”时代已经到来!

玩具是地球送给孩子的礼物

玩具唤醒人类保护地球是我们的责任。

倡导玩具可持续消费与生活方式

共同开拓高质量、可持续的玩具市场

为品牌和产品全生命周期，汇聚可持续资源和动力

引领可持续玩具价值，共创地球美好生态未来

目录

3

全球可持续发展潮流

可持续发展目标，正在推动全球变革

玩具可持续发展具有重要意义

5

全球可持续玩具市场规模

可持续玩具市场已被唤醒

可持续发展价值驱动消费增长

7

可持续玩具创新精彩纷呈

纽伦堡国际玩具可持续奖项

9

游戏行业可持续发展进行中

10

玩具可持续发展机遇

11

玩具可持续发展生态

12

玩具可持续营销模式

全球可持续发展潮流

2015年《联合国可持续发展目标SDG 2030》，确立了17个目标得到全球各国政府，行业、企业、NGO等社会各界的高度响应可持续发展已经成为全球重要趋势与共识。

2020-2022年COP15

联合国生物多样性第十五次缔约方大会在中国昆明-蒙特利尔

2023年COP28《联合国气候变化框架公约》第28届在迪拜，123个国家签署了气候与健康的宣言，旨在应对极端气候对全球食物和饮水安全、空气质量等方面的影响。

中国代表团在大会中国角，全方位展示了中国应对气候变化的行动和成果。

中国与国际社会共同构建“地球生命共同体”，并发挥着越来越重要的作用。



可持续发展目标，正在推动全球变革

对玩具企业而言，推动可持续发展需要对标多项行动和目标。

12 负责任消费和生产

越来越多的企业意识到，只有负责任的消费和生产，才能满足消费者对可持续发展的期望

- 30 60-

碳达峰 碳中和

中国提出“3060”双碳目标，二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和

ESG

从投资视角，ESG企业非财务绩效，如环境、社会和治理方面的表现，正在帮助投资者评估企业在促进经济可持续发展和履行社会责任方面的贡献

玩具可持续发展具有重要意义

玩具可持续发展模式创新，创造多重价值

发挥玩具社会价值教育，消费行为和市场培育

推动循环经济，提升运营、产品、供应链、环保材料可持续创新

玩具出海，可持续发展共识，全球共识话术提高消费者沟通

讲好可持续发展的品牌故事，建立消费者共鸣

汇聚资源，跨界合作，价值共建

可持续发展注入玩具品牌建设和产品竞争力



全球可持续玩具市场

什么是可持续玩具

一般指在生产、使用和处置过程中，对环境造成最小影响的玩具

玩具由天然、可回收、可降解、可持续来源等材料制成，同时减少废物和节约资源

企业鼓励可持续的消费行为，提高孩子和青年人的可持续意识并参与行动



2023 年全球可持续玩具市场价值为

224.7 亿美元

预计到 2030 年将达到

518.9 亿美元

复合年增长率为

12.7%

可持续玩具行业正成为一个快速增长的新市场领域

根据 Maximize Market Research 的数据显示

50%

全球半数消费者表示，愿意为可持续的产品，支付更多费用

70%

中国消费者表示，近期购买的产品中，大部分都是可持续或环保型产品

消费者更愿意选择符合自己环保理念的品牌，以此作为奖励

通过购买可持续的产品，满足个人对社会责任的精神需求，获得自豪感

《中国公众绿色消费现状调查报告(2019 版)》发现，83.34% 的受访者表示支持绿色消费行为，其中 46.75% 的受访者表示“非常支持”。

可持续玩具市场已被唤醒

可持续的生活方式正在全球各地兴起。大多数玩具消费者表示，会选择更天然、更安全、可再生材料的玩具产品。

这一趋势，正在推动可持续玩具成为新的市场增长点。越来越多地玩具出品企业，包括生产制作、玩具设计师、零售商、潮玩，以及文旅行业及商业品牌 IP，开始探索新型环保材料，并将可持续玩具纳入产品创新和市场开发规划。

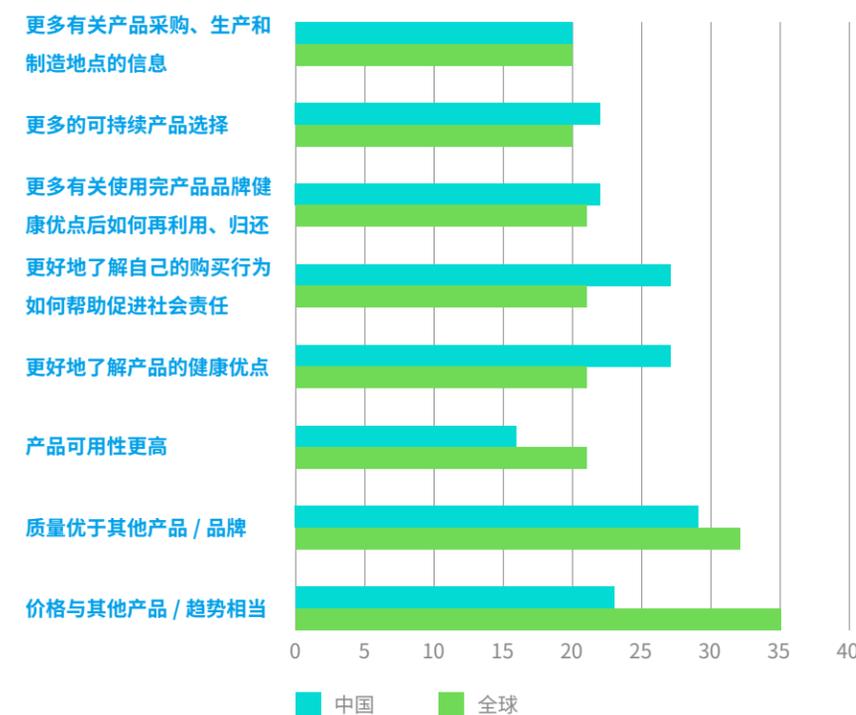
可持续发展价值驱动消费增长

消费者更愿意选择符合自己环保理念的品牌，以此作为奖励

通过购买可持续的产品，满足个人对社会责任的精神需求，从而获得自豪感

超过 70% 的家长表示，他们更愿意购买对环境友好的玩具。

超过 80% 的家长认为教育性玩具对孩子的发展至关重要。



可持续玩具创新精彩纷呈

美泰 -- 可持续玩具行动



美泰推出“芭比爱海洋”系列

由回收的海洋塑料制成的芭比系列，材料中含有至少 90% 的回收塑料。这个系列和普通款芭比价格一样，为消费者提供了为保护海洋环境贡献力量机会。同时，芭比娃娃产品在保护环境方面，正在持续拓展。



美泰“碳中和”认证

MEGA BLOKS 绿色小镇为“碳中和”认证玩具，包括“发展和保护农场”与“建造与学习生态房屋”，采用可持续材料，鼓励孩子们的绿色环保行为。

可持续玩具从产品材料使用、减少包装和碳减排，转向可持续发展议题，如生物多样性保护、清洁能源、非遗保护等内容开发，让玩具更具持续性、文化性和教育性。



海浪龟助眠投影仪



非物质文化遗产潮玩



动物保护仿真玩具



费伯循环生态屋

乐高 -- 可持续玩具行动



植物为原料制作的产品

材料采用甘蔗制成，以减少塑胶浪费。例如叶子、灌木和树形元素。乐高的目标是到 2030 年使用生物塑胶生产所有的产品。



回收材料 arMABS 系列产品

采用透明元素，如光剑、挡风玻璃和窗户，采用先进的回收材料。在 500 多种不同的 arMAB 元素，将超过 60% 的乐高套装中使用。



生物多样性系列活动

2020 年起连线四年，在世界地球日开始发起系列活动，鼓励小朋友和家长们在创作和玩耍中，学习了解保护大自然的理念和知识。

2023 年纽伦堡国际玩具可持续奖项



游戏行业可持续发展进行中

游戏行业关注：

减少碳足迹、可再生能源，游戏 IP 和主题内容、硬件制造及数据运营等方面，并通过绿色电竞、环境公益、青年教育等项目推动可持续发展。

联合国开发计划署 (UNDP) 开发游戏 “Mission 1.5” 2020 年上线。

向玩家发起全球变暖挑战。截止 2022 年 7 月，已覆盖了 58 个国家。玩家可以参与交流讨论 G20 峰会、COP26 等大会上出现的气候战略。

《阿尔芭与野生动物的故事》Alba 游戏。

激发了现实世界的气候行动，游戏收益已种植 100 万棵树和恢复三个生物栖息地。

联合国环境署举办绿色游戏节。

2021 年联署要求世界领导人，采取行动保护森林的请愿书，以及加速海洋保护和气候行动。近 10 亿玩家参加了绿色游戏节活动，签署了约 6 万份承诺书，获得捐赠 80 万美元。



玩具可持续发展机遇

机遇一：先发优势

可持续玩具体处于初期阶段，企业可以在品牌定位、产品创新及差异化营销等方面，抢占制高点和汇集竞争资源，占据消费者心智，形成先发优势。

机遇二：多样创新资源

玩具可持续发展议题和内容资源丰富，通过在生物多样性、传统文化和非遗保护、可持续出行、自然生态教育等方面开展行动，让产品与消费者关注建立价值连接，为市场开发注入新的活力。

机遇三：可持续品牌故事

消费人群的可持续发展意识增强，企业可以推出可持续营销主张和玩具品牌故事，更容易打动消费者的心灵。

机遇四：全球营销话术

可持续发展具有全球共识、目标和话术，可以促进企业实现社会资源链接和融合，更快的与海外消费者建立沟通。

机遇五：全产业链驱动

推动玩具可持续发展，在生产、产品开发、供应链、销售、投资等全产业链，实现资源联动和价值驱动。



创造新的市场增长机会
明确企业履责方向
通过技术创新等创造新的商业模式
提升企业品牌影响力和竞争力
提高运营效率、改进运营过程、节约资源和成本...

玩具可持续发展生态

借助可持续发展趋势，打通品牌可持续发展定位和内涵，吸纳社会价值，实现可持续竞争力
 创建引领性的可持续价值，以可持续营销主张带动产品销售全部环节中，与消费者建立可
 持续的消费认同
 开发可持续产品全生命周期价值，以产品创新促进可持续消费社群，引导社会价值共创可
 持续发展生态



玩具可持续营销模式 TOY-SDM

从可持续玩具制造----到倡导可持续消费和建造内容社群

可持续发展目标 + 营销主张 + 产品创新

负责任的生产与消费 生态教育、碳减排 生物多样性、传统文化 非遗、青年与社会创新	可持续营销主张 可持续IP与商业合作 营销生态与竞争资源 品牌故事与KOL社群	可持续产品设计 可持续场景体验 消费沟通与渠道 社会价值与共创
---	--	--

场景体验营销、KOL营销、品牌联名营销、自然教育营销、
 可持续包装营销、艺术营销、关系营销、数智营销



借助全球可持续发展趋势，挖掘品牌可持续发展内涵和社会创新价值，实现跨界融合
 塑造引领性的可持续发展形象，激发目标消费群体及各利益相关方的共鸣和参与
 打造高品质的可持续营销阵地，建立消费人群社会价值圈层和价值共享平台

“人人皆可持续” 时代已经到来!

玩具引领可持续的生活方式

打造玩具可持续发展高地和资源池
为品牌和产品全生命周期注入可持续动力
引领可持续发展价值，打造价值共享生态



责扬天下品牌文化传播

地址: 北京市海淀区中关村南大街12号百欣科技楼2009 (100081)

广州市天河区天河路490号壬峰大厦1703 (510000)

电话: 18610875822 (庄先生) 15920570174 (林女士)

www.goldenbeec.com

上海 广州 武汉 西安 杭州 南京 天津 深圳 成都



欢迎关注
责扬天下微信