

2017-2022年中国童车市场 全景调查与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国童车市场全景调查与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/P28941TOEU.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

前言

童车是儿童玩具之中的一大门类，其中包括儿童自行车、儿童推车、婴儿学步车、儿童三轮车四大类。儿童自行车适用儿童的年龄范围是4~8岁，选购时结合儿童的年龄和身材高矮，选择合适的尺寸，即鞍座高度在435~635mm范围内的自行车，选购车辆时要注意手闸的闸把尺寸。

童车，从制造行业上分，我国政府将其归类于玩具行业中。我国童车与玩具的发展轨迹如出一辙：改革开放之初从承接台资、港资企业转移，做OEM开始起步，近十年随着国内市场迅速发展，童车产业进入了一个大发展时期，这种趋势在2008年之后尤为明显

产品多元化产业集群化。广义上的童车，包括婴儿手推车、学步车、脚踏车、扭扭车、电动童车、儿童自行车等，非常多元化。目前全国有多个产业集群，产品各有特色，如江苏的昆山和太仓、浙江的平湖和宁波、河北平乡、安徽舒城、湖北汉川、山东滕州，以及广东的中山、东莞和佛山等。珠三角、长三角等沿海地区的童车产业集群发展早，技术引入有优势，成为产业领跑者；但从发展速度来说，近年内地童车产业集群发展更快

随着中国经济发展迅猛，人们的生活水平逐年提高。假设一个家庭中诞生了一小宝宝，在经济条件允许的话，这个家庭会尽最大的努力为宝宝提供最好的物质条件。

据调查数据显示，会购买婴儿推车的消费者大多数在31-35岁，而宝宝的年龄在0-6个月占大部分。

接受调查者的年龄分布

宝宝年龄段购买童车占比

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国童车市场全景调查与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了中国童车行业市场发展环境、中国童车整体运行态势等，接着分析了中国童车行业市场运行的现状，然后介绍了中国童车市场竞争格局。随后，报告对中国童车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童车行业发展趋势与投资预测。您若想对童车产业有个系统的了解或者想投资童车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2015年世界童车市场运行态势分析 20

第一节 2015年世界童车市场运行环境分析 20

一、全球经济现状的影响 20

二、全球婴童经济现状分析 21

第二节 2015年世界童车发展现状分析 21

一、世界童车发展特色分析 21

二、世界童车品牌市场分析 22

三、世界童车市场产销分析 23

四、世界童车市场热点问题探讨 23

第三节 2015年世界童车主要国家运行分析 24

一、美国 24

二、日本 24

三、瑞士 25

第四节 2017-2022年世界童车新趋势分析 25

第二章 2015年中国童车市场运行环境解析 26

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 26

一、国民经济运行情况gdp(季度更新) 26

二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新） 28

三、全国居民收入情况（季度更新） 37

四、恩格尔系数（年度更新） 38

五、工业发展形势（季度更新） 38

六、固定资产投资情况（季度更新） 42

七、社会消费品零售总额 47

八、对外贸易&进出口 48

第二节 2015年中国童车市场政策环境分析 50

一、《儿童自行车安全要求》 50

二、平湖市首次主导制定三项童车国家标准 53

三、平湖电动童车标准成行业方向标 53

四、我国童车行业国家标准分析 54

五、我国童车3c认证制度分析 58

六、童车进出口贸易政策分析 58

七、相关产业政策分析 60

第三节 2015年中国童车市场技术环境分析 62

第四节 2015年中国童车市场社会环境分析 62

一、居民消费观念和习惯 62

二、中国人口规模及结构分析 65

三、人们受教育程度及教育观念 67

四、80后集体迎来结婚潮 73

第三章 2015年中国童车市场发展现状综述 74

第一节 2015年中国童车市场发展动态 74

一、美欧新政提高童车进口门槛 74

二、《电动童车通用技术条件》国家技术标准实施 74

三、平湖童车集团军国际展上压群芳 75

四、平湖童车企业技术攻关防范出口风险 75

五、创新成就最值钱童车品牌 温家宝视察“好孩子” 78

第二节 2015年中国童车制造行业发展分析 79

一、童车行业发展特色分析 79

二、中国童车发展规模分析 79

三、中国市场品牌发展格局 80

第三节 2015年中国童车区域结构分析 80

一、中国童车主要产地分析 80

二、汉川市童车产业发展分析 80

三、平湖市童车产业发展分析 83

四、昆山市童车产业发展分析 85

五、东沙河镇童车产业发展分析 86

第四节 2015年中国童车市场运营分析 86

一、童车细分供需分析 86

二、各细分市场童车价格走势 87

三、童车进出贸易情况综述 87

第五节 2015年中国童车行业面临的挑战 87

一、出口难度加大 87

- 二、品牌格局动荡 88
- 三、消费者品牌意识觉醒 88
- 四、设计抄袭，原创不足 89

第四章 2009-2015年11月中国童车制造行业数据监测分析（2440） 90

第一节 2009-2015年11月中国童车制造行业规模分析 90

- 一、企业数量增长分析 90
- 二、从业人数增长分析 90
- 三、资产规模增长分析 91

第二节 2015年中国童车制造行业结构分析 91

一、企业数量结构分析 91

- 1、不同类型分析 91
- 2、不同所有制分析 92

二、销售收入结构分析 92

- 1、不同类型分析 92
- 2、不同所有制分析 93

第三节 2009-2015年11月中国童车制造行业产值分析 93

- 一、产成品增长分析 93
- 二、工业销售产值分析 94
- 三、出***货值分析 94

第四节 2009-2015年11月中国童车制造行业成本费用分析 95

- 一、销售成本统计 95
- 二、费用统计 95

第五节 2009-2015年11月中国童车制造行业盈利能力分析 96

- 一、主要盈利指标分析 96
- 二、主要盈利能力指标分析 96

第五章 2015年中国童车品牌市场销售情况统计分析 97

第一节 好孩子-小龙哈彼 97

- 一、好孩子童车系列童车特点及 97
- 二、好孩子童车系列童车设计与改进 98
- 三、产品价格定位 99

四、营销网络构建	99
五、市场销售状况及市场份额	100
六、品牌营销策略分析	100
第二节 康贝（中国驰名商标）	105
第三节 小天使童车(中国驰名商标)	107
第四节 小小恐龙（中国驰名商标）	108
第五节 宝宝好童车（一线品牌）	108
第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）	109
第七节 三乐童车（中国驰名商标）	110
第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）	110
第九节 神马（中国驰名商标）	111
第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）	112
第六章 2015年中国童车行业市场营销分析	114
第一节 2015年中国童车主要营销模式分析	114
一、批发营销	114
二、卖场设立专柜	114
三、开个品类专卖店	114
第二节 2015年中国童车营销策略分析	115
一、从生产导向转向市场导向	115
二、从产品竞争转向多要素全方位竞争	115
三、从产品营销到品牌营销和文化营销	115
四、从单一的产品结构到产品系列化	115
第三节 童车业营销典型成功案例分析	116
一、好孩子	116
二、捷安特	124
第四节 2017-2022年中国童车行业市场营销发展趋势	130
第七章 2015年中国童车进出口贸易形态	132
第一节 2015年中国童车进出口	132
一、中国童车进出口市场特点	132
二、中国童车进出口景气度分析	132

三、外贸出口童车产品面临壁垒 132

第二节 2012-2015年11月童车产地出口分析 133

一、昆山童车出口情况分析 133

二、太仓童车出口情况分析 134

三、宁波童车出口情况分析 134

四、常州童车出口情况分析 134

五、嘉兴童车出口情况分析 135

第八章 2009-2015年11月中国童车进出口数据监测分析（95010000） 136

第一节 2009-2015年11月中国童车进口数据分析 136

一、进口数量分析 136

二、进口金额分析 136

第二节 2009-2015年11月中国童车出口数据分析 137

一、出口数量分析 137

二、出口金额分析 137

第三节 2009-2015年11月中国童车进出口平均单价分析 138

第四节 2008-2012年中国童车进出口国家及地区分析 138

一、进口国家及地区分析 138

二、出口国家及地区分析 139

第九章 2015年中国童车市场消费调查 140

第一节 2015年中国消费者对品牌童车满意度调查分析 140

第二节 2015年中国消费者对品牌童车的认知渠道 140

第三节 2015年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查分析 141

一、商场 141

二、超市 142

三、专卖店 143

四、网购 144

第四节 2015年中国不同消费者购买童车时考虑的因素 145

第十章 2015年中国童车市场竞争格局透析 147

第一节 2015年中国童车市场竞争现状 147

- 一、品牌竞争 147
- 二、价格竞争 147
- 三、营销方式竞争 147
- 第二节 2015年中国童车市场集中度分析 148
 - 一、市场集中度分析 148
 - 二、区域集中度分析 148
- 第三节 2015年中国童车市场强化科技创新提升竞争力策略分析 149
- 第四节 2010-2015年11月中国童车市场竞争趋势分析 151

第十一章 2015年世界知名品牌童车制造企业运行浅析 153

第一节 康贝 (combi) 153

- 一、公司概况 153
- 二、在华市场销售情况 153
- 三、品牌竞争力分析 153
- 四、国际化发展战略分析 153

第二节 aprica 154

- 一、公司概况 154
- 二、在华市场销售情况 154
- 三、品牌竞争力分析 154
- 四、国际化发展战略分析 154

第三节 tonka 154

- 一、公司概况 154
- 二、在华市场销售情况 155
- 三、品牌竞争力分析 155
- 四、国际化发展战略分析 155

第四节 美国zooper童车 155

- 一、公司概况 155
- 二、在华市场销售情况 155
- 三、品牌竞争力分析 155
- 四、国际化发展战略分析 155

第五节 西班牙jane s.a. (童车) 156

- 一、公司概况 156

- 二、在华市场销售情况 156
- 三、品牌竞争力分析 156
- 四、国际化发展战略分析 156

第十二章 2015年中国童车制造行业内知名品牌企业竞争力及关键性数据分析 158

第一节 好孩子集团有限公司 158

- 一、企业概况 158
- 二、企业主要经济指标分析 158
- 三、企业盈利能力分析 159
- 四、企业偿债能力分析 159
- 五、企业运营能力分析 160
- 六、企业成长能力分析 160

第二节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司 160

- 一、企业概况 160
- 二、企业主要经济指标分析 162
- 三、企业盈利能力分析 162
- 四、企业偿债能力分析 163
- 五、企业运营能力分析 163
- 六、企业成长能力分析 163

第三节 平湖市佳佳童车厂 164

- 一、企业概况 164
- 二、企业主要经济指标分析 164
- 三、企业盈利能力分析 165
- 四、企业偿债能力分析 166
- 五、企业运营能力分析 166
- 六、企业成长能力分析 166

第四节 昆山小小恐龙儿童用品有限公司 167

- 一、企业概况 167
- 二、企业主要经济指标分析 167
- 三、企业盈利能力分析 168
- 四、企业偿债能力分析 168
- 五、企业运营能力分析 169

六、企业成长能力分析 169

第五节 小天使婴童用品(中山)有限公司 169

一、企业概况 169

二、企业主要经济指标分析 170

三、企业盈利能力分析 170

四、企业偿债能力分析 171

五、企业运营能力分析 171

六、企业成长能力分析 171

第六节 捷安特(中国)有限公司 172

一、企业概况 172

二、企业主要经济指标分析 172

三、企业盈利能力分析 173

四、企业偿债能力分析 173

五、企业运营能力分析 174

六、企业成长能力分析 174

第十三章 2017-2022年中国童车市场发展趋势与前景展望 175

第一节 2017-2022年中国童车市场发展前景分析 175

第二节 2017-2022年中国童车市场营销趋势解析 175

一、经销商格局开始重划 175

二、品牌混战期全面来临 176

三、消费者更看重性价比 177

四、行业渠道走向扁平化 177

第三节 2017-2022年中国童车新产品趋势探析 178

一、安全性的规定将越来越严格 178

二、方便性的需求更突出 178

三、在方便携带的同时，还要求童车牢固 179

四、重视原创设计和产品创新 179

第四节 2017-2022年中国童车市场预测分析 180

第五节 2017-2022年中国童车行业发展策略分析 180

一、精准切分市场 180

二、制作品牌站略规划 181

三、提高设计能力 182

第十四章 2017-2022年中国童车市场投资前景预测 183 (ZY GXH)

第一节 2017-2022年中国童车市场投资概况 183

一、童车市场投资周期分析 183

二、童车市场投资价值研究 183

三、童车市场投资环境分析 183

第二节 2017-2022年中国童车市场投资机会分析 185

一、区域投资机会分析 185

二、细分产品及品牌投资机会 185

三、与产业链相关的投资机会分析 185

第三节 2017-2022年中国童车市场投资风险预警 186

一、宏观调控政策风险 186

二、市场竞争风险 186

三、进出入风险 186

四、市场运营机制风险 188

第四节 权威专家投资建议 188 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1：2000-2014年世界人口增长趋势 23

图表 2：2015年国内生产总值初步核算数据 26

图表 3：gdp环比增长速度 27

图表 4：2015年全国居民消费价格涨跌幅 28

图表 5：2015年11月份居民消费价格同类别同比涨跌幅 29

图表 6：2015年11月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 30

图表 7：2015年11月居民消费价格主要数据 31

图表 8：2015年工业生产者出厂价格涨跌幅 34

图表 9：2015年工业生产者购进价格涨跌幅 35

图表 10：2015年11月份工业生产者价格主要数据 36

图表 11：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%） 38

图表 12：2015年规模以上工业增加值同比增长速度 39

图表 13：2015年11月份规模以上工业生产主要数据 40

- 图表 14：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速 42
- 图表 15：2015年分地区投资相邻两月累计同比增速 43
- 图表 16：2015年1-11月份固定资产投资（不含农户）主要数据 44
- 图表 17：2011-2015年我国进出口总额（亿美元） 48
- 图表 18：2015年我国外贸进出口统计情况 49
- 图表 19：《关于海关新规的一些解读（附热门产品税率表）》——童车 59
- 图表 20：2009-2015年11月中国童车制造业企业数量增长分析 90
- 图表 21：2009-2015年11月中国童车行业从业人员增长分析 90
- 图表 22：2009-2015年11月中国童车行业资产规模增长分析 91
- 图表 23：2015年中国童车行业不同规模企业数量结构分析 91
- 图表 24：2015年中国童车行业不同所有制企业数量结构分析 92
- 图表 25：2015年中国童车行业不同规模企业销售收入结构分析 92
- 图表 26：2015年中国童车行业不同所有制企业销售收入结构分析 93
- 图表 27：2008-2015年11月中国童车行业产成品增长分析 93
- 图表 28：2009-2015年11月中国童车行业工业销售产值增长分析 94
- 图表 29：2009-2015年11月中国童车行业出***货值增长分析 94
- 图表 30：2008-2015年11月中国童车行业销售成本增长分析 95

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/P28941TOEU.html>