

2016-2022年中国儿童用品市场运营态势与投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国儿童用品市场运营态势与投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201611/462622.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着受教育程度的提高，人们的思维方式和生活观念都在发生着改变。其中很明显的一点就是人们越来越关注对孩子的培养和教育问题。再加上计划生育国策下导致的独生子女现象，越来越多的家长对儿童用品的态度有了根本的转变，从以往的讲究实用，有胜于无，到现在的安全为主，宁缺毋滥。尤其是在国内产品质量堪忧的背景下，儿童用品领域走向高端趋势更加明显——高端更多的是代表着品质。

针对儿童洗护用品市场向高端化发展这一趋势，儿童用品厂商和企业就要适时地调整自己产品线，这样才能让自己的产品更受欢迎，进而让自己更具竞争力。

智研咨询发布的《2016-2022年中国儿童用品市场运营态势与投资战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 2014-2016年世界儿童用品行业发展分析	20
第一节 2014-2016年世界儿童用品行业相关政策分析	20
一、美国发布《儿童产品定义解释条例提案》	20
二、加拿大儿童消费品含铅标准将更严格	21
三、欧盟和美国儿童玩具铅含量标准的规定	22
四、日本玩具安全标准最新更新	24
第二节 2014-2016年世界儿童耐用品市场发展概况	25
一、2014-2016年世界儿童耐用品零售规模分析	25
二、2016年世界儿童耐用品人均消费状况	25
第三节 2014-2016年北美儿童耐用品市场发展概况	26
一、2014-2016年北美儿童耐用品市场现状分析	26
二、2014-2016年北美婴儿推车市场现状分析	27
三、2014-2016年北美儿童汽车座市场现状分析	29
四、2014-2016年北美婴儿床市场现状分析	30
第四节 2014-2016年欧洲儿童耐用品市场概况	31
一、2014-2016年欧洲儿童耐用品市场现状分析	31
二、2014-2016年欧洲婴儿推车市场现状分析	32

- 三、2014-2016年欧洲儿童汽车座市场现状分析 33
- 四、2014-2016年欧洲婴儿床市场现状分析 34
- 第五节 2014-2016年新兴市场儿童耐用品市场概况 35
 - 一、2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售规模分析 35
 - 二、2016年新兴市场儿童耐用品市场结构分析 36
 - 三、2016年新兴市场儿童耐用品区域分布状况 36
- 第二章 2014-2016年中国儿童用品行业发展环境分析 38
 - 第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 38
 - 一、2014-2016年中国gdp增长分析 38
 - 二、2014-2016年中国消费价格指数 38
 - 三、2014-2016年城乡居民收入分析 39
 - 四、2014-2016年中国社会消费品零售总额 40
 - 五、2014-2016年全社会固定资产投资分析 41
 - 第二节 2014-2016年中国儿童用品行业政策环境分析 41
 - 一、国际儿童用品行业相关标准 41
 - 二、世界最新玩具政策及对中国的影响 42
 - 三、《产品质量法》中对儿童用品的规定 44
 - 四、婴儿化妆品标准亟待规范 45
 - 五、中国玩具相关法律法规 46
 - 第三节 2014-2016年中国儿童用品行业社会环境分析 47
 - 一、儿童人口增多带来消费潜力 47
 - 二、收入增加促进儿童用品发展 49
- 第三章 2014-2016年中国儿童消费品市场发展分析 52
 - 第一节 儿童消费品的相关概述 52
 - 一、儿童消费品的概念和分类 52
 - 二、儿童消费品的特点 52
 - 第二节 2014-2016年中国消费品市场发展概况 54
 - 一、2014-2016年中国儿童消费品市场规模分析 54
 - 二、2014-2016年中国城市家庭儿童消费品户均支出状况 55
 - 三、2014-2016年中国儿童消费品细分层次市场构成状况 56
 - 四、2014-2016年中国儿童消费品细分产品市场结构分析 57
 - 第三节 2014-2016年中国儿童消费品市场竞争分析 58
 - 一、中国儿童消费品市场销售渠道分析 58
 - 二、中国中高端儿童消费品市场竞争格局 59
 - 三、中国儿童消费品市场紧跟“成人化”潮流 59

- 第四节 2016年中国儿童消费品消费市场调查 60
 - 一、中国儿童消费品总体调查结果分析 60
 - 二、儿童日化用品质量稳中有升 61
 - 三、童装童鞋和玩具质量安全堪忧 62
- 第五节 2014-2016年中国儿童消费品市场营销策略分析 63
 - 一、产品策略 63
 - 二、价格策略 64
 - 三、促销策略 64
 - 四、品牌策略 68
- 第四章 2014-2016年中国儿童耐用品市场发展分析 70
 - 第一节 2014-2016年中国儿童耐用品市场发展概况 70
 - 一、2014-2016年中国儿童耐用品零售规模分析 70
 - 二、2016年中国儿童耐用品市场结构分析 70
 - 三、2016年中国儿童耐用品零售渠道分析 71
 - 四、2016年中国儿童耐用品品牌知名度分析 72
 - 第二节 2014-2016年中国婴儿床市场分析 73
 - 一、2014-2016年中国婴儿床零售规模分析 73
 - 二、2016年中国婴儿床市场品牌份额分析 73
 - 三、2016年中国婴儿床品牌知名度分析 74
 - 第三节 2014-2016年中国儿童汽车安全座市场发展概况 75
 - 一、2014-2016年中国儿童汽车安全座零售规模分析 75
 - 二、2016年中国儿童汽车安全座市场品牌份额分析 75
 - 三、2016年中国儿童汽车安全座品牌知名度分析 76
- 第五章 2014-2016年童装市场发展分析 77
 - 第一节 2014-2016年中国童装行业发展概况 77
 - 一、中国童装行业发展的现状 77
 - 二、童装发展成为服装业新的增长点 78
 - 三、自主童装品牌占据国内市场主流 78
 - 四、中国童装产品结构已日趋完善 79
 - 五、中国童装产业的运行特点分析 80
 - 六、中国童装产业各区域发展分析 81
 - 七、中国童装市场十大品牌分析 81
 - 八、四大经典童装市场案例分析 82
 - 第二节 2014-2016年中国童装产量分析 84
 - 一、2014-2016年中国童装产量总体情况 84

- 二、2014-2016年中国童装区域产量分析 86
- 三、2014-2016年中国主要省市童装产量 88
- 第三节 2014-2016年中国童装销售情况分析 108
 - 一、2014年中国童装市场销售情况分析 108
 - 二、2015年中国童装市场销售情况分析 108
 - 三、2016年中国童装市场销售情况分析 109
- 第四节 2014-2016年中国童装市场现状分析 111
 - 一、2014-2016年中国童装市场规模分析 111
 - 二、中国童装细分层次市场构成状况 111
 - 三、二三线城市成童装消费主流 113
 - 四、李宁公司掘金童装市场 113
 - 五、力果童装推出仓储式卖场 114
 - 六、童装网购成为行业热点 115
- 第五节 2014-2016年中国童装市场需求分析 116
 - 一、中国各类童装市场需求概况 116
 - 二、女童装市场需求比男童市场大 118
 - 三、中国童装市场需求趋向分析 119
 - 四、中国童装市场消费需求趋势 123
- 第六节 2014-2016年中国童装市场消费分析 123
 - 一、中国童装消费主要特征 123
 - 二、中国童装市场消费层次 125
 - 三、中国童装消费观念的变化 126
 - 四、中国童装消费呈现六大趋势 128
 - 五、童装个性化消费来临及应对策略 129
- 第七节 2014-2016年童装市场价格分析 131
 - 一、影响儿童服装价格的因素 131
 - 二、中国童装价格居高原因分析 133
 - 三、消费者对童装价格敏感度提高 134
- 第八节 2014-2016年童装市场竞争分析 134
 - 一、中国童装市场竞争总体概况 134
 - 二、中国童装品牌竞争时代到来 135
 - 三、运动品牌集体掘金童装市场 136
 - 四、中高端童装市场竞争日趋激烈 136
 - 五、中国童装市场竞争策略分析 138
- 第九节 2014-2016年中国童装市场面临的问题和对策 138

- 一、童装市场发展面临的主要难题 138
- 二、中国童装市场发展需突破的瓶颈 140
- 三、制约中国童装市场发展的因素 140
- 四、中国童装市场不景气的内外因 142
- 五、童装成功开创蓝海大市场的策略 143
- 六、中国童装企业的低成本传播战略 146
- 七、童装企业从批发向品牌转型建议 148
- 第六章 2014-2016年中国婴儿护理品市场发展分析 153
 - 第一节 2014-2016年中国婴儿护理品市场概况 153
 - 一、2014-2016年中国婴儿护理品零售规模分析 153
 - 二、2016年中国婴儿护理品市场结构 154
 - 三、中国高档婴儿护理品市场增长迅速 155
 - 第二节 2014-2016年中国婴儿护理品市场竞争分析 156
 - 一、2016年中国婴儿护理品生产厂家市场份额 156
 - 二、2016年中国婴儿护理品品牌市场份额 157
 - 第三节 2014-2016年婴儿护肤用品市场分析 159
 - 一、2014-2016年婴儿护肤用品市场规模 159
 - 二、2016年婴儿护肤用品品牌竞争状况 159
 - 第四节 2014-2016年婴儿防晒用品市场分析 160
 - 一、2014-2016年婴儿防晒用品市场规模 160
 - 二、2016年婴儿防晒用品品牌竞争状况 160
 - 第五节 2014-2016年婴儿洗浴和护发用品市场分析 161
 - 一、2014-2016年婴儿洗浴用品市场规模 161
 - 二、2014-2016年婴儿护发用品市场规模 162
 - 第六节 2014-2016年中国婴儿护理品行业市场营销分析 162
 - 一、婴儿护理品直营模式 162
 - 二、婴儿护理品代理经销商模式 163
 - 三、婴儿护理品大型综合连锁卖场模式 165
 - 四、婴儿护理品连锁专卖店模式 165
 - 五、婴儿护理品网络营销渠道 166
- 第七章 2016年中国童车行业发展分析 168
 - 第一节 2016年中国童车行业发展概况 168
 - 一、童车行业主要细分产品 168
 - 二、中国童车行业急需品牌创建 168
 - 三、童车安全性能成竞争重点 169

- 四、童车行业呼唤创新设计 169
- 五、中国童车行业发展走势分析 170
- 第二节 2014-2016年中国婴儿推车市场分析 171
 - 一、2014-2016年中国婴儿推车零售规模分析 171
 - 二、2016年中国婴儿推车品牌占有率分析 172
 - 三、2016年中国婴儿推车品牌知名度分析 174
- 第三节 中国童车行业遭遇的问题和困境 175
 - 一、出口难度加大 175
 - 二、品牌格局动荡 175
 - 三、消费者品牌意识觉醒 176
 - 四、设计抄袭原创不足 176
- 第四节 童车行业发展对策及建议 176
 - 一、童装行业发展提升的建议 176
 - 二、童车行业破局之策 178
- 第八章 2014-2016年其他儿童用品市场分析 181
- 第一节 婴儿纸尿裤 181
 - 一、2016年中国婴儿纸尿裤产销分析 181
 - 二、2016年婴儿纸尿裤零售规模分析 182
 - 三、2016年中国婴儿纸尿裤出口分析 183
 - 四、婴儿纸尿裤的消费习惯和产品创新 185
- 第二节 儿童玩具 186
 - 一、中国玩具行业发展概况 186
 - 二、中国儿童玩具行业现状分析 188
 - 三、中国儿童玩具市场需求分析 189
 - 四、中国儿童玩具市场发展趋势 189
- 第三节 儿童牙膏 191
 - 一、中国儿童牙齿保健的三个阶段 191
 - 二、中国儿童牙膏市场产品同质化严重 192
 - 三、2016年中国儿童牙膏市场规模 194
- 第四节 儿童牙刷 194
 - 一、中国儿童牙刷市场发展现状 194
 - 二、2016年中国儿童牙刷的市场规模 195
 - 三、2016年中国儿童牙刷市场份额 195
- 第五节 儿童家具 196
 - 一、中国儿童家具行业发展现状 196

- 二、中国儿童家具市场竞争分析 197
- 三、中国儿童家具市场存在的问题 198
- 四、中国儿童家具行业发展对策 199
- 五、中国家具行业发展趋势 200
- 第九章 2014-2016年儿童用品代表品牌和产品消费调研 202
- 第一节 贝亲婴儿沐浴露消费调研 202
 - 一、消费者购买渠道分析 202
 - 二、购买频率分析 202
 - 三、购买人群收入水平分析 203
 - 四、购买人群消费比重分析 203
 - 五、产品各方面性能分析 204
 - 六、产品优势分析 208
- 第二节 郁美净高档儿童霜消费调研 208
 - 一、消费者购买渠道分析 209
 - 二、消费者购买频率分析 209
 - 三、购买人群收入水平分析 210
 - 四、购买人群消费比重分析 210
 - 五、产品各方面性能分析 211
 - 六、产品优势分析 215
- 第三节 雀氏婴儿纸尿裤消费调研 216
 - 一、消费者购买渠道分析 216
 - 二、消费者购买频率分析 217
 - 三、购买人群收入水平分析 217
 - 四、购买人群消费比重分析 218
 - 五、产品各方面性能分析 218
 - 六、产品优势分析 222
- 第四节 帮宝适红色装纸尿裤消费调研 223
 - 一、消费者购买渠道分析 223
 - 二、消费者购买频率分析 224
 - 三、购买人群收入水平分析 224
 - 四、购买人群消费比重分析 225
 - 五、产品各方面性能分析 225
 - 六、产品优势分析 229
- 第五节 好孩子婴儿推车消费调研 230
 - 一、消费者购买渠道分析 230

- 二、消费者购买频率分析 231
- 三、消费者购买人群收入水平分析 231
- 四、购买人群消费比重分析 232
- 五、产品各方面性能分析 232
- 六、产品优势分析 236
- 第六节 小天使婴儿床消费调研 237
 - 一、消费者购买渠道分析 237
 - 二、消费者购买频率分析 238
 - 三、购买人群收入水平分析 238
 - 四、购买人群消费比重分析 239
 - 五、产品各方面性能分析 239
 - 六、产品优势分析 243
- 第七节 米菲童鞋消费者调研 244
 - 一、消费者购买渠道分析 244
 - 二、消费者购买频率分析 245
 - 三、购买人群收入水平分析 245
 - 四、购买人群消费比重分析 246
 - 五、产品各方面性能分析 246
 - 六、产品优势分析 250
- 第八节 贝美依童装消费者调研 250
 - 一、消费者购买渠道分析 251
 - 二、消费者购买频率分析 251
 - 三、购买人群收入水平分析 252
 - 四、购买人群消费比重分析 252
 - 五、产品各方面性能分析 253
 - 六、产品优势分析 257
- 第十章 2014-2016年中国儿童用品行业重点企业分析 258
 - 第一节 好孩子国际控股有限公司 258
 - 一、公司简介 258
 - 二、2015年公司经营状况 258
 - 三、2016年公司经营状况 261
 - 四、好孩子国际香港上市 262
 - 五、好孩子童装的营销方式 262
 - 第二节 博士蛙国际控股有限公司 263
 - 一、公司简介 263

- 二、2015年公司经营状况 265
- 三、2016年公司经营状况 267
- 四、博士蛙的成功转型 268
- 第三节 广东高乐玩具股份有限公司 271
 - 一、公司简介 271
 - 二、2015年公司经营状况 271
 - 三、2016年公司经营状况 273
- 第四节 广东骅威玩具工艺股份有限公司 277
 - 一、公司简介 277
 - 二、2015年公司经营状况 278
 - 三、2016年公司经营状况 280
- 第五节 北京派克兰帝有限责任公司 281
 - 一、公司简介 281
 - 二、企业偿债能力分析 282
 - 三、企业盈利能力分析 282
 - 四、企业成本费用分析 283
 - 五、派克兰帝公司的成功之道 284
 - 六、派克兰帝打造中国童装的神话 285
- 第六节 红黄蓝集团有限公司 287
 - 一、公司简介 287
 - 二、企业偿债能力分析 288
 - 三、企业盈利能力分析 288
 - 四、企业成本费用分析 289
 - 五、红黄蓝童装提倡绿色环保 290
 - 六、红黄蓝打造童装品牌的对策 291
- 第七节 杭州娃哈哈童装有限公司 293
 - 一、公司简介 293
 - 二、企业偿债能力分析 294
 - 三、企业盈利能力分析 295
 - 四、企业成本费用分析 295
 - 五、娃哈哈童装启动新标识 296
 - 六、娃哈哈童装品牌延伸面临的困难 296
 - 七、娃哈哈童装品牌延伸的优化对策 298
 - 八、娃哈哈童装产业拓展情况 300
- 第八节 东莞市兔仔唛服饰有限公司 301

- 一、公司简介 301
- 二、企业偿债能力分析 302
- 三、企业盈利能力分析 303
- 四、企业成本费用分析 303
- 五、兔仔唛童装成功的九个秘诀 303
- 六、兔仔唛打造“儿童时装” 305
- 第九节 石狮市小玩皮服装织造有限公司 306
 - 一、公司简介 306
 - 二、企业偿债能力分析 307
 - 三、企业盈利能力分析 307
 - 四、企业成本费用分析 308
- 第十节 上海巴布豆儿童用品有限公司 309
 - 一、公司简介 309
 - 二、企业偿债能力分析 309
 - 三、企业盈利能力分析 310
 - 四、企业成本费用分析 310
- 第十一章 2016-2022年中国儿童用品行业发展前景与趋势预测 312
 - 第一节 2016-2022年世界儿童用品行业发展前景与趋势预测 312
 - 一、2016-2022年世界儿童用品市场前景分析 312
 - 二、2016-2022年世界儿童耐用品零售额预测 312
 - 三、2016-2022年美国儿童耐用品零售额预测 312
 - 四、2016-2022年欧洲儿童耐用品市场分析 313
 - 第二节 2016-2022年中国儿童用品发展前景与趋势分析 313
 - 一、中国儿童用品发展前景看好 313
 - 二、中高端儿童消费品增长趋势显著 314
 - 三、中国童装行业发展的推动因素 315
 - 四、婴儿护理品出现新趋势 316
 - 第三节 2016-2022年中国儿童用品市场预测 318
 - 一、2016-2022年中国儿童消费品市场预测 318
 - 二、2016-2022年中国儿童耐用品市场预测 318
 - 三、2016-2022年中国童装市场预测 319
 - 四、2016-2022年中国婴儿护理品市场预测 319
- 第十二章 2016-2022年中国儿童用品行业投资风险与策略分析 321
 - 第一节 中国儿童用品行业投资现状分析 321
 - 一、中国童装行业投资概况 321

- 二、绿盒子两个月内完成1.2亿元融资 322
- 三、好孩子投资2.5亿建全球最大儿童用品研发中心 322
- 第二节 2016-2022年中国儿童用品行业投资机会分析 323
 - 一、儿童消费模式转变带动儿童用品行业升级 323
 - 二、儿童用品行业整合带来投资机遇 323
- 第三节 2016-2022年中国儿童用品行业投资风险分析 324
 - 一、政策风险 324
 - 二、原材料风险 324
 - 三、质量安全风险 325
 - 四、竞争风险 325
- 第三节 2016-2022年中国儿童用品行业投资策略分析 326

图表目录：

- 图表 1 欧盟和美国地区玩具和儿童产品的含铅总量和可溶性铅含量要求 23
- 图表 2 2016年全球儿童耐用品市场概况 25
- 图表 3 2016年世界儿童人口数及儿童耐用品人均支出状况 26
- 图表 4 2014-2016年北美儿童耐用品零售额统计 26
- 图表 5 2014-2016年北美儿童耐用品零售额增长趋势 27
- 图表 6 2016年北美儿童耐用品市场结构 27
- 图表 7 2014-2016年北美婴儿推车零售额统计 28
- 图表 8 2014-2016年北美婴儿推车零售额增长趋势 28
- 图表 9 2016年北美婴儿手推车市场份额（按已售单位计） 29
- 图表 10 2014-2016年北美儿童汽车安全座零售额统计 29
- 图表 11 2014-2016年北美儿童汽车安全座零售额增长趋势 30
- 图表 12 2014-2016年北美婴儿床零售额统计 30
- 图表 13 2014-2016年北美婴儿床零售额增长趋势 30
- 图表 14 2014-2016年欧洲儿童耐用品零售额统计 31
- 图表 15 2014-2016年欧洲儿童耐用品零售额增长趋势 31
- 图表 16 2016年年欧洲儿童耐用品市场结构 32
- 图表 17 2014-2016年欧洲婴儿推车零售额统计 32
- 图表 18 2014-2016年欧洲婴儿推车零售额增长趋势 33
- 图表 19 2016年欧洲婴儿手推车市场份额（按已售单位计） 33
- 图表 20 2014-2016年欧洲儿童汽车安全座零售额统计 34
- 图表 21 2014-2016年欧洲儿童汽车安全座零售额增长趋势 34
- 图表 22 2014-2016年欧洲婴儿床零售额统计 34
- 图表 23 2014-2016年欧洲婴儿床零售额增长趋势 35

- 图表 24 2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售额统计 35
 - 图表 25 2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售额增长趋势 36
 - 图表 26 2016年新兴市场儿童耐用品市场结构 36
 - 图表 27 2016年新兴市场儿童耐用品区域分布 37
 - 图表 28 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 38
 - 图表 29 2014-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图 39
 - 图表 30 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 40
 - 图表 31 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 40
 - 图表 32 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 40
 - 图表 33 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 41
- 详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/462622.html>