

2013-2018年中国童车行业投资现状及未来发展趋势分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国童车行业投资现状及未来发展趋势分析报告》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/201308/215438.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

童车，涵盖婴儿手推车、学步车、脚踏车、电瓶车、自行车等品类。从制造行业上分，政府将其归类于玩具业之中;但从使用功能及消费者特征来看，也属于婴童产品。童车是婴童产品中最为典型和普遍的产品，在整个婴童产品消费中占到约20%的份额。

随着儿童车需求的不断增大，儿童车的特殊性对童车企业提出了更高的要求。中国童车行业应加快创新步伐，尽快出现更多引领行业潮流的强势品牌，以带动童车行业的整体发展。知名品牌的崛起将会使消费者在选购童车时更方便、放心，也会给“中国造”的名牌与国际品牌相抗衡提供支持。

随着童车消费需求的不断扩大，我国童车市场呈现繁荣趋势，童车生产企业也大量涌现，但整体规模较小，产量达到十万台的企业较少，市场远未达到饱和状态。同时，童车市场已从产品价格竞争向产品内在价值竞争转变，“品牌营销 毅 揀 生产企业市场新策略。群兴玩具也正在逐步形成以童车为主，电脑学习机，玩具手机，电动车为辅的产品策略，努力打造童车行业的第一品牌，研发和生产家长和孩子所喜爱的童车，争取让群兴玩具的童车真正进入千家万户。

《2013-2018年中国童车行业投资现状及未来发展趋势分析报告》侧重对童车行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究童车行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对童车行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

第一章 中国品牌童车发展环境分析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

第二节 政策环境分析

一、2012年世界主要国家玩具行业相关政策分析

二、我国童车行业国家标准分析

三、我国童车3C认证制度分析

第二章 中国童车市场规模分析

第一节 2010-2012年中国童车市场规模分析

一、2010-2012年中国婴童市场规模分析

二、2010-2012年中国婴童市场特点分析

三、2010-2012年中国单车市场增长率分析

第二节 2012年我国童车区域结构分析

一、我国童车主要产地分析

二、汉川市童车产业发展分析

三、平湖市童车产业发展分析

四、昆山市童车产业发展分析

五、东沙河镇童车产业发展分析

第三节 中国童车区域市场规模分布

第四节 2013-2018年中国童车市场规模预测

一、2013-2018年欧美儿童市场潜力预测

二、2013-2018年中国童车市场潜力预测

三、2013-2018年我国儿童市场销售形势预测

第三章 中国童车需求与消费者偏好调查分析

第一节 2005-2012年中国童车产量统计分析

一、2006年汉川童车产量分析

二、2011年中国玩具产业发展分析

三、2011年中国童车产销状元企业分析

四、2012年中国玩具发展分析

第二节 童车产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 童车产品的品牌市场调查

一、消费者对童车品牌认知度宏观调查

二、消费者对童车品牌的首要认知渠道

三、消费者的消费理念调研

四、童车品牌市场占有率分析

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

第四章 中国品牌童车市场价格分析

第一节 2008-2012年中国品牌童车平均价格趋向势分析

一、2008-2012年我国居民消费指数分析

二、“好孩子”外销产品价格分析

第二节 2013-2018年中国品牌童车价格趋向预测分析

一、2013-2018年人民币升值预测

二、人民币汇率影响分析

第五章 中国童车优势企业竞争力分析

第一节 好孩子-小龙哈彼（中国驰名商标，江苏）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011年经营状况

第二节 康贝（中国驰名商标）

一、企业概况

二、品牌故事

第三节 小天使童车(中国驰名商标)

一、企业概况

二、主营产品

第四节 小小恐龙（中国驰名商标）

一、企业概况

二、生产能力

第五节 宝宝好童车（一线品牌）

一、企业概况

二、生产能力

第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）

一、企业概况

二、创新发展

第七节 三乐童车（中国驰名商标）

一、企业概况

二、产品质量

第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）

一、企业概况

二、经营状况

第九节 神马（中国驰名商标）

一、企业概况

二、品牌发展

第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）

一、企业概况

二、质量方针

第六章 中国品牌童车竞争格局分析

第一节 童车行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 童车竞争环境分析

一、竞争者分析

二、消费者分析

三、商业环境分析

第三节 童车行业历史竞争格局概况

一、童车行业集中度分析

二、童车行业竞争程度分析

三、中国童车研发竞争力分析

第七章 2013-2018年中国品牌童车发展预测分析

第一节 2013-2018年童车产品发展趋势预测

一、2013-2018年安全性的规定将越来越严格

二、2013-2018年方便性的需求更突出

三、2013-2018年童车牢固需求趋势

第二节 2013-2018年童车行业趋势预测

一、2013-2018年童车市场竞争趋势预测

二、2013-2018年童车业渠道发展趋势预测

第三节 2013-2018年婴童行业趋势预测

一、2013-2018年婴童产业发展趋势

二、2013-2018年婴童产业发展策略

第八章 2013-2018年我国童车行业投资价值与投资策略分析

第一节 童车行业投资机会分析

一、2012年投资情况分析

二、童车行业投资前景分析

三、童车回收市场投资分析

第二节 童车行业投资价值分析

一、童车行业投资价值分析

二、行业经济效益情况分析

三、婴童市场投资价值分析

第三节 2013-2018年中国品牌童车投资风险预警

一、宏观经济波动风险

二、市场竞争风险分析

三、童车技术风险分析

第四节 童车行业投资策略分析

一、童车类高风险原材料管理策略

- 二、童车行业应对市场变革策略分析
- 三、童车主要产地发展形势与策略分析
- 四、我国童车行业发展战略研究
- 五、对我国童车品牌的战略思考

图表目录

- 图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况
- 图表：2008-2012年城镇新增就业人数
- 图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度
- 图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度
- 图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度
- 图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹
- 图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元
- 图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2012年童车企业竞争力指数
- 图表：2012年童车市场竞争力统计图
- 图表：2012年童车企业产品畅销指数
- 图表：2012年童车市场畅销排名统计图
- 图表：2012年童车企业市场占有率
- 图表：2012年童车市场占有率统计图
- 图表：区域发展战略咨询流程图
- 图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201308/215438.html>