

2017-2022年中国亲子活动行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国亲子活动行业市场供需预测及投资战略咨询报告》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/201612/477998.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

亲子活动是指，父母陪着孩子在假期参加一些社团或者企业组织的一些有益于儿童成长的活动，促进孩子与父母的关系，让孩子结识更多的好朋友。通过活动锻炼孩子参与探索的性格，能让孩子在少年时期，身心健康发展。

根据国内领先的亲子活动的分类，亲子活动可以分为：户外亲子、亲子体验、主题活动、家庭游戏等。具体表现为：宝宝爬行比赛，小小搬运工比赛，宝宝扭扭车比赛，宝宝保龄球比赛，宝宝生日会，儿童科普活动，童心梦想秀，亲子读书会，户外郊游，亲子体验等等内容。

活动特点 第一 能够启发孩子的智慧。这就要求亲子活动过程中既能利用和发挥孩子现有的能力，又能够引导和发展他们新的能力。 第二 亲子双方平等参与。亲子活动不是上课，家长不能居高临下对孩子指手画脚，而应当是活动的平等参与者。 第三 亲子活动具有多样性。只要我们有亲子沟通交流的意识，随时随地都可以在日常生活中的各个环节与孩子进行沟通交流，而不应将亲子活动局限于某些特殊的活动，否则将会影响到亲子活动的多样性，进而影响到亲子间沟通交流的广度和深度，影响到孩子的多样性发展。 第四 活动给亲子双方都带来乐趣。在亲子活动中既让孩子体会到创造和成功的欢乐，也让家长体会到参与交流的幸福。

当前，随着我国改革开放和市场经济的深入发展，随着独生子女政策的实行，我国的家庭亲子关系正在发生急剧的变化，特别是青少年在这个多元化环境中有着显著变化。有研究表明：青少年期是人生中最关键而又有特色的时期，是依恋与独立两种倾向暂时冲突和对立的阶段。而许多的父母都没有或缺乏主动意识去调适与青少年子女的关系。许多父母，或多或少地面对过一种困惑，不知道为什么自己正确的意见与建议，却不能被孩子接受。而不少青少年学生在面对父母絮叨的教导时，则表现出较强的叛逆性格。而且工作压力大，很多家长没什么时间陪孩子，导致亲子间出现隔膜，这是父母所不乐见的。多参加亲子活动，能够让家长和孩子共同参与、相互合作完成活动内容，进而拉近彼此的关系。亲子活动的意义不仅能让孩子和父母更亲近，还能帮助孩子成长，让孩子结识更多的好朋友。

智研咨询发布的《2017-2022年中国亲子活动行业市场供需预测及投资战略咨询报告》共九章。首先介绍了亲子活动行业市场发展环境、亲子活动整体运行态势等，接着分析了亲子活动行业市场运行的现状，然后介绍了亲子活动市场竞争格局。随后，报告对亲子活动做了重点企业经营状况分析，最后分析了亲子活动行业发展趋势与投资预测。您若想对亲子活动产业有个系统的了解或者想投资亲子活动行业，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 中国亲子活动行业发展综述

1.1 亲子活动行业报告研究范围

1.1.1 亲子活动行业专业名词解释

1.1.2 亲子活动行业研究范围界定

1.1.3 亲子活动行业分析框架简介

1.1.4 亲子活动行业分析工具介绍

1.2 亲子活动行业定义及分类

1.2.1 亲子活动行业概念及定义

1.2.2 亲子活动行业主要产品分类

1.3 亲子活动行业产业链分析

1.3.1 亲子活动行业所处产业链简介

1.3.2 亲子活动行业产业链上游分析

1.3.3 亲子活动行业产业链下游分析

第二章 国外亲子活动行业发展经验借鉴

2.1 美国亲子活动行业发展经验与启示

2.1.1 美国亲子活动行业发展现状分析

2.1.2 美国亲子活动行业运营模式分析

2.1.3 美国亲子活动行业发展经验借鉴

2.1.4 美国亲子活动行业对我国的启示

2.2 日本亲子活动行业发展经验与启示

2.2.1 日本亲子活动行业运作模式

2.2.2 日本亲子活动行业发展经验分析

2.2.3 日本亲子活动行业对我国的启示

2.3 韩国亲子活动行业发展经验与启示

2.3.1 韩国亲子活动行业运作模式

2.3.2 韩国亲子活动行业发展经验分析

2.3.3 韩国亲子活动行业对我国的启示

2.4 欧盟亲子活动行业发展经验与启示

2.4.1 欧盟亲子活动行业运作模式

2.4.2 欧盟亲子活动行业发展经验分析

2.4.3 欧盟亲子活动行业对我国的启示

2.5 评价

第三章 中国亲子活动行业发展环境分析

3.1 亲子活动行业政策环境分析

3.1.1 亲子活动行业监管体系

3.1.2 亲子活动行业产品规划

3.1.3 亲子活动行业布局规划

3.1.4 亲子活动行业企业规划

3.2 亲子活动行业经济环境分析

3.2.1 中国GDP增长情况

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

3.2.2 固定资产投资情况

2011-2016年中国固定资产投资及增长速度

3.3 亲子活动行业技术环境分析

3.3.1 亲子活动行业专利申请数分析

3.3.2 亲子活动行业专利申请人分析

3.3.3 亲子活动行业热门专利技术分析

3.4 亲子活动行业消费环境分析

3.4.1 亲子活动行业消费态度调查

3.4.2 亲子活动行业消费驱动分析

3.4.3 亲子活动行业消费需求特点

3.4.4 亲子活动行业消费群体分析

3.4.5 亲子活动行业消费行为分析

3.4.6 亲子活动行业消费关注点分析

3.4.7 亲子活动行业消费区域分布

第四章 中国亲子活动行业市场发展现状分析

4.1 亲子活动行业发展概况

4.1.1 亲子活动行业市场规模分析

4.1.2 亲子活动行业竞争格局分析

4.1.3 亲子活动行业发展前景预测

4.2 亲子活动行业供需状况分析

4.2.1 亲子活动行业供给状况分析

4.2.2 亲子活动行业需求状况分析

4.2.3 亲子活动行业整体供需平衡分析

4.2.4 主要省市供需平衡分析

4.3 亲子活动行业经济指标分析

- 4.3.1 亲子活动行业产销能力分析
- 4.3.2 亲子活动行业盈利能力分析
- 4.3.3 亲子活动行业运营能力分析
- 4.3.4 亲子活动行业偿债能力分析
- 4.3.5 亲子活动行业发展能力分析
- 4.4 亲子活动行业进出口市场分析
 - 4.4.1 亲子活动行业进出口综述
 - 4.4.2 亲子活动行业进口市场分析
 - 4.4.3 亲子活动行业出口市场分析
 - 4.4.4 亲子活动行业进出口前景预测

第五章 中国亲子活动行业市场竞争格局分析

- 5.1 亲子活动行业竞争格局分析
 - 5.1.1 亲子活动行业区域分布格局
 - 5.1.2 亲子活动行业企业规模格局
 - 5.1.3 亲子活动行业企业性质格局
- 5.2 亲子活动行业竞争五力分析
 - 5.2.1 亲子活动行业上游议价能力
 - 5.2.2 亲子活动行业下游议价能力
 - 5.2.3 亲子活动行业新进入者威胁
 - 5.2.4 亲子活动行业替代产品威胁
 - 5.2.5 亲子活动行业行业内部竞争
- 5.3 亲子活动行业重点企业竞争策略分析
 - 5.3.1 A公司竞争策略分析
 - 5.3.2 B公司竞争策略分析
 - 5.3.3 C公司竞争策略分析
 - 5.3.4 D公司竞争策略分析
 - 5.3.5 E公司竞争策略分析
- 5.4 亲子活动行业投资兼并重组整合分析
 - 5.4.1 投资兼并重组现状
 - 5.4.2 投资兼并重组案例

第六章 中国亲子活动行业重点区域市场竞争力分析

- 6.1 中国亲子活动行业区域市场概况
 - 6.1.1 亲子活动行业产值分布情况

- 6.1.2 亲子活动行业市场分布情况
- 6.1.3 亲子活动行业利润分布情况
- 6.2 华东地区亲子活动行业需求分析
 - 6.2.1 上海市亲子活动行业需求分析
 - 6.2.2 江苏省亲子活动行业需求分析
 - 6.2.3 山东省亲子活动行业需求分析
 - 6.2.4 浙江省亲子活动行业需求分析
 - 6.2.5 安徽省亲子活动行业需求分析
 - 6.2.6 福建省亲子活动行业需求分析
- 6.3 华南地区亲子活动行业需求分析
 - 6.3.1 广东省亲子活动行业需求分析
 - 6.3.2 广西省亲子活动行业需求分析
 - 6.3.3 海南省亲子活动行业需求分析
- 6.4 华中地区亲子活动行业需求分析
 - 6.4.1 湖南省亲子活动行业需求分析
 - 6.4.2 湖北省亲子活动行业需求分析
 - 6.4.3 河南省亲子活动行业需求分析
- 6.5 华北地区亲子活动行业需求分析
 - 6.5.1 北京市亲子活动行业需求分析
 - 6.5.2 山西省亲子活动行业需求分析
 - 6.5.3 天津市亲子活动行业需求分析
 - 6.5.4 河北省亲子活动行业需求分析
- 6.6 东北地区亲子活动行业需求分析
 - 6.6.1 辽宁省亲子活动行业需求分析
 - 6.6.2 吉林省亲子活动行业需求分析
 - 6.6.3 黑龙江亲子活动行业需求分析
- 6.7 西南地区亲子活动行业需求分析
 - 6.7.1 重庆市亲子活动行业需求分析
 - 6.7.2 四川省亲子活动行业需求分析
 - 6.7.3 云南省亲子活动行业需求分析
- 6.8 西北地区亲子活动行业需求分析
 - 6.8.1 陕西省亲子活动行业需求分析
 - 6.8.2 新疆省亲子活动行业需求分析
 - 6.8.3 甘肃省亲子活动行业需求分析

第七章 中国亲子活动行业竞争对手经营状况分析

7.1 亲子活动行业竞争对手发展总状

7.1.1 企业整体排名

7.1.2 亲子活动行业销售收入状况

7.1.3 亲子活动行业资产总额状况

7.1.4 亲子活动行业利润总额状况

7.2 亲子活动行业竞争对手经营状况分析

7.2.1 A公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.2.2 B公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.2.3 C公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.2.4 D公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.5 E公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

第八章 2017-2022年中国亲子活动行业发展预测及投融资分析

8.1 2017-2022年中国亲子活动行业发展趋势

8.1.1 2017-2022年亲子活动行业市场规模预测

8.1.2 2017-2022年亲子活动行业市场结构预测

8.1.3 2017-2022年亲子活动行业企业数量预测

8.2 亲子活动行业投资特性分析

8.2.1 亲子活动行业进入壁垒分析

8.2.2 亲子活动行业投资风险分析

8.3 亲子活动行业投资潜力与建议

8.3.1 亲子活动行业投资机会剖析

8.3.2 亲子活动行业营销策略分析

8.3.3 亲子活动行业投资建议

第九章 研究结论及建议 (ZYPX)

9.1 研究结论

9.2 建议

图表目录：

图表1：行业代码表

图表2：亲子活动行业分类列表

图表3：亲子活动行业所处产业链示意图

图表4：美国亲子活动行业发展经验列表

图表5：美国亲子活动行业对我国的启示列表

图表6：日本亲子活动行业发展经验列表

图表7：日本亲子活动行业对我国的启示列表

图表8：韩国亲子活动行业发展经验列表

图表9：韩国亲子活动行业对我国的启示列表

图表10：欧盟亲子活动行业发展经验列表

图表11：欧盟亲子活动行业对我国的启示列表

图表12：中国亲子活动行业监管体系示意图

图表13：亲子活动行业监管重点列表

图表14：2013-2015年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表15：2013-2015年亲子活动行业与GDP关联性分析图（单位：亿元，万亿元）

图表16：2013-2015年固定资产投资走势图（单位：万亿元，%）

图表17：2013-2015年亲子活动行业与固定资产投资关联性分析图（单位：亿元，万亿元）

图表18：2013-2015年亲子活动行业相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表19：2013-2015年亲子活动行业相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表20：2013-2015年亲子活动行业相关专利申请人构成图（单位：个）

图表21：2013-2015年亲子活动行业相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）

图表22：中国亲子活动行业相关专利分布领域（前十位）（单位：个）

图表23：中国亲子活动行业消费需求特点列表

图表24：中国亲子活动行业消费群体特点列表

图表25：2013-2015年中国亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表26：2015年中国亲子活动行业区域分布图（单位：%）

图表27：中国亲子活动行业发展特点列表

图表28：2013-2015年中国亲子活动行业工业总产值走势图（单位：亿元，%）

图表29：2013-2015年中国亲子活动行业销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表30：2013-2015年中国亲子活动行业产销率变化情况（单位：%）

图表31：2015年亲子活动行业主要省市产销图（单位：%）

图表32：2013-2015年亲子活动行业产销能力分析（单位：万元）

图表33：2013-2015年亲子活动行业盈利能力分析（单位：%）

图表34：2013-2015年亲子活动行业运营能力分析（单位：次）

图表35：2013-2015年亲子活动行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表36：2013-2015年亲子活动行业发展能力分析（单位：%）

图表37：2013-2015年中国亲子活动行业进出口状况表（单位：亿美元，%）

图表38：2013-2015年亲子活动行业进口状况表（单位：万美元，%）

图表39：2015年亲子活动行业主要进口省市分布图（单位：%）

图表40：2013-2015年亲子活动行业出口状况表（单位：亿美元，%）

图表41：2015年亲子活动行业主要出口省市分布图（单位：%）

图表42：中国亲子活动行业出口前景分析列表

图表43：中国亲子活动行业进口前景分析列表

图表44：2015年中国亲子活动行业区域分布图（按销售收入）（单位：%）

图表45：2015年中国亲子活动行业企业规模分布图（按销售收入）（单位：%）

图表46：2015年中国亲子活动行业企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）

图表47：中国亲子活动行业对上游亲子活动行业的议价能力分析列表

图表48：中国亲子活动行业对上游亲子活动行业的议价能力分析列表

图表49：中国亲子活动行业潜在进入者威胁分析列表

图表50：中国亲子活动行业替代业务威胁分析列表

图表51：2013-2015年中国亲子活动行业利润率走势图（单位：%）

图表52：国内亲子活动行业投资兼并重组分析表

图表53：2015年中国产值分布图（单位：%）

图表54：2015年中国亲子活动行业市场分布图（单位：%）

图表55：2015年中国亲子活动行业利润分布图（单位：%）

图表56：2015年华东地区市场分布图（单位：%）

图表57：2013-2015年上海市亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表58：2013-2015年江苏省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表59：2013-2015年山东省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表60：2013-2015年浙江省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表61：2013-2015年安徽省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表62：2013-2015年福建省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表63：2015年华南地区市场分布图（单位：%）

图表64：2013-2015年广东省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表65：2013-2015年广西省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表66：2013-2015年海南省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表67：2015年华中地区市场分布图（单位：%）

图表68：2013-2015年湖南省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表69：2013-2015年湖北省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表70：2013-2015年河南省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表71：2015年华北地区市场分布图（单位：%）

图表72：2013-2015年北京市亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表73：2013-2015年山西省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表74：2013-2015年天津市亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表75：2013-2015年河北省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表76：2015年东北地区市场分布图（单位：%）

图表77：2013-2015年辽宁省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表78：2013-2015年吉林省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表79：2013-2015年黑龙江省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表80：2015年西南地区累计产量分布（单位：%）

图表81：2013-2015年重庆市亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表82：2013-2015年四川省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表83：2013-2015年云南省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表84：2015年西北地区市场分布图（单位：%）

图表85：2013-2015年陕西省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表86：2013-2015年新疆亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表87：2013-2015年甘肃省亲子活动行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表88：2015年亲子活动行业资产总额、销售收入和利润总额前十名企业

图表89：2015年中国企业销售收入排名前十企业列表（单位：亿元）

图表90：2015年中国企业资产总额排名前十企业列表（单位：亿元）

图表91：2015年中国企业利润总额排名前十企业列表（单位：亿元）

.....

图表119：2017-2022年全球亲子活动行业市场规模预测图（单位：亿元）

图表120：2017-2022年中国亲子活动行业市场规模预测图（单位：亿元）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/477998.html>