

2017-2022年中国童车行业 市场发展分析与投资盈利预测咨询研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国童车行业市场发展分析与投资盈利预测咨询研究报告》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.bosidata.com/report/F74382RCX3.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-08-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国童车行业市场发展分析与投资盈利预测咨询研究报告》介绍了童车行业相关概述、中国童车产业运行环境、分析了中国童车行业的现状、中国童车行业竞争格局、对中国童车行业做了重点企业经营状况分析及中国童车产业发展前景与投资预测。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。

第一章 2014-2016年世界童车市场供需分析	1	1.1 2014-2016年世界童车市场运行环境分析	
1.1.1 全球经济现状的影响	1	1.1.2 全球婴童经济现状分析	1 1.2
2014-2016年世界童车发展现状分析	3	1.2.1 世界童车发展特色分析	3 1.2.2
世界童车品牌市场调研	4	1.2.3 世界童车市场产销分析	5 1.2.4 世界童车市
场热点问题探讨	6	1.3 2014-2016年世界童车主要国家运行分析	7 1.3.1 美国 7
1.3.2 日本	8	1.3.3 瑞士	10 1.4 2017-2022年世界童车新趋势分析 11
第二章 2014-2016年中国童车市场运行环境解析	13	2.1 2014-2016年中国童车市场经	
济环境分析	13	2.1.1 中国GDP分析	13 2.1.2 城乡居民家庭人均可支配收入分
析	14	2.1.3 中国CPI分析	16 2.1.4 进出口总额及增长率分析 17 2.1.5
社会消费品零售总额	20	2.2 2014-2016年中国童车市场政策环境分析	21 2.2.1 《儿
童自行车安全要求》	21	2.2.2 平湖市首次主导制定三项童车国家标准	25 2.2.3
平湖电动童车标准成行业方向标	26	2.3 2014-2016年中国童车市场技术环境分析	27
2.4 2014-2016年中国童车市场社会环境分析	27	2.4.1 居民消费观念	27
2.4.2 中国人口规模及结构分析	29	第三章 2014-2016年中国童车市场发展现状综述	
3.1 2014-2016年中国童车市场发展动态	31	3.1.1 美欧新政提高童车进口门槛	
3.1.2 《电动童车通用技术条件》国家标准即将实施	32	3.1.3 平湖童	
车集团军国际展上压群芳	33	3.1.4 平湖童车企业技术攻关防范出口风险	34
3.1.5 创新成就最值钱童车品牌温家宝视察“好孩子”	35	3.2 2014-2016年中国童车制造	
行业发展分析	36	3.2.1 童车行业发展特色分析	36 3.2.2 中国童车发展规模
分析	37	3.2.3 中国市场品牌发展格局	38 3.3 2014-2016年中国童车市场运营分析
3.3.1 童车细分供需分析	39	3.3.2 各细分市场童车价格走势	40
3.3.3 童车进出口贸易情况综述	41	3.4 2014-2016年中国童车行业面临的挑战	42
3.4.1 出口难度加大	42	3.4.2 品牌格局动荡	43 3.4.3 消费者品牌意识觉醒
3.4.4 设计抄袭，原创不足	43	第四章 2014-2016年中国童车制造行业运行经	

济指标监测与分析	44	4.1 2014-2016年中国童车制造行业数据统计与监测分析	44
4.1.1 2014-2016年中国童车制造行业企业数量分析	44	4.1.2 2014-2016年中国童车制造行业从业人数调查分析	44
4.1.3 2014-2016年中国童车制造行业总销售收入分析	44	4.1.4 2014-2016年中国童车制造行业利润总额分析	44
4.1.5 2014-2016年中国童车制造行业投资资产分析	45	4.2 2014-2016年中国童车制造行业最新数据统计与监测分析	46
4.2.1 企业数量与分布情况	46	4.2.2 销售收入分析	47
4.2.3 利润总额分析	48	4.2.4 从业人数分析	49
4.3 2014-2016年中国童车制造行业投资状况监测	49	4.3.1 行业资产区域分布	49
4.3.2 主要省市投资增速对比	49	第五章 2014-2016年中国童车行业市场营销分析	50
5.1 2014-2016年中国童车主要营销方式分析	50	5.1.1 线上营销	50
5.1.2 线下营销	50	5.2 2014-2016年中国童车营销策略分析	51
5.2.1 产品策略	51	5.2.2 价格策略	51
5.2.3 促销策略	51	5.2.4 互联网营销策略	52
5.3 童车业营销典型成功案例分析	53	5.3.1 好孩子	53
5.3.2 捷安特	59	5.4 2017-2022年中国童车行业市场营销发展趋势	68
第六章 2014-2016年中国童车进出口数据统计情况	69	6.1 2014-2016年中国童车出口统计	69
6.1.1 2014-2016年中国童车出口量统计	69	6.1.2 2014-2016年中国童车出口金额统计	70
6.2 2014-2016年中国童车进口统计	71	6.2.1 2014-2016年中国童车进口量统计	71
6.2.2 2014-2016年中国童车进口金额统计	72	6.3 2014-2016年中国童车进出口价格分析	72
第七章 2014-2016年中国童车市场消费调查	73	7.1 中国童车市场消费现状调查分析	73
7.2 中国消费者对品牌童车的认知渠道	74	7.3 中国家长购买童车的主要渠道调查分析	75
7.4 中国不同消费者购买童车时考虑的因素	76	7.5 中国消费者购买童车环境因素调查	77
7.6 中国童车生产技术调查	77	第八章 2014-2016年中国童车市场竞争格局透析	80
8.1 2014-2016年中国童车市场竞争现状	80	8.1.1 品牌竞争	80
8.1.2 价格竞争	80	8.1.3 营销方式竞争	81
8.2 2014-2016年中国童车市场集中度分析	81	8.2.1 市场集中度分析	81
8.2.2 区域集中度分析	82	8.3 中国童车科技创新提升竞争力策略分析	82
8.4 中国童车市场竞争趋势分析	83	第九章 2014-2016年世界知名品牌童车企业运行分析	84
9.1 康贝 (Combi)	84	9.1.1 公司概况	84
9.1.2 在华市场销售情况	84	9.1.3 品牌竞争力分析	84
9.1.4 国际化投资前景分析	88	9.2 APRICA	89
9.2.1 公司概况	89	9.2.2 在华市场销售情况	89
9.2.3 品牌竞争力分析	89	9.2.4 国际化投资前景分析	90
9.3 Tonka	91	9.3.1 公司概况	91
9.3.2 在华市场销售情况	91	9.3.3 品牌竞争力分析	92
9.3.4 国际化投资前景分析	92	9.4 美国Zooper童车	92
9.4.1 公司概况	92	9.4.2 在华市场销售情	

况 93	9.4.3 品牌竞争力分析 93	9.4.4 国际化投资前景分析 95	9.5 西班牙JANE S.A. (童车) 95
	9.5.1 公司概况 95	9.5.2 在华市场销售情况 95	
	9.5.3 品牌竞争力分析 96	9.5.4 国际化投资前景分析 98	第十章 2014-2016
年中国童车行业品牌企业竞争力分析 99	10.1 好孩子集团有限公司 99	10.1.1 企业基本情况 99	
	10.1.2 企业销售收入及盈利水平分析 104	10.1.3 企业资产及负债情况分析 107	
	10.1.4 企业成本费用情况 108	10.2 中山宝宝好儿童用品有限公司 108	
	10.2.1 企业基本情况 108	10.2.2 企业销售收入及盈利水平分析 110	
	10.2.3 企业资产及负债情况分析 110	10.2.4 企业成本费用情况 111	10.3
浙江佳佳童车有限公司 111	10.3.1 企业基本情况 111	10.3.2 企业销售收入及盈利水平分析 120	
	10.3.3 企业资产及负债情况分析 121	10.3.4 企业成本费用情况 122	
10.4 江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司 123	10.4.1 企业基本情况 123	10.4.2 企业销售收入及盈利水平分析 128	
	10.4.3 企业资产及负债情况分析 128	10.4.4 企业成本费用情况 129	
10.5 小天使婴童用品(中山)有限公司 129	10.5.1 企业基本情况 129	10.5.2 企业销售收入及盈利水平分析 130	
	10.5.3 企业资产及负债情况分析 131	10.5.4 企业成本费用情况 131	
10.6 捷安特(中国)有限公司 132	10.6.1 企业基本情况 132	10.6.2 企业销售收入及盈利水平分析 132	
	10.6.3 企业资产及负债情况分析 133	10.6.4 企业成本费用情况 134	
10.7 浙江栋马童车股份有限公司 134	10.7.1 企业基本情况 134	10.7.2 企业销售收入及盈利水平分析 141	
	10.7.3 企业资产及负债情况分析 141	10.7.4 企业成本费用情况 142	
10.8 星辉互动娱乐股份有限公司 142	10.8.1 企业基本情况 142	10.8.2 企业销售收入及盈利水平分析 149	
	10.8.3 企业资产及负债情况分析 150	10.8.4 企业成本费用情况 151	第
第十一章 2017-2022年中国童车市场发展趋势与前景展望 152	11.1 2017-2022年中国童车市场趋势预测分析 152	11.2 2017-2022年中国童车市场营销趋势解析 152	
	11.2.1 经销商格局开始重划 152	11.2.2 品牌混战期全面来临 153	
	11.2.3 消费者更看重性价比 153	11.2.4 行业渠道走向扁平化 154	
	11.3 2017-2022年中国童车新产品趋势探析 154	11.3.1 安全性的规定将越来越严格 154	
	11.3.2 方便性的需求更突出 154	11.3.3 在方便携带的同时, 还要求童车牢固 155	
	11.3.4 重视原创设计和产品创新 155	11.4 2017-2022年中国童车市场预测分析 156	
	11.5 2017-2022年中国童车行业投资策略分析 157	11.5.1 精准切分市场 157	
	11.5.2 制作品牌站略规划 157	11.5.3 提高设计能力 158	第十二章 2017-2022年中国童车市场行业
前景调研分析 159	12.1 2017-2022年中国童车市场投资概况 159	12.1.1 童车市场投	

资周期分析	159	12.1.2 童车市场投资价值研究	160	12.1.3 童车市场投资环境	
分析	160	12.2 2017-2022年中国童车市场投资机会分析	162	12.2.1 区域投资机会分	
析	162	12.2.2 细分产品及品牌投资机会	163	12.2.3 与产业链相关的投资机	
会分析	163	12.3 2017-2022年中国童车市场投资前景预警	163	12.3.1 海外业务风	
险	163	12.3.2 研发风险	164	12.3.3 贸易壁垒带来的市场拓展风险	164
		12.3.4 汇率风险	165	12.3.5 原材料及劳动力风险	165
		12.3.6 政策风险			
165		12.4 投资建议	166	图表目录	
		图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度	13	图表	
		：2012-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重	14	图表：2012-2016年全国居民人均可支	
		配收入及其增长速度	14	图表：2017年一季度居民人均可支配收入平均数与中位数	15
		图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度	17	图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度	17
		图表：2012-2016年货物进出口总额	18	图表：2016年货物进出口总额及其增长速度	18
		图表：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度	19	图表：2016年主要商品进口数量、金额及	
		其增长速度	19	图表：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	20
		图表：2012-2016年全社会消费品零售总额	21	图表：2016年全国居民人均消费支出及其构成	27
		图表：2017年一季度居民人均消费支出及构成	28	图表：2005-2016年中国人口总量及增速	29
		图表：2016年年末人口数及其构成	30	图表：《电动童车通用技术条件》国家技术标准	33
		图表：中国童车行业十大品牌	39	图表：2014-2016年中国童车制造行业资产规模分析	45
		图表：2014-2016年中国童车行业企业数量分析	46	图表：2016年中国童车制造行业企业区域分布	
		情况	47	图表：2014-2016年中国童车行业销售收入分析	47
		图表：2014-2016年中国童车行业利润总额分析	48	图表：2014-2016年中国童车行业从业人数分析	49
		图表：2014-2016年中国童车出口量统计	69	图表：2014-2016年中国童车出口金额统计	70
		图表：2014-2016年中国童车进口量统计	71	图表：2014-2016年中国童车进口金额统计	72
		图表：童车品牌消费者认知度调		查	73
		图表：消费者对所购买婴幼儿产品不满意原因分析	74	图表：中国消费者对品牌童车	
		的认知渠道调查	74	图表：2016年童车行业各渠道销售占比分析	75
		图表：2016年中国海淘消		费者用户分析	76
		图表：康贝(上海)有限公司婴儿手推车产品 (1)	85	图表：康贝(上海)有限	
		公司婴儿手推车产品 (2)	86	图表：康贝(上海)有限公司婴儿手推车产品 (3)	87
		图表：康贝(上海)有限公司餐摇椅产品 (1)	87	图表：康贝(上海)有限公司餐摇椅产品 (2)	88
		图表：APRICA婴儿产品系列	90	图表：APRICA人气产品	90
		图表：Zooper童车产品 (1)	94	图表：Zooper童车产品 (2)	94
		图表：JANE S.A.婴儿推车产品 (1)	97	图表：JANE S.A.婴儿	
		推车产品 (2)	98	图表：好孩子集团品牌矩阵	100
		图表：好孩子集团全球供应链分布情		况	101
		图表：好孩子集团产品 (1)	101	图表：好孩子集团产品 (2)	102
		图表：好孩子集		团产品 (3)	102
		图表：好孩子集团产品 (4)	103	图表：好孩子集团产品 (5)	104
		图表			

：2014-2016年好孩子国际控股有限公司盈利能力分析 105图表：2014-2016年好孩子国际控股有限公司偿债能力分析 105图表：2014-2016年好孩子国际控股有限公司成长能力分析 106图表：2014-2016年好孩子国际控股有限公司营运能力分析 106图表：2014-2016年好孩子国际控股有限公司资产负债表 107图表：2014-2016年好孩子国际控股有限公司利润表 108图表：中山宝宝好儿童用品有限公司儿童推车产品（1） 109图表：中山宝宝好儿童用品有限公司儿童推车产品（2） 109图表：中山宝宝好儿童用品有限公司研发专利及门店数量分析 109图表：浙江佳佳童车有限公司生产研发基地 112图表：浙江佳佳童车有限公司生产流程图（1） 113图表：浙江佳佳童车有限公司生产流程图（2） 114图表：浙江佳佳童车有限公司生产流程图（3） 115图表：浙江佳佳童车有限公司产品（1） 116图表：浙江佳佳童车有限公司产品（2） 117图表：浙江佳佳童车有限公司产品（3） 118图表：浙江佳佳童车有限公司产品（4） 119图表：浙江佳佳童车有限公司产品（5） 120图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司研发实验室 124图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司国内销售渠道分布 125图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司国际销售渠道分布 126图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司产品图（1） 126图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司产品图（2） 126图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司产品图（3） 127图表：江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司产品图（4） 128图表：小天使婴童用品(中山)有限公司推车产品 130图表：浙江栋马童车股份有限公司工厂图 135图表：浙江栋马童车股份有限公司童车产品（1） 136图表：浙江栋马童车股份有限公司童车产品（2） 140图表：2016年浙江栋马童车股份有限公司成长能力分析 141图表：2016年浙江栋马童车股份有限公司盈利能力分析 141图表：2016年浙江栋马童车股份有限公司偿债能力分析 141图表：2016年浙江栋马童车股份有限公司运营能力分析 142图表：星辉互动娱乐股份有限公司业务布局 143图表：星辉互动娱乐股份有限公司合作伙伴 143图表：星辉互动娱乐股份有限公司产品工艺 147图表：星辉互动娱乐股份有限公司童车产品（1） 147图表：星辉互动娱乐股份有限公司童车产品（2） 148图表：星辉互动娱乐股份有限公司童车产品（3） 148图表：2016年星辉互动娱乐股份有限公司主营业务分析 149图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司成长能力分析 149图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司盈利能力分析 150图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司偿债能力分析 150图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司资产负债分析 150图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司运营能力分析 151图表：2015-2017年星辉互动娱乐股份有限公司成本费用分析 151图表：2017-2022年中国童车市场规模预测 156图表：行业生命周期图 159略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/F74382RCX3.html>