

2011-2015年中国品牌童车 行业市场分析与行业调查报告

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

《2011-2015年中国品牌童车行业市场分析与行业调查报告》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/yule1112/5912853SDW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国品牌童车行业市场分析与行业调查报告》共十三章。首先介绍了世界童车市场运行态势、中国童车市场运行环境等，接着分析了中国童车市场发展的现状，然后介绍了中国童车市场竞争格局。随后，报告对中国童车制造行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童车市场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。

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、儿童三轮车儿童电动玩具车。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。

第一章 2011年世界童车市场运行态势分析

第一节 2011年世界童车市场运行环境分析

一、全球经济现状的影响

二、全球婴童经济现状分析

第二节 2011年世界童车发展现状分析

一、世界童车发展特色分析

二、世界童车品牌市场分析

三、世界童车市场产销分析

四、世界童车市场热点问题探讨

第三节 2011年世界童车主要国家运行分析

一、美国

二、日本

三、瑞士

第四节 2011-2015年世界童车新趋势分析

第二章 2011年中国童车市场运行环境分析

第一节 2010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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国童车市场政策环境分析

一、《儿童自行车安全要求》

二、平湖市首次主导制定三项童车国家标准

三、平湖电动童车标准成行业方向标

四、我国童车行业国家标准分析

五、我国童车3C认证制度分析

六、童车进出口贸易政策分析

七、相关产业政策分析

第三节 2011年中国童车市场社会环境分析

第三章 2011年中国童车市场发展现状综述

第一节 2011年中国童车市场发展动态

一、美欧新政提高童车进口门槛

二、《电动童车通用技术条件》国家技术标准即将实施

三、平湖童车集团军国际展上压群芳

四、平湖童车企业技术攻关防范出口风险

五、创新成就最值钱童车品牌温家宝视察“好孩子”

第二节 2011年中国童车制造行业发展分析

一、童车行业发展特色分析

二、中国童车发展规模分析

三、中国市场品牌发展格局

第三节 2010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

第四节 2011年中国童车市场运营分析

一、童车细分供需分析

二、各细分市场童车价格走势

三、童车进出口贸易情况综述

第五节 2011年中国童车行业面临的挑战

一、出口难度加大

二、品牌格局动荡

三、消费者品牌意识觉醒

四、设计抄袭，原创不足

第四章 2008-2010年中国童车制造行业数据监测分析

第一节 2008-2010年中国童车制造行业总体数据分析

一、2008年中国童车制造行业全部企业数据分析

二、2009年中国童车制造行业全部企业数据分析

三、2010年中国童车制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011年中国童车品牌市场销售情况统计分析

第一节 好孩子-小龙哈彼

一、好孩子童车系列童车特点及

二、好孩子童车系列童车设计与改进

三、产品价格定位

四、营销网络构建

五、市场销售状况及市场份额

六、品牌营销策略分析

第二节 康贝（中国驰名商标）

第三节 小天使童车(中国驰名商标)

第四节 小小恐龙（中国驰名商标）

第五节 宝宝好童车（一线品牌）

第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）

第七节 三乐童车（中国驰名商标）

第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）

第九节 神马（中国驰名商标）

第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）

第六章 2011年中国童车行业市场营销分析

第一节 2011年中国童车主要营销模式分析

一、批发营销

二、卖场设立专柜

三、开个品类专卖店

第二节 2011年中国童车营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到产品系列化

第三节 童车业营销典型成功案例分析

一、好孩子

二、捷安特

第四节 2011-2015年中国童车行业市场营销发展趋势

第七章 2011年中国童车进出口贸易形态

第一节 2011年中国童车进出口

一、中国童车进出口市场特点

二、中国童车进出口景气度分析

三、外贸出口童车产品面临壁垒

第二节 2009-2010年童车产地出口分析

一、昆山童车出口情况分析

二、太仓童车出口情况分析

三、宁波童车出口情况分析

四、常州童车出口情况分析

五、嘉兴童车出口情况分析

第八章 2011年中国童车市场消费调查分析

第一节 2011年中国消费者对品牌童车满意度调查分析

第二节 2011年中国消费者对品牌童车的认知渠道

第三节 2011年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查分析

一、商场

二、超市

三、专卖店

四、网购

第四节 2011年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

第九章 2011年中国童车市场竞争格局分析

第一节 2011年中国童车市场竞争现状

一、品牌竞争

二、价格竞争

三、营销方式竞争

第二节 2011年中国童车市场集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2011年中国童车市场强化科技创新提升竞争力策略分析

第四节 2009-2012年中国童车市场竞争趋势分析

第十章 2011年世界知名品牌童车制造企业运行浅析

第一节 康贝 (Combi)

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 APRICA

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 Tonka

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第四节 美国 Zooper 童车

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第五节 西班牙 JANE S.A. (童车)

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第十一章 2011年中国童车制造行业内知名品牌企业竞争力分析

第一节 好孩子集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 平湖市佳佳童车厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 昆山小小恐龙儿童用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 小天使婴童用品(中山)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 捷安特(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2011-2015年中国童车市场发展趋势与前景展望分析

第一节 2011-2015年中国童车市场发展前景分析

第二节 2011-2015年中国童车市场营销趋势解析

一、经销商格局开始重划

二、品牌混战期全面来临

三、消费者更看重性价比

四、行业渠道走向扁平化

第三节 2011-2015年中国童车新产品趋势探析

一、安全性的规定将越来越严格

二、方便性的需求更突出

三、在方便携带的同时，还要求童车牢固

四、重视原创设计和产品创新

第四节 2011-2015年中国童车市场预测分析

第五节 2011-2015年中国童车行业发展策略分析

一、精准切分市场

二、制作品牌战略规划

三、提高设计能力

第十三章 2011-2015年中国童车市场投资前景预测分析

第一节 2011-2015年中国童车市场投资概况

一、童车市场投资周期分析

二、童车市场投资价值研究

三、童车市场投资环境分析

第二节 2011-2015年中国童车市场投资机会分析

一、区域投资机会分析

二、细分产品及品牌投资机会

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2011-2015年中国童车市场投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、进出入风险

四、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：好孩子集团有限公司主要经济指标走势图

图表：好孩子集团有限公司经营收入走势图

图表：好孩子集团有限公司盈利指标走势图

图表：好孩子集团有限公司负债情况图

图表：好孩子集团有限公司负债指标走势图

图表：好孩子集团有限公司运营能力指标走势图

图表：好孩子集团有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司主要经济指标走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司经营收入走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司盈利指标走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司负债情况图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司负债指标走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司运营能力指标走势图

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司成长能力指标走势图

图表：平湖市佳佳童车厂主要经济指标走势图

图表：平湖市佳佳童车厂经营收入走势图

图表：平湖市佳佳童车厂盈利指标走势图

图表：平湖市佳佳童车厂负债情况图

图表：平湖市佳佳童车厂负债指标走势图

图表：平湖市佳佳童车厂运营能力指标走势图

图表：平湖市佳佳童车厂成长能力指标走势图

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司主要经济指标走势图

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司经营收入走势图

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司盈利指标走势图
图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司负债情况图
图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司负债指标走势图
图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司运营能力指标走势图
图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司成长能力指标走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司主要经济指标走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司经营收入走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司盈利指标走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司负债情况图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司负债指标走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司运营能力指标走势图
图表：小天使婴童用品(中山)有限公司成长能力指标走势图
图表：捷安特（中国）有限公司主要经济指标走势图
图表：捷安特（中国）有限公司经营收入走势图
图表：捷安特（中国）有限公司盈利指标走势图
图表：捷安特（中国）有限公司负债情况图
图表：捷安特（中国）有限公司负债指标走势图
图表：捷安特（中国）有限公司运营能力指标走势图
图表：捷安特（中国）有限公司成长能力指标走势图

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1112/5912853SDW.html>