

2012-2016年中国童车市场 监测及投资前景研究报告

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

《2012-2016年中国童车市场监测及投资前景研究报告》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/yule1208/K147750B7N.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】2012-08-03

【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《2012-2016年中国童车市场监测及投资前景研究报告》共十二章。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，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。

通过《2012-2016年中国童车市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

根据数据显示，中国0至6岁的婴幼儿数量为1.08亿，以平均每个孩子花销5000元进行概算，这个市场的远景容量将是5000亿元。而童车是婴童产品中最为典型和普遍的产品，因此童车有非常大的市场。

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”及“创意营销”逐渐取代“价格营销”成为生产企业市场新策略。

第一章 2012年世界童车市场运行态势分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012-2016年世界童车新趋势分析

第二章 2012年中国童车市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012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 2012年中国童车市场社会环境分析

第三章 2012年中国童车市场发展现状综述

第一节 2012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 2012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 2012年中国童车区域结构分析

一、中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 2012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 2012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 2009-2011年中国童车制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国童车制造行业总体数据分析

一、2009年中国童车制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国童车制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国童车制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国童车制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国童车制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2012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 2012年中国童车行业市场营销分析

第一节 2012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 2012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 2012-2016年中国童车行业市场营销发展趋势

第七章 2012年中国童车市场消费调查分析

第一节 2012年中国消费者对品牌童车满意度调查分析

第二节 2012年中国消费者对品牌童车的认知渠道

第三节 2012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 2012年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

第八章 2012年中国童车市场竞争格局透析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012-2016年中国童车市场竞争趋势分析

第九章 2012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

第十章 2012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

第十一章 2012-2016年中国童车市场发展趋势与前景展望分析

第一节 2012-2016年中国童车市场发展前景分析

第二节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国童车市场预测分析

第五节 2012-2016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

第十二章 2012-2016年中国童车市场投资前景预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

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/yule1208/K147750B7N.html>