

2012-2016年中国童车市场 供需预测及发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2016年中国童车市场供需预测及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201202/84094.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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。童车作为最典型的儿童产品，有着巨大的市场潜力，童车业也成了最具投资前景的朝阳产业。因此不少企业都跃身投入童车市场，分割市场大蛋糕。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国童车市场供需预测及发展趋势研究报告》共八章。首先介绍了中国童车行业的概念，接着分析了中国童车行业发展环境，然后对中国童车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国童车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国童车行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 中国品牌童车发展环境分析

第一节 2011-2015年全球经济形势分析与预测

- 一、2011年全球经济增长情况分析
- 二、2011年全球经济运行形势分析
- 三、2011年全球经济金融形势分析
- 四、2011-2015年全球经济风险分析
- 五、2011-2015年全球贸易形势分析

第二节 中国经济环境分析

- 一、2011年中国宏观经济运行分析
- 二、2011年宏观经济发展分析
- 三、金融危机对童车行业影响分析
- 四、2011年经济发展的特点
- 五、2011-2015年中国经济增长预测

第三节 政策环境分析

- 一、2011年世界主要国家童车行业相关政策分析
- 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

第四节 社会环境分析

- 一、人口规模分析
- 二、年龄结构分析
- 三、学历结构分析
- 四、后危机时代外资、国资、民资的格局变化
- 五、后危机时代民营经济走向分析

第五节 技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、新技术的发展
- 三、技术发展趋势

第二章 中国童车市场规模分析

第一节 2008-2011年中国童车市场规模分析

- 一、2008-2011年中国婴童市场规模分析
- 二、2008-2011年中国婴童市场特点分析
- 三、2008-2011年中国单车市场增长率分析

第二节 2011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析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区工业分析

第四节 2011-2015年中国童车市场规模预测

- 一、2011-2015年欧美儿童市场潜力预测
- 二、2011-2015年中国童车市场潜力预测
- 三、2011-2015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

第一节 2008-2011年中国童车产量统计分析

- 一、2010年汉川童车产量分析
- 二、2010年中国童车产业发展分析
- 三、2011年中国童车产销状元企业分析
- 四、2011年中国童车发展分析

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

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第四章 中国品牌童车市场价格分析

第一节 2008-2011年中国品牌童车平均价格趋向势分析

- 一、2008-2011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 2011-2015年中国品牌童车价格趋向预测分析

- 一、2011-2015年人民币升值预测
- 二、人民币汇率影响分析

第五章 中国品牌童车进出口市场情况分析

第一节 2011年中国品牌童车进出口分析

- 一、2011年中国童车出口数量
- 二、2011年中国童车出口金额
- 三、2011年中国童车出口价格

第二节 2010-2011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

第三节 我国童车出口企业管理现状分析

一、行政管理人员、生产人员的管理问题及对策

二、生产环境、生产设备、产品检验设备的相关问题及对策

三、出口童车产品的设计、生产、检验测试问题及对策

四、出口童车质量、检验情况及对策

第六章 中国童车优势品牌企业分析

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

第七章 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

第四节 童车市场竞争分析

一、2011年童车市场竞争力

二、2011年童车市场畅销排名

三、2011年童车市场占有率

第五节 2010-2011年童车行业竞争格局分析

一、婴童产业竞争分析

二、电动童车行业竞争分析

三、童车市场竞争策略分析

四、童车企业面临的挑战与策略

第八章 2011-2015年中国品牌童车发展预测

第一节 2011-2015年童车产品发展趋势预测

一、2011-2015年安全性的规定将越来越严格

二、2011-2015年方便性的需求更突出

三、2011-2015年童车牢固需求趋势

第二节 2011-2015年童车行业趋势预测

一、2011-2015年童车市场竞争趋势预测

二、2011-2015年童车经销商发展趋势预测

三、2011-2015年童车消费者发展趋势预测

四、2011-2015年童车业渠道发展趋势预测

第三节 2011-2015年婴童行业趋势预测

一、2010-2011年婴童产业发展分析

二、2011-2015年婴童产业发展趋势

三、2011-2015年婴童产业发展策略

第九章 2011-2015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、2011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 2011-2015年中国品牌童车投资风险预警

一、宏观经济波动风险

二、童车出口风险预警

三、出口风险应对策略

四、市场竞争风险分析

五、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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201202/84094.html>