

# 2020-2026年中国童车行业 发展趋势与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国童车行业发展趋势与投资可行性报告》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/202007/177696.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，儿童电动车五大类。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。

童车产品是涉及到儿童安全的产品，如今我国有关部门已经颁布了《国家玩具安全技术规范》标准，并且推出了玩具产品强制性产品认证，最大可能地保护儿童的生命和健康，维护消费者的利益。玩具安全的概念是儿童在正常使用或可预见的合理滥用下，最大限度地避免因玩具自身的某些缺陷给儿童造成伤害，这些缺陷可能来自设计、制造工艺或者制造材料。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国童车行业发展趋势与投资可行性报告》共十四章。首先介绍了中国童车行业市场发展环境、童车整体运行态势等，接着分析了中国童车行业市场运行的现状，然后介绍了童车市场竞争格局。随后，报告对童车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童车行业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中国童车行业，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 2019年世界童车市场运行态势分析

第一节 2019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 2019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 2019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 2020-2026年世界童车新趋势分析

第二章 2019年中国童车市场运行环境解析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2019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C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 2019年中国童车市场技术环境分析

第四节 2019年中国童车市场社会环境分析

- 一、居民消费观念和习惯
- 二、中国人口规模及结构分析
- 三、人们受教育程度及教育观念
- 四、后集体迎来结婚潮

第三章 2019年中国童车市场发展现状综述

第一节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2014-2019年中国童车制造行业数据监测分析

### 第一节 2014-2019年中国童车制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节 2019年中国童车制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 1、不同类型分析

## 2、不同所有制分析

### 二、销售收入结构分析

#### 1、不同类型分析

#### 2、不同所有制分析

### 第三节 2014-2019年中国童车制造行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节 2014-2019年中国童车制造行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、费用统计

### 第五节 2014-2019年中国童车制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章 2019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 2019年中国童车行业市场营销分析

### 第一节 2019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 2019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 2020-2026年中国童车行业市场营销发展趋势

## 第七章 2019年中国童车进出口贸易形态

### 第一节 2019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 2014-2019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 2014-2019年中国童车进出口数据监测分析

### 第一节 2014-2019年中国童车进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

## 第二节 2014-2019年中国童车出口数据分析

### 一、出口数量分析

### 二、出口金额分析

## 第三节 2014-2019年中国童车进出口平均单价分析

## 第四节 2014-2019年中国童车进出口国家及地区分析

### 一、进口国家及地区分析

### 二、出口国家及地区分析

## 第九章 2019年中国童车市场消费调查

### 第一节 2019年中国消费者对品牌童车满意度调查分析

### 第二节 2019年中国消费者对品牌童车的认知渠道

### 第三节 2019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 2019年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

## 第十章 2019年中国童车市场竞争格局透析

### 第一节 2019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 2019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 2019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 2014-2019年中国童车市场竞争趋势分析

## 第十一章 2019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

&hellip;&hellip;

## 第十二章 2019年中国童车制造行业内知名品牌企业竞争力及关键性数据分析

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

## 第十三章 2020-2026年中国童车市场发展趋势与前景展望

### 第一节 2020-2026年中国童车市场发展前景分析

### 第二节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年中国童车市场预测分析

### 第五节 2020-2026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

## 第十四章 2020-2026年中国童车市场投资前景预测

### 第一节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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、进出口风险
- 四、市场运营机制风险

### 第四节 权威投资建议

#### 图表目录：

图表：2014-2019年中国童车行业资产收益率分析

图表：2014-2019年中国童车行业销售利润率分析

图表：2014-2019年中国童车进出口景气度（景气指数）分析

图表：2014-2019年中国童车进口数量分析

图表：2014-2019年中国童车进口金额分析

图表：2014-2019年中国童车出口数量分析

图表：2014-2019年中国童车出口金额分析

图表：2014-2019年中国童车进出口平均单价分析

图表：2019年中国童车进口国家及地区分析

图表：2019年中国童车出口国家及地区分析

图表：2019年中国消费者对品牌童车满意度调查

图表：消费者对品牌童车的认知渠道

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177696.html>