



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国儿童用品行业 市场分析预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国儿童用品行业市场分析预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/154935.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要

通过对儿童用品行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以"数据+图表+论述"的形式，对儿童用品行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对儿童用品行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及儿童用品行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对儿童用品行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对儿童用品行业的发展影响，报告最后还对儿童用品行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前儿童用品行业的发展现状和趋势，把握儿童用品行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上儿童用品行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业 and 投资机构进行投资决策的重要参考依据。

目录

第一章 2009-2012年儿童用品行业概述 5

第一节 儿童用品的概念 5

一、儿童用品的定义和分类 5

二、儿童用品的特点 5

第二节 儿童用品行业发展成熟度 5

一、行业发展周期分析 5

二、行业市场成熟度分析 6

第二章 2008年我国儿童用品行业经济运行情况 7

第一节 2008年我国儿童用品行业发展基本情况 7

一、我国儿童用品行业发展现状分析 7

二、我国儿童用品行业市场特点分析 7

三、我国儿童用品行业技术发展状况	8
第二节 我国儿童用品行业存在问题及发展限制	9
一、主要问题与发展受限	9
二、基本应对的策略	11
第三章 我国童帽行业经济运行情况	12
第一节 我国童帽行业发展基本情况	12
一、我国童帽行业发展现状分析	12
二、我国童帽行业发展问题	12
第二节 国际童帽行业发展情况	13
一、国际童帽行业现状分析	13
二、童帽行业发展建议	13
第四章 我国童鞋行业经济运行情况	15
第一节 我国童鞋行业发展基本情况	15
一、我国童鞋行业发展现状分析	15
二、我国童鞋行业技术发展状况	16
第二节 我国童鞋行业发展问题	19
一、我国童鞋行业现有问题	19
二、我国童鞋行业技术问题	20
三、2009年我国童鞋行业发展趋势	21
第五章 童车行业结构分析	22
第一节 我国童车行业发展基本情况	22
一、我国童车行业发展现状分析	22
二、我国童车行业发展趋势	24
第二节 我国童车行业发展问题	24
一、我国童车行业现有问题	24
二、我国童车行业技术问题	26
第三节 童车行业竞争格局	26
一、平湖童车制造基地发展概况	26
二、童车行业主要企业和主要品牌	27

第六章 儿童护肤用品技术工艺发展趋势分析 29

第一节 我国儿童护肤用品行业现状 29

第二节 我国儿童护肤用品产品技术现状 30

第三节 国内外未来发展前景分析 31

第四节 当前行业存在的问题 32

第七章 2009-2012年中国儿童用品行业消费者分析 34

第一节 儿童用品目标客户群体调查 34

第二节 儿童用品的品牌市场调查 34

一、消费者对儿童用品品牌认知度宏观调查 34

二、消费者对儿童用品的品牌偏好调查 34

三、消费者对儿童用品品牌的首要认知渠道 34

四、消费者经常购买的品牌调查 35

五、儿童用品品牌忠诚度调查 35

六、儿童用品品牌市场占有率调查 36

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 36

一、价格敏感程度 36

二、购买地方 36

三、购买方便的影响 37

四、广告的影响程度 37

五、包装的影响程度 37

第八章 2009年儿童用品行业相关行业市场运行综合分析 38

第一节 2009年儿童用品行业上游运行分析 38

一、市场现状 38

二、存在的问题 40

第二节 2009年儿童用品行业下游运行分析 44

一、市场现状 44

二、存在的问题 44

第九章 2009-2012年儿童用品行业标杆企业研究 46

第一节 强生（中国）有限公司 46

- 一、基本信息 46
- 二、企业偿债能力分析 46
- 三、企业盈利能力分析 47
- 四、企业经营能力分析 47
- 五、企业成长能力分析 47
- 第二节 好孩子儿童用品有限公司 48
 - 一、基本信息 48
 - 二、企业偿债能力分析 48
 - 三、企业盈利能力分析 49
 - 四、企业经营能力分析 49
 - 五、企业成长能力分析 49
- 第三节 雀氏(福建)实业发展有限公司 49
 - 一、基本信息 49
 - 二、企业偿债能力分析 50
 - 三、企业盈利能力分析 51
 - 四、企业经营能力分析 51
 - 五、企业成长能力分析 51
- 第四节 上海巴布豆儿童用品有限公司 52
 - 一、基本信息 52
 - 二、企业偿债能力分析 52
 - 三、企业盈利能力分析 52
 - 四、企业经营能力分析 53
 - 五、企业成长能力分析 53
- 第五节 沭阳县凯丽儿童用品有限公司 53
 - 一、基本信息 53
 - 二、企业偿债能力分析 54
 - 三、企业盈利能力分析 54
 - 四、企业经营能力分析 54
 - 五、企业成长能力分析 54
- 第六节 怡人工艺品(宁波)有限公司 55
 - 一、基本信息 55
 - 二、企业偿债能力分析 55

- 三、企业盈利能力分析 55
- 四、企业经营能力分析 56
- 五、企业成长能力分析 56

第十章 有关建议 57

第一节 营销策略 57

第二节 价格策略 59

第三节 渠道建设与管理策略 59

第四节 促销策略 61

第五节 品牌策略 63

第十一章 儿童用具行业未来发展预测及投资前景分析 64

第一节 当前行业存在的问题 64

第二节 行业竞争状况分析 64

第三节 行业发展预测与投资前景分析 65

第十二章 儿童用具行业投资风险及防范措施 67

第一节 政策风险 67

第二节 技术风险 68

第三节 市场风险 69

第四节 财务风险 69

第五节 经营管理风险 71

第六节 投资建议 71

图表1：行业生命周期示意图 6

图表2：童车行业主要企业和主要品牌——十大童车企业和品牌 28

图表3：五大城市消费者品牌最主要认知渠道 36

图表4：强生中国有限公司偿债能力分析 47

图表5：强生中国有限公司盈利能力分析 48

图表6：强生中国有限公司经营能力分析 48

图表7：强生中国有限公司成长能力分析 48

图表8：好孩子儿童用品有限公司偿债能力分析 49

图表9：好孩子儿童用品有限公司盈利能力分析 50
图表10：好孩子儿童用品有限公司经营能力分析 50
图表11：好孩子儿童用品有限公司成长能力分析 50
图表12：雀氏（中国）日用品有限公司偿债能力分析 51
图表13：雀氏（中国）日用品有限公司盈利能力分析 52
图表14：雀氏（中国）日用品有限公司经营能力分析 52
图表15：雀氏（中国）日用品有限公司成长能力分析 52
图表16：上海巴布豆儿童用品有限公司偿债能力分析 53
图表17：上海巴布豆儿童用品有限公司盈利能力分析 53
图表18：上海巴布豆儿童用品有限公司经营能力分析 54
图表19：上海巴布豆儿童用品有限公司成长能力分析 54
图表20：沭阳县凯丽儿童用品有限公司偿债能力分析 55
图表21：沭阳县凯丽儿童用品有限公司盈利能力分析 55
图表22：沭阳县凯丽儿童用品有限公司经营能力分析 55
图表23：沭阳县凯丽儿童用品有限公司成长能力分析 55
图表24：怡人工艺品(宁波)有限公司偿债能力分析 56
图表25：怡人工艺品(宁波)有限公司盈利能力分析 56
图表26：怡人工艺品(宁波)有限公司经营能力分析 57
图表27：怡人工艺品(宁波)有限公司成长能力分析 57

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/154935.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。