



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国童车行业战略 投资及发展前景深度研究分析报 告

一、调研说明

《2010-2015年中国童车行业战略投资及发展前景深度研究分析报告》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/158299.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：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国童车行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，童车行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，童车行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国童车行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，童车行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。童车行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是童车行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立足于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国童车行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助童车行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对童车行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 中国品牌童车发展环境分析

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、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 政策环境分析

- 一、2010年世界主要国家玩具行业相关政策分析
- 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

第二章 中国童车市场规模分析

第一节 2005-2010年中国童车市场规模分析

- 一、2005-2010年中国婴童市场规模分析
- 二、2005-2010年中国婴童市场特点分析
- 三、2005-2010年中国单车市场增长率分析

第二节 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 2010-2015年中国童车市场规模预测

- 一、2010-2015年欧美儿童市场潜力预测
- 二、2010-2015年中国童车市场潜力预测
- 三、2010-2015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分析

第一节 2005-2010年中国童车产量统计分析

- 一、2006年汉川童车产量分析
- 二、2009年中国玩具产业发展分析
- 三、2009年中国童车产销状元企业分析
- 四、2010年中国玩具发展分析

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 2008-2010年中国品牌童车平均价格趋向势分析

一、2008-2010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 2010-2015年中国品牌童车价格趋向预测分析

一、2010-2015年人民币升值预测

二、人民币汇率影响分析

第五章 中国童车优势企业竞争力分析

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、2009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

第六章 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、2010年童车市场竞争力
- 二、2010年童车市场畅销排名
- 三、2010年童车市场占有率

第五节 2009-2010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

第七章 2010-2015年中国品牌童车发展预测分析

第一节 2010-2015年童车产品发展趋势预测

- 一、2010-2015年安全性的规定将越来越严格
- 二、2010-2015年方便性的需求更突出
- 三、2010-2015年童车牢固需求趋势

第二节 2010-2015年童车行业趋势预测

- 一、2010-2015年童车市场竞争趋势预测
- 二、2010-2015年童车经销商发展趋势预测
- 三、2010-2015年童车消费者发展趋势预测
- 四、2010-2015年童车业渠道发展趋势预测

第三节 2010-2015年婴童行业趋势预测

- 一、2009-2010年婴童产业发展分析
- 二、2010-2015年婴童产业发展趋势
- 三、2010-2015年婴童产业发展策略

第八章 2010-2015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、2010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 2010-2015年中国品牌童车投资风险预警
 - 一、宏观经济波动风险
 - 二、市场竞争风险分析
 - 三、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

图表目录

- 图表：2005-2009年国内生产总值
- 图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
- 图表：2005-2009年年末国家外汇储备
- 图表：2005-2009年财政收入
- 图表：2005-2009年全社会固定资产投资
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2009-2010年货币供应量情况汇总
- 图表：2009年12月我国居民消费价格分类指数
- 图表：2010年1月我国居民消费价格分类指数
- 图表：2010年2月我国居民消费价格分类指数
- 图表：2008年1月我国消费者信心指数
- 图表：2008年2月我国消费者信心指数

图表：2008年3月我国消费者信心指数
图表：2008年4月我国消费者信心指数
图表：2008年5月我国消费者信心指数
图表：2008年6月我国消费者信心指数
图表：2008年7月我国消费者信心指数
图表：2008年8月我国消费者信心指数
图表：2008年9月我国消费者信心指数
图表：2008年10月我国消费者信心指数
图表：2008年11月我国消费者信心指数
图表：2008年12月我国消费者信心指数
图表：2009年1月我国消费者信心指数
图表：2009年2月我国消费者信心指数
图表：2009年3月我国消费者信心指数
图表：2009年4月我国消费者信心指数
图表：2009年5月我国消费者信心指数
图表：2009年6月我国消费者信心指数
图表：2009年7月我国消费者信心指数
图表：2009年8月我国消费者信心指数
图表：2009年9月我国消费者信心指数
图表：2009年10月我国消费者信心指数
图表：2009年11月我国消费者信心指数
图表：2009年12月我国消费者信心指数
图表：2010年1月我国消费者信心指数
图表：2010年2月我国消费者信心指数
图表：2010年3月我国消费者信心指数
图表：2010年4月我国消费者信心指数
图表：2010年5月我国消费者信心指数

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国童车行业战略投资及发展前景深度研究分析报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确

把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2005-2010年人民币汇率对美元中间价

图表：2005-2010年人民币汇率对欧元中间价

图表：2010年童车企业竞争力指数

图表：2010年童车市场竞争力统计图

图表：2010年童车企业产品畅销指数

图表：2010年童车市场畅销排名统计图

图表：2010年童车企业市场占有率

图表：2010年童车市场占有率统计图

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158299.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专业提供投资咨询报告、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。