



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国童车行业战略 投资分析前景预测及深度研究咨 询报告

# 一、调研说明

《2010-2015年中国童车行业战略投资分析前景预测及深度研究咨询报告》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/158488.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](mailto: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

### &rarr;内容简介

中国目前正处于第四波婴儿潮，2008年新生儿达1608万。这一波婴儿潮，带动国内消费进入加速期，随着人们生活条件的改善，我国婴童市场的容量迅速扩大。统计数字表明，我国0岁至14岁的儿童有2.58亿，每年新增婴儿约1500万，其中0岁至4岁婴童的消费规模最大。中国6岁以下婴童的消费市场将达到5000亿元的规模，到2010年，可望达到1万亿元的规模。中国每年有1500多万人出生，出生率为12%左右，可见童车产品的空间很大。我国人均GDP连续高速增长，居民可支配收入不断提高，支持居民购买高端消费品，尤其在孩子消费方面，更舍得投入。目前国家关注婴儿健康成长，支持和推广婴儿健康用品，这为企业的发展提供了政策保障。由于计划生育的执行，很多家庭出现了四位老人加一对年轻夫妇共同抚养一个婴儿的局面，婴儿成了家庭的成本中心，而三个成熟家庭的财富都集中到一个婴儿身上，对婴儿用品的消费不计成本。所以童车会有一个相当大的市场。婴童经济有望拉动潜在的内需，成为一个新的经济增长点。

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、儿童三轮车四大类。儿童自行车适用儿童的年龄范围是4-8岁。童车会给孩子的智力发育带来一定的好处，增加孩子的头脑发育。童车产品是涉及到儿童安全的产品，现在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。2010年4月，中国出口童车类产品194万辆，比上个月增加了272904辆，金额为4586万美元，比上个月增加了362万美元，平均单价为23.65美元/辆，比上个月减少了1.96美元/辆。与2009年同期相比，出口数量增加了1.66万辆，同比上涨0.86%，出口金额增加了137.9万美元，同比上升3.10%，平均单价上涨了0.52美元/辆，同比上升2.25%。2010年1-4月，中国出口童车数量为700万辆，金额为1.66亿美元，平均单价为23.66美元/辆，同比数量上涨28.89%，金额增加27.69%，平均单价下降1.44%。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国玩具协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、童车行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国童车行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，并重点分析了童车出口状况和特点，报告还对行业重点企业、发展趋势、发展策略等做了重点分析。本报告是国内外童车企业单位准确了解目前童车行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对童

车的上游供应厂商、童车企业以及欲在童车领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前童车业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS

## 第一部分 行业发展现状

### 第一章 中国品牌童车发展环境分析 1

#### 第一节 2010-2015年全球经济形势分析与预测 1

一、2009年全球经济增长情况分析 1

二、2010年全球经济运行形势分析 6

三、2010年全球经济金融形势分析 9

四、2010-2015年全球经济风险分析 28

五、2010-2015年全球贸易形势分析 32

#### 第二节 中国经济环境分析 35

一、2009年中国宏观经济运行分析 35

二、2010年宏观经济发展分析 45

三、金融危机对童车行业影响分析 69

四、2010年上半年经济发展的特点 73

五、2010-2015年中国经济增长预测 76

#### 第三节 政策环境分析 85

一、2010年世界主要国家玩具行业相关政策分析 85

二、我国童车行业国家标准分析 89

三、我国童车3C认证制度分析 93

#### 第四节 社会环境分析 95

一、人口规模分析 95

二、年龄结构分析 96

三、学历结构分析 97

四、后危机时代外资、国资、民资的格局变化 97

五、后危机时代民营经济走向分析 101

## 第五节 技术环境分析 105

### 一、技术发展现状 105

### 二、新技术的发展 106

### 三、技术发展趋势 107

## 第二章 中国童车市场规模分析 108

### 第一节 2005-2010年中国童车市场规模分析 108

#### 一、2005-2010年中国婴童市场规模分析 108

#### 二、2005-2010年中国婴童市场特点分析 108

#### 三、2005-2010年中国单车市场增长率分析 109

### 第二节 2010年我国童车区域结构分析 109

#### 一、我国童车主要产地分析 109

#### 二、汉川市童车产业发展分析 110

#### 三、平湖市童车产业发展分析 116

#### 四、昆山市童车产业发展分析 118

#### 五、东沙河镇童车产业发展分析 119

### 第三节 中国童车区域市场规模分析 120

#### 一、东北地区市场规模分析 120

#### 二、华北地区市场规模分析 123

#### 三、华东地区市场规模分析 130

#### 四、华中地区市场规模分析 139

#### 五、华南地区市场规模分析 143

#### 六、西部地区工业分析 147

### 第四节 2010-2015年中国童车市场规模预测 162

#### 一、2010-2015年欧美儿童市场潜力预测 162

#### 二、2010-2015年中国童车市场潜力预测 163

#### 三、2010-2015年我国儿童市场销售形势预测 168

## 第三章 中国童车需求与消费者偏好调查 170

### 第一节 2005-2010年中国童车产量统计分析 170

#### 一、2006年汉川童车产量分析 170

#### 二、2009年中国玩具产业发展分析 170

- 三、2009年中国童车产销状元企业分析 174
- 四、2010年中国玩具发展分析 174
- 第二节 童车产品目标客户群体调查 175
  - 一、不同收入水平消费者偏好调查 175
  - 二、不同年龄的消费者偏好调查 175
  - 三、不同地区的消费者偏好调查 176
- 第三节 童车产品的品牌市场调查 176
  - 一、消费者对童车品牌认知度宏观调查 176
  - 二、消费者对童车品牌的首要认知渠道 177
  - 三、消费者的消费理念调研 177
  - 四、童车品牌市场占有率分析 178
- 第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 178
  - 一、价格敏感程度 178
  - 二、品牌的影响 178
  - 三、购买方便的影响 179
  - 四、广告的影响程度 179
  - 五、包装的影响程度 179

#### 第四章 中国品牌童车市场价格分析 180

- 第一节 2008-2010年中国品牌童车平均价格趋向势分析 180
  - 一、2008-2010年我国居民消费指数分析 180
  - 二、“好孩子”外销产品价格分析 188
- 第二节 2010-2015年中国品牌童车价格趋向预测分析 188
  - 一、2010-2015年人民币升值预测 188
  - 二、人民币汇率影响分析 191

#### 第五章 中国品牌童车进出口市场情况分析 193

- 第一节 2010年中国品牌童车进出口分析 193
  - 一、2010年中国童车出口数量 193
  - 二、2010年中国童车出口金额 193
  - 三、2010年中国童车出口价格 193
- 第二节 2009-2010年童车产地出口分析 194

- 一、 昆山童车出口情况分析 194
- 二、 太仓童车出口情况分析 195
- 三、 宁波童车出口情况分析 196
- 四、 常州童车出口情况分析 198
- 五、 嘉兴童车出口情况分析 198
- 第三节 我国童车出口企业管理现状分析 199
  - 一、 行政管理人员、生产人员的管理问题及对策 200
  - 二、 生产环境、生产设备、产品检验设备的相关问题及对策 200
  - 三、 出口童车产品的设计、生产、检验测试问题及对策 201
  - 四、 出口童车质量、检验情况及对策 202

## 第二部分 行业竞争格局

### 第六章 中国童车优势品牌企业分析 205

#### 第一节 好孩子-小龙哈彼（中国驰名商标，江苏） 205

- 一、 企业概况 205
- 二、 竞争优势分析 206
- 三、 2009年经营状况 207

#### 第二节 康贝（中国驰名商标） 210

- 一、 企业概况 210
- 二、 品牌故事 210

#### 第三节 小天使童车(中国驰名商标) 211

- 一、 企业概况 211
- 二、 主营产品 211

#### 第四节 小小恐龙（中国驰名商标） 212

- 一、 企业概况 212
- 二、 生产能力 212

#### 第五节 宝宝好童车（一线品牌） 213

- 一、 企业概况 213
- 二、 生产能力 213

#### 第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标） 214

- 一、 企业概况 214
- 二、 创新发展 215

第七节 三乐童车（中国驰名商标）	215
一、企业概况	215
二、产品质量	215
第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）	216
一、企业概况	216
二、经营状况	224
第九节 神马（中国驰名商标）	226
一、企业概况	226
二、品牌发展	226
第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）	228
一、企业概况	228
二、质量方针	229

## 第七章 中国品牌童车竞争格局分析 231

### 第一节 童车行业竞争结构分析 231

- 一、行业内现有企业的竞争 231
- 二、新进入者的威胁 232
- 三、替代品的威胁 235
- 四、供应商的讨价还价能力 235
- 五、购买者的讨价还价能力 236

### 第二节 童车竞争环境分析 236

- 一、竞争者分析 236
- 二、消费者分析 236
- 三、商业环境分析 237

### 第三节 童车行业历史竞争格局概况 237

- 一、童车行业集中度分析 237
- 二、童车行业竞争程度分析 238
- 三、中国童车研发竞争力分析 238

### 第四节 童车市场竞争分析 240

- 一、2010年童车市场竞争力 240
- 二、2010年童车市场畅销排名 241
- 三、2010年童车市场占有率 242



## 第五节 2009-2010年童车行业竞争格局分析 243

### 一、婴童产业竞争分析 243

### 二、电动童车行业竞争分析 245

### 三、童车市场竞争策略分析 247

### 四、童车企业面临的挑战与策略 249

## 第三部分 预测与投资

## 第八章 2010-2015年中国品牌童车发展预测 257

### 第一节 2010-2015年童车产品发展趋势预测 257

#### 一、2010-2015年安全性的规定将越来越严格 257

#### 二、2010-2015年方便性的需求更突出 257

#### 三、2010-2015年童车牢固需求趋势 257

### 第二节 2010-2015年童车行业趋势预测 258

#### 一、2010-2015年童车市场竞争趋势预测 258

#### 二、2010-2015年童车经销商发展趋势预测 259

#### 三、2010-2015年童车消费者发展趋势预测 260

#### 四、2010-2015年童车业渠道发展趋势预测 261

### 第三节 2010-2015年婴童行业趋势预测 262

#### 一、2009-2010年婴童产业发展分析 262

#### 二、2010-2015年婴童产业发展趋势 271

#### 三、2010-2015年婴童产业发展策略 273

## 第九章 2010-2015年我国童车行业投资价值与投资策略分析 282

### 第一节 童车行业投资机会分析 282

#### 一、2010年投资情况分析 282

#### 二、童车行业投资前景分析 283

#### 三、童车回收市场投资分析 285

### 第二节 童车行业投资价值分析 286

#### 一、童车行业投资价值分析 286

#### 二、行业经济效益情况分析 287

#### 三、婴童市场投资价值分析 287

### 第三节 2010-2015年中国品牌童车投资风险预警 288

- 一、宏观经济波动风险 288
- 二、童车出口风险预警 290
- 三、出口风险应对策略 292
- 四、市场竞争风险分析 302
- 五、童车技术风险分析 302
- 第四节 童车行业投资策略分析 303
  - 一、童车类高风险原材料管理策略 303
  - 二、童车行业应对市场变革策略分析 306
  - 三、童车主要产地发展形势与策略分析 312
  - 四、我国童车行业发展战略研究 323
  - 五、对我国童车品牌的战略思考 335

## 图表目录

- 图表：2010年全球经济增长趋势及预测 10
- 图表：发达国家产能利用率与失业率 11
- 图表：部分国家的CPI走势 12
- 图表：美元指数与全球MSCI趋势 13
- 图表：部分欧美国家的CDS走势 13
- 图表：新兴市场股票与债券外部融资 14
- 图表：新兴市场资金净流入情况 15
- 图表：美联储资产负债表规模及结构 16
- 图表：主要央行基准利率变化 16
- 图表：全球工业生产与全球GDP增长 17
- 图表：全球工业生产与经济领先指标 18
- 图表：全球经济指数与产出差距 18
- 图表：全球经济的增长趋势 19
- 图表：2007年1月-2010年3月金融危机风险指标ROFCI 20
- 图表：G20国家财政赤字发展与展望 25
- 图表：全球主要经济大国债务风险排序 26
- 图表：2006-2009年我国季度GDP增长率 36
- 图表：2008-2009年我国三产业增加值季度增长率 36
- 图表：2008-2009年我国工业增加值走势图 37

图表：2008-2009年固定资产投资走势图 39

图表：2009年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 40

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额走势图 41

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额构成走势图 41

图表：2008-2009年我国CPI、PPI运行趋势 42

图表：2008-2009年企业商品价格指数走势 42

图表：2008-2009年进出口走势图 43

图表：2008-2009年我国货币供应量 44

图表：2008-2009年我国存贷款同比增速走势图 45

图表：2003-2010年中国各季度GDP增长走势图 46

图表：2007-2010年中国月度工业增加值增速走势图 49

图表：2007-2010年中国月度工业增加值分轻重工业增速走势图 50

图表：2008-2010年城镇固定资产投资总额与增速走势图 51

图表：2006-2010年社会消费品零售总额增速走势 51

图表：2007-2010年居民消费价格指数（CPI）走势图 52

图表：2008-2010年PPI，JP摩根全球与官方PMI购进价格指数同比走势 52

图表：2007-2010年中国CPI-PPI同比走势图 53

图表：2008-2010年中国当月进出口月度趋势图 54

图表：2009-2010年货币供应量情况汇总 55

图表：2009年12月我国居民消费价格分类指数 182

图表：2010年1月我国居民消费价格分类指数 183

图表：2010年2月我国居民消费价格分类指数 183

图表：2008年1月我国消费者信心指数 183

图表：2008年2月我国消费者信心指数 184

图表：2008年3月我国消费者信心指数 184

图表：2008年4月我国消费者信心指数 184

图表：2008年5月我国消费者信心指数 184

图表：2008年6月我国消费者信心指数 184

图表：2008年7月我国消费者信心指数 184

图表：2008年8月我国消费者信心指数 184

图表：2008年9月我国消费者信心指数 185

图表：2008年10月我国消费者信心指数 185

图表：2008年11月我国消费者信心指数 185

图表：2008年12月我国消费者信心指数 185

图表：2009年1月我国消费者信心指数 185

图表：2009年2月我国消费者信心指数 185

图表：2009年3月我国消费者信心指数 186

图表：2009年4月我国消费者信心指数 186

图表：2009年5月我国消费者信心指数 186

图表：2009年6月我国消费者信心指数 186

图表：2009年7月我国消费者信心指数 186 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国童车行业战略投资分析前景预测及深度研究咨询报告》，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：2009年8月我国消费者信心指数 186

图表：2009年9月我国消费者信心指数 186

图表：2009年10月我国消费者信心指数 187

图表：2009年11月我国消费者信心指数 187

图表：2009年12月我国消费者信心指数 187

图表：2010年1月我国消费者信心指数 187

图表：2010年2月我国消费者信心指数 187

图表：2010年3月我国消费者信心指数 187

图表：2010年4月我国消费者信心指数 188

图表：2010年5月我国消费者信心指数 188

图表：2005-2010年人民币汇率对美元中间价 190

图表：2005-2010年人民币汇率对欧元中间价 190

图表：2010年童车企业竞争力指数 240

图表：2010年童车市场竞争力统计图 240

图表：2010年童车企业产品畅销指数 241

图表：2010年童车市场畅销排名统计图 241

图表：2010年童车企业市场占有率 242

图表：2010年童车市场占有率统计图 242

图表：区域发展战略咨询流程图 332

图表：区域SWOT战略分析图 333

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158488.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](http://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。