



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国婴儿车市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国婴儿车市场分析及投资策略研究报告》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/270135.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

婴儿车是一种为婴儿户外活动提供便利而设计的工具车，有各种车型，一般1到2岁的孩子玩的是婴儿车，2岁以上玩的是有带轮子的玩具车，婴儿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。婴儿车，是宝宝最喜爱的散步交通工具，更是妈妈带宝宝上街购物时的必需品。然而根据宝宝的成长、使用用途，婴儿车又可以分成很多种类。主要是依照载重量为标准，一般测试标准为九到十五公斤。一般的婴儿车大约可使用四到五年。

无论是婴幼儿奶粉，还是婴童化妆品，外资品牌垄断都是国人心头之痛。但在婴儿车和安全座椅市场，国产品牌终于雄起一回。儿童安全座椅市场未来几年将迎来爆发式增长，为本土品牌提供新的市场机会。

十年前，80%的人还认为婴儿车是奢侈品，但目前，绝大多数人已经把婴儿车看做是必需品。正是基于人们观念的转变，目前国内婴儿车市场已有100亿的市场规模。但不同于在其他婴童用品市场被外资垄断的局面，婴儿车市场国产品牌做到了一枝独秀。

未来，国家出台强制使用儿童安全座椅规定的可能性非常大，随着车主使用意识的提高，市场一定会呈“井喷态势”。目前，国内儿童安全座椅市场正每年以2倍以上的速度增长。

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。

报告目录：

第一部分 婴儿车产业环境透视

第一章 婴儿车行业发展综述

第一节 婴儿车行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 婴儿车行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 婴儿车行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章 中国婴儿车行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

第三章 国际婴儿车行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球婴儿车市场总体情况分析

- 一、全球婴儿车市场结构
- 二、全球婴儿车行业发展分析
- 三、全球婴儿车行业竞争格局

第二节 美国婴儿车行业发展经验借鉴

- 一、美国婴儿车行业发展历程分析
- 二、美国婴儿车行业市场现状分析
- 三、美国婴儿车行业发展趋势预测
- 四、美国婴儿车行业对中国的启示

第三节 日本婴儿车行业发展经验借鉴

- 一、日本婴儿车行业发展历程分析
- 二、日本婴儿车行业市场现状分析
- 三、日本婴儿车行业发展趋势预测
- 四、日本婴儿车行业对中国的启示

第二部分 婴儿车市场深度调研

第四章 中国婴儿车行业运行现状分析

第一节 中国婴儿车行业发展状况分析

一、中国婴儿车行业发展阶段

二、中国婴儿车行业发展总体概况

三、中国婴儿车行业发展特点分析

第二节 2013-2014年婴儿车行业发展现状

一、中国婴儿车行业市场规模

二、中国婴儿车行业发展分析

三、中国婴儿车企业发展分析

第三节 2013-2014年婴儿车市场情况分析

一、中国婴儿车市场总体概况

二、中国婴儿车产品市场发展分析

三、中国婴儿车市场发展趋势分析

第五章 中国婴儿车市场供需形势分析

第一节 婴儿车行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

三、2013-2014年原材料产能情况分析

第二节 中国婴儿车市场供需分析

一、2013-2014年中国婴儿车行业供给情况

1、中国婴儿车行业供给分析

2、中国婴儿车行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2013-2014年中国婴儿车行业需求情况

1、婴儿车行业需求市场

2、婴儿车行业客户结构

3、婴儿车行业需求的地区差异

三、2013-2014年中国婴儿车行业供需平衡分析

第三节 婴儿车产品市场应用及需求预测

一、婴儿车产品应用市场总体需求分析

1、婴儿车产品应用市场需求特征

2、婴儿车产品应用市场需求总规模

二、2015-2020年婴儿车行业领域需求量预测

1、婴儿车行业需求产品功能预测

2、婴儿车行业需求产品市场格局预测

三、重点行业婴儿车产品需求分析预测

第六章 婴儿车行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 婴儿车行业进出口市场分析

一、婴儿车行业进出口综述

1、中国婴儿车进出口的特点分析

2、中国婴儿车进出口地区分布状况

3、中国婴儿车进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国婴儿车进出口政策与国际化经营

二、婴儿车行业出口市场分析

1、2013-2014年行业出口整体情况

2、2013-2014年行业出口总额分析

3、2013-2014年行业出口产品结构

三、婴儿车行业进口市场分析

1、2013-2014年行业进口整体情况

2、2013-2014年行业进口总额分析

3、2013-2014年行业进口产品结构

第二节 中国婴儿车出口面临的挑战及对策

一、中国婴儿车出口面临的挑战

二、婴儿车行业进出口前景

三、婴儿车行业进出口发展建议

第三部分 婴儿车行业竞争格局分析

第七章 婴儿车市场竞争格局及集中度分析

第一节 婴儿车行业国际竞争格局分析

一、国际婴儿车市场发展状况

二、国际婴儿车市场竞争格局

三、国际婴儿车市场发展趋势分析

四、国际婴儿车重点企业竞争力分析

第二节 婴儿车行业国内竞争格局分析

一、国内婴儿车行业市场规模分析

二、国内婴儿车行业竞争格局分析

三、国内婴儿车行业竞争力分析

第三节 婴儿车行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、市场集中度分析

第八章 婴儿车行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华南地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区婴儿车行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国婴儿车行业生产企业经营分析

第一节 平湖维克斯儿童玩具有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 浙江佳佳童车有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 好孩子(中国)商贸有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第四节 捷安特(中国)有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第五节 珠海阳光儿童用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第六节 平湖市双喜童车制造有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 平湖市双喜童车制造有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 正润童车(苏州)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第十节 宁波睿宝婴童用品有限公司

一、企业发展概况

- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第四部分 婴儿车行业发展前景展望

第十章 2015-2020年婴儿车行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年婴儿车市场发展前景

- 一、婴儿车市场发展潜力
- 二、婴儿车市场发展前景展望
- 三、婴儿车细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年婴儿车市场发展趋势预测

- 一、婴儿车行业发展趋势分析
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、婴儿车行业市场规模预测
 - 1、婴儿车行业市场容量预测
 - 2、婴儿车行业销售收入预测
- 三、婴儿车行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2015-2020年婴儿车行业投资机会与风险防范

第一节 中国婴儿车行业投资特性分析

- 一、婴儿车行业进入壁垒分析
- 二、婴儿车行业盈利模式分析
- 三、婴儿车行业盈利因素分析

第二节 中国婴儿车行业投资情况分析

- 一、婴儿车行业总体投资及结构
- 二、婴儿车行业投资规模情况
- 三、婴儿车行业投资项目分析

第三节 中国婴儿车行业投资风险

- 一、婴儿车行业供求风险

二、婴儿车行业关联产业风险

三、婴儿车行业产品结构风险

四、婴儿车行业技术风险

第四节 婴儿车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、婴儿车行业投资机遇

第五部分 婴儿车行业发展战略研究

第十二章 婴儿车行业发展战略研究

第一节 婴儿车行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国婴儿车品牌的战略思考

一、婴儿车品牌的重要性

二、婴儿车实施品牌战略的意义

三、婴儿车企业品牌的现状分析

四、中国婴儿车企业的品牌战略

五、婴儿车品牌战略管理的策略

第三节 婴儿车行业经营策略分析

一、婴儿车市场细分策略

二、婴儿车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、婴儿车新产品差异化战略

第四节 婴儿车行业投资战略研究

一、2015年婴儿车行业投资战略

二、2015-2020年婴儿车行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录:

图表：婴儿车行业生命周期

图表：婴儿车行业产业链结构

图表：2012-2014年中国婴儿车行业盈利能力分析

图表：2012-2014年中国婴儿车行业运营能力分析

图表：2012-2014年中国婴儿车行业偿债能力分析

图表：2012-2014年中国婴儿车行业发展能力分析

图表：2012-2014年中国婴儿车行业经营效益分析

图表：2012-2014年不同规模企业利润总额分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同规模企业从业人员分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同规模企业销售收入分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同规模企业资产总额分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同规模企业数量分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同性质企业利润总额分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同性质企业从业人员分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同性质企业销售收入分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同性质企业资产总额分布

图表：2012-2014年婴儿车行业不同性质企业数量分布

图表：2012-2014年全球婴儿车行业市场规模

图表：2012-2014年中国婴儿车行业市场规模

图表：2012-2014年婴儿车行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国婴儿车市场占全球份额比较

图表：2012-2014年婴儿车行业工业总产值

图表：2012-2014年婴儿车行业销售收入

图表：2012-2014年婴儿车行业利润总额

图表：2012-2014年婴儿车行业资产总计

图表：2012-2014年婴儿车行业负债总计

图表：2012-2014年婴儿车行业竞争力分析

图表：2012-2014年婴儿车市场价格走势

图表：2012-2014年婴儿车行业主营业务收入

图表：2012-2014年婴儿车行业主营业务成本

图表：2012-2014年婴儿车行业销售费用分析
图表：2012-2014年婴儿车行业管理费用分析
图表：2012-2014年婴儿车行业财务费用分析
图表：2012-2014年婴儿车行业销售毛利率分析
图表：2012-2014年婴儿车行业销售利润率分析
图表：2012-2014年婴儿车行业成本费用利润率分析
图表：2012-2014年婴儿车行业总资产利润率分析
图表：2012-2014年婴儿车行业产能分析
图表：2012-2014年婴儿车行业产量分析
图表：2012-2014年婴儿车行业需求分析
图表：2012-2014年婴儿车行业进口数据
图表：2012-2014年婴儿车行业出口数据
图表：2012-2014年婴儿车行业集中度
图表：2015-2020年婴儿车行业市场规模预测
图表：2015-2020年婴儿车行业销售收入预测
图表：2015-2020年婴儿车行业产量预测
图表：2015-2020年婴儿车行业竞争格局预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270135.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。