



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国童车产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2023年中国童车产业发展现状及市场监测报告》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/287809.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

报告目录：

第一章 2016年世界童车市场运行态势分析20

第一节 2016年世界童车市场运行环境分析 20

一、全球经济现状的影响 20

二、全球婴童经济现状分析 21

第二节 2016年世界童车发展现状分析 21

一、世界童车发展特色分析 21

二、世界童车品牌市场分析 22

三、世界童车市场产销分析 23

四、世界童车市场热点问题探讨 23

第三节 2016年世界童车主要国家运行分析 24

一、美国 24

二、日本 24

三、瑞士 25

第四节 2017-2023年世界童车新趋势分析 25

第二章 2016年中国童车市场运行环境解析 26

第一节 2016年中国宏观经济环境分析 26

一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 26

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 28

三、全国居民收入情况（季度更新） 37

四、恩格尔系数（年度更新） 38

五、工业发展形势（季度更新） 38

六、固定资产投资情况（季度更新） 42

七、社会消费品零售总额 47

八、对外贸易&进出口 48

第二节 2016年中国童车市场政策环境分析 50

一、《儿童自行车安全要求》 50

二、平湖市首次主导制定三项童车国家标准 53

三、平湖电动童车标准成行业方向标 53

四、我国童车行业国家标准分析 54

五、我国童车3C认证制度分析	58
六、童车进出口贸易政策分析	58
七、相关产业政策分析	60
第三节 2016年中国童车市场技术环境分析	62
第四节 2016年中国童车市场社会环境分析	62
一、居民消费观念和习惯	62
二、中国人口规模及结构分析	65
三、人们受教育程度及教育观念	67
四、80后集体迎来结婚潮	73
第三章 2016年中国童车市场发展现状综述	74
第一节 2016年中国童车市场发展动态	74
一、美欧新政提高童车进口门槛	74
二、《电动童车通用技术条件》国家技术标准实施	74
三、平湖童车集团军国际展上压群芳	75
四、平湖童车企业技术攻关防范出口风险	75
五、创新成就最值钱童车品牌 温家宝视察"好孩子"	78
第二节 2016年中国童车制造行业发展分析	79
一、童车行业发展特色分析	79
二、中国童车发展规模分析	79
三、中国市场品牌发展格局	80
第三节 2016年中国童车区域结构分析	80
一、中国童车主要产地分析	80
二、汉川市童车产业发展分析	80
三、平湖市童车产业发展分析	83
四、昆山市童车产业发展分析	85
五、东沙河镇童车产业发展分析	86
第四节 2016年中国童车市场运营分析	86
一、童车细分供需分析	86
二、各细分市场童车价格走势	87
三、童车进出贸易情况综述	87
第五节 2016年中国童车行业面临的挑战	87
一、出口难度加大	87

二、品牌格局动荡	88
三、消费者品牌意识觉醒	88
四、设计抄袭，原创不足	89
第四章 2012-2016年12月中国童车制造行业数据监测分析（2440）	90
第一节 2012-2016年12月中国童车制造行业规模分析	90
一、企业数量增长分析	90
二、从业人数增长分析	90
三、资产规模增长分析	91
第二节 2016年中国童车制造行业结构分析	91
一、企业数量结构分析	91
1、不同类型分析	91
2、不同所有制分析	92
二、销售收入结构分析	92
1、不同类型分析	92
2、不同所有制分析	93
第三节 2012-2016年12月中国童车制造行业产值分析	93
一、产成品增长分析	93
二、工业销售产值分析	94
三、出口交货值分析	94
第四节 2012-2016年12月中国童车制造行业成本费用分析	95
一、销售成本统计	95
二、费用统计	95
第五节 2012-2016年12月中国童车制造行业盈利能力分析	96
一、主要盈利指标分析	96
二、主要盈利能力指标分析	96
第五章 2016年中国童车品牌市场销售情况统计分析	97
第一节 好孩子-小龙哈彼	97
一、好孩子童车系列童车特点及	97
二、好孩子童车系列童车设计与改进	98
三、产品价格定位	99
四、营销网络构建	99
五、市场销售状况及市场份额	100

六、品牌营销策略分析	100
第二节 康贝（中国驰名商标）	105
第三节 小天使童车(中国驰名商标)	107
第四节 小小恐龙（中国驰名商标）	108
第五节 宝宝好童车（一线品牌）	108
第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）	109
第七节 三乐童车（中国驰名商标）	110
第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）	110
第九节 神马（中国驰名商标）	111
第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）	112
第六章 2016年中国童车行业市场营销分析	114
第一节 2016年中国童车主要营销模式分析	114
一、批发营销	114
二、卖场设立专柜	114
三、开个品类专卖店	114
第二节 2016年中国童车营销策略分析	115
一、从生产导向转向市场导向	115
二、从产品竞争转向多要素全方位竞争	115
三、从产品营销到品牌营销和文化营销	115
四、从单一的产品结构到产品系列化	115
第三节 童车业营销典型成功案例分析	116
一、好孩子	116
二、捷安特	124
第四节 2017-2023年中国童车行业市场营销发展趋势	130
第七章 2016年中国童车进出口贸易形态	132
第一节 2016年中国童车进出口	132
一、中国童车进出口市场特点	132
二、中国童车进出口景气度分析	132
三、外贸出口童车产品面临壁垒	132
第二节 2011-2016年12月童车产地出口分析	133
一、昆山童车出口情况分析	133
二、太仓童车出口情况分析	134

三、宁波童车出口情况分析	134
四、常州童车出口情况分析	134
五、嘉兴童车出口情况分析	135
第八章 2012-2016年12月中国童车进出口数据监测分析（95010000）	136
第一节 2012-2016年12月中国童车进口数据分析	136
一、进口数量分析	136
二、进口金额分析	136
第二节 2012-2016年12月中国童车出口数据分析	137
一、出口数量分析	137
二、出口金额分析	137
第三节 2012-2016年12月中国童车进出口平均单价分析	138
第四节 2012-2016年中国童车进出口国家及地区分析	138
一、进口国家及地区分析	138
二、出口国家及地区分析	139
第九章 2016年中国童车市场消费调查	140
第一节 2016年中国消费者对品牌童车满意度调查分析	140
第二节 2016年中国消费者对品牌童车的认知渠道	140
第三节 2016年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查分析	141
一、商场	141
二、超市	142
三、专卖店	143
四、网购	144
第四节 2016年中国不同消费者购买童车时考虑的因素	145
第十章 2016年中国童车市场竞争格局透析	147
第一节 2016年中国童车市场竞争现状	147
一、品牌竞争	147
二、价格竞争	147
三、营销方式竞争	147
第二节 2016年中国童车市场集中度分析	148
一、市场集中度分析	148
二、区域集中度分析	148
第三节 2016年中国童车市场强化科技创新提升竞争力策略分析	149

第四节 2009-2016年12月中国童车市场竞争趋势分析	151
第十一章 2016年世界知名品牌童车制造企业运行浅析	153
第一节 康贝 (Combi)	153
一、公司概况	153
二、在华市场销售情况	153
三、品牌竞争力分析	153
四、国际化发展战略分析	153
第二节 APRICA	154
一、公司概况	154
二、在华市场销售情况	154
三、品牌竞争力分析	154
四、国际化发展战略分析	154
第三节 Tonka	154
一、公司概况	154
二、在华市场销售情况	155
三、品牌竞争力分析	155
四、国际化发展战略分析	155
第四节 美国 Zooper 童车	155
一、公司概况	155
二、在华市场销售情况	155
三、品牌竞争力分析	155
四、国际化发展战略分析	155
第五节 西班牙 JANE S.A. (童车)	156
一、公司概况	156
二、在华市场销售情况	156
三、品牌竞争力分析	156
四、国际化发展战略分析	156
第十二章 2016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	158
第一节 好孩子集团有限公司	158
一、企业概况	158
二、企业主要经济指标分析	158
三、企业盈利能力分析	159

四、企业偿债能力分析	159
五、企业运营能力分析	160
六、企业成长能力分析	160
第二节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司	160
一、企业概况	160
二、企业主要经济指标分析	162
三、企业盈利能力分析	162
四、企业偿债能力分析	163
五、企业运营能力分析	163
六、企业成长能力分析	163
第三节 平湖市佳佳童车厂	164
一、企业概况	164
二、企业主要经济指标分析	164
三、企业盈利能力分析	165
四、企业偿债能力分析	166
五、企业运营能力分析	166
六、企业成长能力分析	166
第四节 昆山小小恐龙儿童用品有限公司	167
一、企业概况	167
二、企业主要经济指标分析	167
三、企业盈利能力分析	168
四、企业偿债能力分析	168
五、企业运营能力分析	169
六、企业成长能力分析	169
第五节 小天使婴童用品(中山)有限公司	169
一、企业概况	169
二、企业主要经济指标分析	170
三、企业盈利能力分析	170
四、企业偿债能力分析	171
五、企业运营能力分析	171
六、企业成长能力分析	171
第六节 捷安特(中国)有限公司	172

一、企业概况	172
二、企业主要经济指标分析	172
三、企业盈利能力分析	173
四、企业偿债能力分析	173
五、企业运营能力分析	174
六、企业成长能力分析	174
第十三章 2017-2023年中国童车市场发展趋势与前景展望	175
第一节 2017-2023年中国童车市场发展前景分析	175
第二节 2017-2023年中国童车市场营销趋势解析	175
一、经销商格局开始重划	175
二、品牌混战期全面来临	176
三、消费者更看重性价比	177
四、行业渠道走向扁平化	177
第三节 2017-2023年中国童车新产品趋势探析	178
一、安全性的规定将越来越严格	178
二、方便性的需求更突出	178
三、在方便携带的同时，还要求童车牢固	179
四、重视原创设计和产品创新	179
第四节 2017-2023年中国童车市场预测分析	180
第五节 2017-2023年中国童车行业发展策略分析	180
一、精准切分市场	180
二、制作品牌战略规划	181
三、提高设计能力	182
第十四章 2017-2023年中国童车市场投资前景预测	183(AK WZY)
第一节 2017-2023年中国童车市场投资概况	183
一、童车市场投资周期分析	183
二、童车市场投资价值研究	183
三、童车市场投资环境分析	183
第二节 2017-2023年中国童车市场投资机会分析	185
一、区域投资机会分析	185
二、细分产品及品牌投资机会	185
三、与产业链相关的投资机会分析	185

第三节 2017-2023年中国童车市场投资风险预警 186

一、宏观调控政策风险 186

二、市场竞争风险 186

三、进出口风险 186

四、市场运营机制风险 188

第四节 权威专家投资建议 188

部分图表目录：

图表 1：2012-2016年世界人口增长趋势 23

图表 2：2016年国内生产总值初步核算数据 26

图表 3：GDP环比增长速度 27

图表 4：2016年全国居民消费价格涨跌幅 28

图表 5：2016年12月份居民消费价格同类别同比涨跌幅 29

图表 6：2016年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 30

图表 7：2016年12月居民消费价格主要数据 31

图表 8：2016年工业生产者出厂价格涨跌幅 34

图表 9：2016年工业生产者购进价格涨跌幅 35

图表 10：2016年12月份工业生产者价格主要数据 36

图表 11：中国城乡家庭恩格尔系数（%） 38

图表 12：2016年规模以上工业增加值同比增长速度 39

图表 13：2016年12月份规模以上工业生产主要数据 40

图表 14：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 42

图表 15：2016年分地区投资相邻两月累计同比增速 43

图表 16：2016年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 44

图表 17：2012-2016年我国进出口总额（亿美元） 48

图表 18：2016年我国外贸进出口统计情况 49

图表 19：《关于海关新规的一些解读（附热门产品税率表）》——童车 59

图表 20：2012-2016年12月中国童车制造业企业数量增长分析 90

图表 21：2012-2016年12月中国童车行业从业人员增长分析 90

图表 22：2012-2016年12月中国童车行业资产规模增长分析 91

图表 23：2016年中国童车行业不同规模企业数量结构分析 91

图表 24：2016年中国童车行业不同所有制企业数量结构分析 92

- 图表 25：2016年中国童车行业不同规模企业销售收入结构分析 92
- 图表 26：2016年中国童车行业不同所有制企业销售收入结构分析 93
- 图表 27：2012-2016年12月中国童车行业产成品增长分析 93
- 图表 28：2012-2016年12月中国童车行业工业销售产值增长分析 94
- 图表 29：2012-2016年12月中国童车行业出口交货值增长分析 94
- 图表 30：2012-2016年12月中国童车行业销售成本增长分析 95
- 图表 31：2012-2016年12月中国童车行业费用增长分析 95
- 图表 32：2012-2016年12月中国童车行业资产收益率分析 96
- 图表 33：2012-2016年12月中国童车行业销售利润率分析 96
- 图表 34：好孩子童车市场价格分布 99
- 图表 35：好孩子童车市场销售渠道 100
- 图表 36：康贝童车品牌认知度 105
- 图表 37：康贝童车消费者评价 106
- 图表 38：康贝童车市场价格分布 107
- 图表 39：康贝童车市场销售渠道 107
- 图表 40：2012-2016年12月中国童车进出口景气度（景气指数）分析 132
- 图表 41：2012-2016年12月中国童车进口数量分析 136
- 图表 42：2012-2016年12月中国童车进口金额分析 136
- 图表 43：2012-2016年12月中国童车出口数量分析 137
- 图表 44：2012-2016年12月中国童车出口金额分析 137
- 图表 45：2012-2016年12月中国童车进出口平均单价分析 138
- 图表 46：2016年中国童车进口国家及地区分析 138
- 图表 47：2016年中国童车出口国家及地区分析 139
- 图表 48：2016年中国消费者对品牌童车满意度调查 140
- 图表 49：消费者对品牌童车的认知渠道 140

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287809.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。