



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国童车市场分析与投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国童车市场分析与投资咨询报告》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/30218.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

第一章 2008年世界童车市场发展概况第一节 2008年世界童车发展现状一、2008年世界童车发展特色二、2008年世界童车品牌综述三、2008年世界童车市场浅析四、2008年世界童车发展中存在的问题第二节 2008年世界童车主要国家运行一、美国二、日本三、瑞士第三节 2009-2012年世界童车发展趋势 第二章 2008年中国童车市场运行环境解析第一节 2008年中国童车市场经济环境一、2008年中国GDP增长指数二、2008年中国CPI波动情况三、2008年中国城镇居民家庭人均可支配收入

四、2008年中国恩格尔系数

五、2008年中国汇率调整第二节 2008年中国童车市场政策环境一、《儿童自行车安全要求》二、平湖市首次主导制定三项童车国家标准三、平湖电动童车标准成行业方向标第三节 2008年中国童车市场技术环境第四节 2008年中国童车市场社会环境 第三章 2008年中国童车市场发展现状综述第一节 2008年中国童车市场发展动态一、美欧新政提高童车进口门槛二、浙江平湖抢占童车行业话语权 三、《电动童车通用技术条件》国家技术标准即将实施四、平湖童车集团军国际展上压群芳 五、平湖童车企业技术攻关防范出口风险 六、创新成就最值钱童车品牌温家宝视察"好孩子" 第二节 2008年中国童车制造行业发展一、童车行业发展特色二、2008年中国童车发展规模三、中国市场品牌发展格局第三节 2008年中国童车市场运营一、童车细分供需二、各细分市场童车价格走势三、童车进出贸易情况综述第四节 2008年中国童车行业面临的挑战一、出口难度加大二、品牌格局动荡三、消费者品牌意识觉醒四、设计抄袭，原创不足

第四章 2008年中国童车行业市场营销

第一节 2008年中国童车主要营销模式

一、批发营销

二、卖场设立专柜

三、开个品类专卖店

第二节 2008年中国童车营销策略

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、服装纺织纺织、配件的产品系列化

第三节 童车业营销典型成功案例

一、好孩子

二、捷安特

第四节 2009-2012年中国童车行业市场营销发展趋势 第五章 2008年中国童车市场消费调查

第一节 2008年中国消费者对品牌童车满意度调查

第二节 2008年中国消费者对品牌童车的认知渠道

一、广告

二、朋友介绍

三、其它

第三节 2008年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查

一、商场

二、超市

三、专卖店

四、网购

第四节 2008年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

一、款式和性能

二、价格

三、品牌

四、安全性

五、购买方便 第六章 2008年中国童车市场竞争格局透析第一节 2008年中国童车市场竞争现状

一、品牌竞争二、价格竞争三、营销方式竞争第二节 2008年中国童车市场集中度第三节 2008

年中国童车市场竞争策略第四节 2009-2012年中国童车市场竞争趋势 第七章 2008年世界知名品

牌童车制造企业运行浅析第一节 康贝（Combi）一、公司概况 二、2008年在华市场销售情况

三、品牌竞争力四、国际化发展战略第二节 APRICA一、公司概况 二、2008年在华市场销售情

况三、品牌竞争力四、国际化发展战略第三节 Tonka一、公司概况 二、2008年在华市场销售情

况三、品牌竞争力四、国际化发展战略第四节 美国Zooper童车一、公司概况 二、2008年在华

市场销售情况三、品牌竞争力四、国际化发展战略第五节 西班牙JANE S.A.（童车）一、公司

概况 二、2008年在华市场销售情况三、品牌竞争力四、国际化发展战略第八章 2008年中国童

车制造行业内知名品牌企业第一节 好孩子集团有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第二节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第三节 平湖市佳佳童车厂

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第四节 昆山小小恐龙儿童用品有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第五节 小天使婴童用品(中山)有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第六节 捷安特(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平

三、企业资产及负债情况

四、企业成本费用情况第七节 略……………… 第九章 2009-2012

年中国童车市场发展趋势与前景展望第一节2009-2012年中国童车市场前景第二

节2009-2012年中国童车行业的发展趋势一、经销商格局开始重划二、品牌混战期全面来临三

、消费者更看重性价比四、行业渠道走向扁平化第三节2009-2012年中国童车的发展趋势一、

安全性的规定将越来越严格二、方便性的需求更突出三、在方便携带的同时,还要求童车牢

固四、重视原创设计和产品创新第四节2009-2012年中国童车市场预测第五节 2009-2012年中国

童车行业发展策略一、精准切分市场二、制作品牌站略规划三、提高设计能力 第十章

2009-2012年中国童车市场投资机会及风险规避指引第一节2009-2012年中国童车市场投资周期

第二节2009-2012年中国童车市场投资机会一、区域投资机会二、细分产品及品牌投资机会三

、与产业链相关的投资机会第三节2009-2012年中国童车市场投资风险预警一、政策风险二、

经营风险三、技术风险四、进入退出风险 五、原材料六、外资进入风险 第四节 HJSD 建议

第十一章 金融危机对中国童车市场投资影响及企业应对策略

第一节 2009年全球性金融危机形势

第二节 2009年金融危机对童车市场的传导机制

第三节 2009年金融危机下童车市场工业成长性

一、金融危机对行业影响程度

二、影响期限预测

第四节 童车市场企业应对措施

图表目录：（部分）图表：2008年中国GDP增长指数图表：2008年中国CPI波动情况图表
：2008年中国城镇居民家庭人均可支配收入

图表：2008年中国恩格尔系数

图表：2008年中国汇率调整

图表：2008年中国消费者对品牌童车满意度调查

图表：2008年中国消费者对品牌童车的认知渠道

图表：2008年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查

图表：2008年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

图表：好孩子集团有限公司销售收入情况

图表：好孩子集团有限公司盈利指标情况

图表：好孩子集团有限公司盈利能力情况

图表：好孩子集团有限公司资产运行指标状况

图表：好孩子集团有限公司资产负债能力指标

图表：好孩子集团有限公司成本费用构成情况

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司销售收入情况

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司盈利指标情况

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司盈利能力情况

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司资产运行指标状况

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司资产负债能力指标

图表：安徽省舒城三乐童车有限责任公司成本费用构成情况

图表：平湖市佳佳童车厂销售收入情况

图表：平湖市佳佳童车厂盈利指标情况

图表：平湖市佳佳童车厂盈利能力情况

图表：平湖市佳佳童车厂资产运行指标状况

图表：平湖市佳佳童车厂资产负债能力指标

图表：平湖市佳佳童车厂成本费用构成情况

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司销售收入情况

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司盈利指标情况

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司盈利能力情况

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司资产运行指标状况

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司资产负债能力指标

图表：昆山小小恐龙儿童用品有限公司成本费用构成情况

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司销售收入情况

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司盈利指标情况

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司盈利能力情况

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司资产运行指标状况

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司资产负债能力指标

图表：小天使婴童用品(中山)有限公司成本费用构成情况

图表：捷安特（中国）有限公司销售收入情况

图表：捷安特（中国）有限公司盈利指标情况

图表：捷安特（中国）有限公司盈利能力情况

图表：捷安特（中国）有限公司资产运行指标状况

图表：捷安特（中国）有限公司资产负债能力指标

图表：捷安特（中国）有限公司成本费用构成情况

图表：略

更多目录见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/30218.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。