

2010-2015年中国童车行业 市场运行态势及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国童车行业市场运行态势及投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201008/45649.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一部分 行业发展概述

第一章 行业概述

第一节 童车介绍

一、童车定义

二、童车的分类

三、童车的原理

四、各类童车的特点

第二节 童车工艺简介

第二章 童车行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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

第三章 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 108

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

第四章 中国童车需求与消费者偏好度调查

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

第五章 中国品牌童车市场价格趋势分析

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

第二部分 行业竞争格局

第六章 重点企业分析

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

第七章 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

第三部分 行业发展前景预测与投资

第八章 2010-2015年中国品牌童车发展预测

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

第九章 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、童车出口风险预警

三、出口风险应对策略

四、市场竞争风险分析

五、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：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

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

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：<http://www.cction.com/report/201008/45649.html>