

2022-2028年中国童车产业 发展现状与投资前景评估报告

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

《2022-2028年中国童车产业发展现状与投资前景评估报告》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/202204/281068.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

童车，涵盖婴儿手推车、学步车、扭扭车、电动车、自行车、三轮车等品类。从制造行业上分，政府将其归类于玩具业之中；但从使用功能及消费者特征来看，也属于婴童产品。童车是婴童产品中最为典型和普遍的产品，在整个婴童产品消费中占到约20%的份额。

童车，在儿童成长过程中，已经由“奢侈品”演变成必需品，涵盖婴儿手推车、学步车、脚踏车、电瓶车、自行车等品类。从制造业上可归为玩具业，从使用功能可归为婴童产品。

目前我国童车生产企业主要集中在江苏、浙江、安徽所在的华东地区、河北平乡和广宗所在的华北地区及广东中山和南海华南地区等，湖北汉川、福建也占据了一定的份额。其中华东地区市场占比为41%，华北地区占比为38%，华南地区市场占比为14%，其他地区市场占比为7%。我国童车生产企业分布 中企顾问网发布的《2022-2028年中国童车产业发展现状与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了中国童车行业市场发展环境、童车整体运行态势等，接着分析了中国童车行业市场运行的现状，然后介绍了童车市场竞争格局。随后，报告对童车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童车行业发展趋势与投资预测。您若想对童车产业有个系统的了解或者想投资中国童车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分产业环境透视

第一章 童车行业相关概述

第一节 童车行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 “十四五”豆油行业经济指标分析

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

第三节 中国童车行业政策环境分析

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十四五”发展规划

第二章 童车市场宏观环境分析

第一节 国内宏观经济环境

一、GDP历史变动轨迹

二、固定资产投资历史变动轨迹

三、进出口贸易历史变动轨迹

四、2022-2028年我国宏观经济发展预测

第二节 中国童车产业发展环境分析

一、我国宏观经济环境分析

二、中国童车行业政策环境分析

三、中国童车产业社会环境发展分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2015-2019年全球童车行业市场发展状况分析

第一节 美国童车行业现状分析

一、美国童车行业生产情况

二、美国童车消费及趋势分析

三、美国童车行业发展趋势分析

第二节 日本童车行业现状分析

一、日本童车行业生产情况

二、日本童车消费及趋势分析

三、日本童车行业发展趋势分析

第三节 欧洲童车行业市场状况

- 一、欧洲童车行业生产情况
- 二、欧洲童车消费及趋势分析
- 三、欧洲童车行业发展趋势分析
- 第四节 其他国家

第四章 中国童车行业整体运行现状分析

第一节 童车行业产业链概况

- 一、童车行业上游发展现状
- 二、童车行业上游发展趋势
- 三、童车行业下游发展现状
- 四、童车行业下游发展趋势

第二节 童车行业市场供需情况分析

- 一、市场供给情况分析
- 二、行业供给趋势分析
- 三、国内市场需求情况分析
- 四、市场需求发展情况分析

第三节 中国童车行业供需平衡指标

- 一、童车行业供给指标
- 二、童车行业需求指标
- 三、童车行业产销率

第三节 2015-2019年国内童车所属行业发展现状

童车行业发展趋势主要呈现以上四大特点，把握这每个特点，投资商的童车店铺就能跟上行业的发展潮流，就能在童车市场占据领先地位，就能创造更好的财富价值。所以，有童车创业打算的投资者，上面这些内容不可不知。

近十年来童车内销市场得到很大发展的支撑面。这主要得益于三方面的原因：一是消费目标群体的变化。80后 90后 父母登场，成为童车消费主力军。二是经济发展，人们观念改变。一般城镇童车已从奢侈品向家庭必需品转变，就连农村的童车消费也有长足发展。三是电商平台等更为便捷的销售渠道成熟壮大，发挥了很大作用。

但是，童车的出口市场有所放缓，目前全球年龄在18岁以下的儿童和青年人口共有18亿人，占全球总人口的四分之一，但绝大多数集中在发展中国家。欧美日等发达国家和地区人口老龄化、低生育率、少子化现象持续。

2019年，中国童车出口总额39.3亿美元，同比增长4.7%，增速比上年提高4.7个百分点

。2015-2019年中国童车出口总额

一、童车行业价格现状

二、童车行业产销状况分析

三、童车行业市场盈利能力分析

第五章 2015-2019年中国童车所属行业进出口市场分析

第一节 童车所属行业进出口数据统计

一、2015-2019年童车进口量统计

二、2015-2019年童车出口量统计

第二节 童车所属行业进出口区域格局分析

一、进口地区格局

二、出口地区格局

第三节 2022-2028年童车所属行业进出口预测

一、2022-2028年童车进口预测

二、2022-2028年童车出口预测

第六章 童车行业区域市场分析

第一节 华东地区分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第二节 华南地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第三节 华中地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第四节 华北地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第五节 西部地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国童车市场格局分析

第一节 中国童车行业竞争现状分析

第二节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 中国童车行业集中度分析

一、中国市场集中度分析

二、中国企业集中度分析

三、中国区域集中度分析

第四节 童车企业竞争策略分析

一、童车行业竞争格局的影响因素分析

二、2022-2028年我国童车市场竞争趋势

三、2022-2028年童车行业竞争策略分析

四、2022-2028年童车企业竞争策略分析

第八章 中国童车行业重点企业竞争力分析

第一节 好孩子(中国)商贸有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 中山宝宝好儿童用品有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 安徽省舒城三乐童车有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 星辉互动娱乐股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 康贝(上海)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 泉州市嘉利儿童用品有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 浙江佳佳童车有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 平湖市双喜童车制造有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 浙江栋马童车股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景分析

第九章 未来童车行业发展预测分析

第一节 2022-2028年童车行业市场预测

一、产品消费预测

二、行业产值预测

三、市场规模预测

第二节 2022-2028年中国童车行业供需预测

一、中国童车供给预测

二、中国童车产量预测

三、中国童车需求预测

四、中国童车供需平衡预测

第三节 2022-2028年童车行业发展前景

一、行业市场消费取向分析

二、行业未来发展方向分析

三、行业发展趋势分析

第十章 中国童车市场消费者偏好调查

第一节 童车市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

第二节 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

第五部分 投资战略分析

第十一章 2022-2028年中国童车行业投资风险分析

第一节 2022-2028年童车市场投资风险展望

- 一、宏观调控风险
- 二、市场竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第二节 2022-2028年童车市场投资机会

- 一、产品投资机会
- 二、出口投资机会
- 三、企业多元化投资机会

第十二章 2022-2028年中国童车行业发展策略及投资建议

第一节 2022-2028年中国童车行业市场重点客户战略实施（ ）

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第二节 童车行业投资风险分析

- 一、市场风险
- 二、成本风险
- 三、贸易风险

第三节 童车行业投资建议

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

第十三章 童车行业发展建议分析（）

第一节 童车行业研究结论及建议

第二节 童车细分行业研究结论及建议

第三节 童车行业竞争策略总结及建议

图表目录

图表：童车产业链分析

图表：全球童车市场规模

图表：全球童车生命周期

图表：2015-2019年我国童车行业主要经济指标

图表：2015-2019年中国童车行业需求总量

图表：2015-2019年中国童车行业需求总量预测

图表：2015-2019年中国童车行业需求集中度

图表：2015-2019年中国童车行业需求增长速度

图表：2015-2019年中国童车行业市场饱和度

图表：2015-2019年中国童车行业供给总量

图表：2015-2019年中国童车行业供给增长速度

图表：2015-2019年中国童车行业供给量预测

图表：2015-2019年中国童车行业供给集中度

图表：2015-2019年中国童车行业销售量

图表：2015-2019年童车销售收入

图表：2015-2019年童车销售收入增长趋势图

图表：2015-2019年童车不同规模企业销售额

图表：2015-2019年童车不同所有制企业销售额

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281068.html>