

2022-2028年中国童车品牌 前十名竞争力产业发展现状与发展前景报告

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年中国童车品牌前十名竞争力产业发展现状与发展前景报告》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/202204/281074.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

2019年，童车以一般贸易方式实现的出口总额28.7亿美元，占比73.0%，比上年提高2.8个百分点。2015-2019年中国童车出口贸易方式占比

中企顾问网发布的《2022-2028年中国童车品牌前十名竞争力研究产业发展现状与发展前景报告》共九章。首先介绍了中国童车品牌前十名竞争力研究行业市场发展环境、童车品牌前十名竞争力研究整体运行态势等，接着分析了中国童车品牌前十名竞争力研究行业市场运行的现状，然后介绍了童车品牌前十名竞争力研究市场竞争格局。随后，报告对童车品牌前十名竞争力研究做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童车品牌前十名竞争力研究行业发展趋势与投资预测。您若想对童车品牌前十名竞争力研究产业有个系统的了解或者想投资中国童车品牌前十名竞争力研究行业，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：

第一章 中国品牌童车发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、经济发展状况

二、收入增长情况

三、固定资产投资

四、存贷款利率变化

五、人民币汇率变化

六、贸易战对童车行业影响分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四节 技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、新技术的发展
- 三、技术发展趋势

第二章 中国童车市场规模分析

第一节 2015-2019年中国童车市场规模分析

第二节 2019年我国童车区域结构分析

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

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、西部地区市场规模分析

第四节 2022-2028年中国童车市场规模预测

第三章 中国童车需求与消费者偏好调查

第一节 2015-2019年中国童车产量统计分析

第二节 2015-2019年中国童车历年消费量统计分析

第三节 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

第四节 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、消费者对童车产品的品牌偏好调查

三、消费者对童车品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、童车品牌忠诚度调查

六、童车品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 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

第四章 中国品牌童车市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2015-2019年中国品牌童车平均价格趋向势分析

第三节 2022-2028年中国品牌童车价格趋向预测分析

第五章 中国品牌童车所属行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年中国品牌童车所属行业进出口量分析

一、2015-2019年中国品牌童车进口分析

二、2015-2019年中国品牌童车出口分析

第二节 2022-2028年中国品牌童车所属行业进出口市场预测分析

一、2022-2028年中国品牌童车进口预测

二、2022-2028年中国品牌童车出口预测

第六章 中国童车优势品牌企业分析

第一节 好孩子-小龙哈彼（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第二节 康贝（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第三节 小天使童车（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第四节 小小恐龙（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第五节 宝宝好童车（一线品牌）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第七节 三乐童车（中国驰名商标）

- 一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第九节 神马（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第七章 中国品牌童车竞争格局分析

第一节 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

第二节 童车行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2015-2019年中国品牌童车竞争格局展望

第八章 2022-2028年中国品牌童车发展预测

第一节 2022-2028年童车行业产量预测

第二节 2022-2028年童车行业总资产预测

第三节 2022-2028年童车行业工业总产值预测

第四节 2022-2028年童车行业销售收入预测

第九章 2022-2028年我国童车行业投资价值与投资策略分析（）

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 童车行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2022-2028年中国品牌童车投资风险预警

一、贸易战风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节童车行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281074.html>