

# 2024-2030年中国童车行业 分析与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国童车行业分析与投资可行性报告》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/202312/427952.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国童车行业分析与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章世界童车市场运行态势分析 1 1.1 世界童车市场运行环境分析 1 1.1.1 经济现状的影响 1 1.1.2 婴童经济现状分析 1 1.2 世界童车发展现状分析 3 1.2.1 世界童车发展特色分析 3 1.2.2 世界童车品牌市场分析 4 1.2.3 世界童车市场产销分析 5 1.2.4 世界童车市场热点问题探讨 6 1.3 世界童车主要国家运行分析 7 1.3.1 美国 7 1.3.2 日本 8 1.3.3 瑞士 10 1.4 世界童车新趋势分析 11 第二章中国童车市场运行环境解析 13 2.1 中国童车市场经济环境分析 13 2.1.1 中国GDP分析 13 2.1.2 城乡家庭人均可支配收入分析 14 2.1.3 中国CPI分析 16 2.1.4 进出口总额及增长率分析 17 2.1.5 社会消费品零售总额 20 2.2 中国童车市场政策环境分析 21 2.2.1 《儿童自行车安全要求》 21 2.2.2 平湖市首次主导制定三项童车国家标准 25 2.2.3 平湖电动童车标准成行业方向标 26 2.3 中国童车市场技术环境分析 27 2.4 中国童车市场社会环境分析 27 2.4.1 居民消费观念 27 2.4.2 中国人口规模及结构分析 29 第三章中国童车市场发展现状综述 31 3.1 中国童车市场发展动态 31 3.1.1 美欧新政提高童车进口门槛 31 3.1.2 《电动童车通用技术条件》国家技术标准即将实施 32 3.1.3 平湖童车集团军国际展上压群芳 33 3.1.4 平湖童车企业技术攻关防范出口风险 34 3.1.5 创新成就最值钱童车品牌温家宝视察“好孩子” 35 3.2 中国童车制造行业发展分析 36 3.2.1 童车行业发展特色分析 36 3.2.2 中国童车发展规模分析 37 3.2.3 中国市场品牌发展格局 38 3.3 中国童车市场运营分析 39 3.3.1 童车细分供需分析 39 3.3.2 各细分市场童车价格走势 40 3.3.3 童车进出口贸易情况综述 41 3.4 中国童车行业面临的挑战 42 3.4.1 出口难度加大 42 3.4.2 品牌格局动荡 43 3.4.3 消费者品牌意识觉醒 43 3.4.4 设计抄袭，原创不足 43 第四章中国童车制造行业运行经济指标监测与分析 44 4.1 中国童车制造行业数据统计与监测分析 44 4.1.1 中国童车制造行业企业数量分析 44 4.1.2 中国童车制造行业从业人数调查分析 44 4.1.3 中国童车制造行业总销售收入分析 44 4.1.4 中国童车制造行业利润总额分析 44 4.1.5 中国童车制造行业投资资产分析 45 4.2 中国童车制造行业最新数据统计与监测分析 46 4.2.1 企业数量与分布情况 46 4.2.2 销售收入分析 47 4.2.3 利润总额分析 48 4.2.4 从业人数分析 49 4.3 中国童车制造行业投资状况监测 49 4.3.1 行业资产区域分布 49 4.3.2 主要省市投资增速对比 49 第五章中国童车行业市场营销分析 50 5.1 中国童车主要营销方式分析 50 5.1.1 线上营销 50 5.1.2 线下营销 50 5.2 中国童车营销策略分析 51 5.2.1 产品策略 51 5.2.2 价格策略 51 5.2.3 促销策略 51 5.2.4 互联网营销策略 52 5.3 童车业营销典型成功案例分析 53 5.3.1 好孩子 53 5.3.2 捷安特 59 5.4 中国童车行业市场营销发展趋势 68

第六章中国童车进出口数据统计情况 69 6.1 中国童车出口统计 69 6.1.1 中国童车出口量统计 69 6.1.2 中国童车出口金额统计 70 6.2 中国童车进口统计 71 6.2.1 中国童车进口量统计 71 6.2.2 中国童车进口金额统计 72 6.3 中国童车进出口价格分析 72 第七章中国童车市场消费调查 73 7.1 中国童车市场消费现状调查分析 73 7.2 中国消费者对品牌童车的认知渠道 74 7.3 中国家长购买童车的主要渠道调查分析 75 7.4 中国不同消费者购买童车时考虑的因素 76 7.5 中国消费者购买童车环境因素调查 77 7.6 中国童车生产技术调查 77 第八章中国童车市场竞争格局透视 80 8.1 中国童车市场竞争现状 80 8.1.1 品牌竞争 80 8.1.2 价格竞争 80 8.1.3 营销方式竞争 81 8.2 中国童车市场集中度分析 81 8.2.1 市场集中度分析 81 8.2.2 区域集中度分析 82 8.3 中国童车科技创新提升竞争力策略分析 82 8.4 中国童车市场竞争趋势分析 83 第九章世界知名品牌童车企业运行分析 84 9.1 康贝 (Combi) 84 9.1.1 公司概况 84 9.1.2 在华市场销售情况 84 9.1.3 品牌竞争力分析 84 9.1.4 国际化发展战略分析 88 9.2 APRICA 89 9.2.1 公司概况 89 9.2.2 在华市场销售情况 89 9.2.3 品牌竞争力分析 89 9.2.4 国际化发展战略分析 90 9.3 Tonka 91 9.3.1 公司概况 91 9.3.2 在华市场销售情况 91 9.3.3 品牌竞争力分析 92 9.3.4 国际化发展战略分析 92 9.4 美国Zooper童车 92 9.4.1 公司概况 92 9.4.2 在华市场销售情况 93 9.4.3 品牌竞争力分析 93 9.4.4 国际化发展战略分析 95 9.5 西班牙JANE S.A. (童车) 95 9.5.1 公司概况 95 9.5.2 在华市场销售情况 95 9.5.3 品牌竞争力分析 96 9.5.4 国际化发展战略分析 98 第十章中国童车行业品牌企业竞争力分析 99 10.1 好孩子集团有限公司 99 10.1.1 企业基本情况 99 10.1.2 企业销售收入及盈利水平分析 104 10.1.3 企业资产及负债情况分析 107 10.1.4 企业成本费用情况 108 10.2 中山宝宝好儿童用品有限公司 108 10.2.1 企业基本情况 108 10.2.2 企业销售收入及盈利水平分析 110 10.2.3 企业资产及负债情况分析 110 10.2.4 企业成本费用情况 111 10.3 浙江佳佳童车有限公司 111 10.3.1 企业基本情况 111 10.3.2 企业销售收入及盈利水平分析 120 10.3.3 企业资产及负债情况分析 121 10.3.4 企业成本费用情况 122 10.4 江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司 123 10.4.1 企业基本情况 123 10.4.2 企业销售收入及盈利水平分析 128 10.4.3 企业资产及负债情况分析 128 10.4.4 企业成本费用情况 129 10.5 小天使婴童用品(中山)有限公司 129 10.5.1 企业基本情况 129 10.5.2 企业销售收入及盈利水平分析 130 10.5.3 企业资产及负债情况分析 131 10.5.4 企业成本费用情况 131 10.6 捷安特(中国)有限公司 132 10.6.1 企业基本情况 132 10.6.2 企业销售收入及盈利水平分析 132 10.6.3 企业资产及负债情况分析 133 10.6.4 企业成本费用情况 134 10.7 浙江栋马童车股份有限公司 134 10.7.1 企业基本情况 134 10.7.2 企业销售收入及盈利水平分析 141 10.7.3 企业资产及负债情况分析 141 10.7.4 企业成本费用情况 142 10.8 星辉互动娱乐股份有限公司 142 10.8.1 企业基本情况 142 10.8.2 企业销售收入及盈利水平分析 149 10.8.3 企业资产及负债情况分析 150 10.8.4 企业成本费用情况 151 第十一章中国童车市场发展趋势与前景展望 152 11.1 中国童车市场发展前景分析 152 11.2 中国童车市场营销趋势解析 152 11.2.1 经销商格

局开始重划 152 11.2.2 品牌混战期全面来临 153 11.2.3 消费者更看重性价比 153 11.2.4 行业渠道走向扁平化 154 11.3 中国童车新产品趋势探析 154 11.3.1 安全性的规定将越来越严格 154 11.3.2 方便性的需求更突出 154 11.3.3 在方便携带的同时，还要求童车牢固 155 11.3.4 重视原创设计和产品创新 155 11.4 中国童车市场预测分析 156 11.5 中国童车行业发展策略分析 157 11.5.1 精准切分市场 157 11.5.2 制作品牌站略规划 157 11.5.3 提高设计能力 158 第十二章中国童车市场投资前景预测 159 12.1 中国童车市场投资概况 159 12.1.1 童车市场投资周期分析 159 12.1.2 童车市场投资价值研究 160 12.1.3 童车市场投资环境分析 160 12.2 中国童车市场投资机会分析 162 12.2.1 区域投资机会分析 162 12.2.2 细分产品及品牌投资机会 163 12.2.3 与产业链相关的投资机会分析 163 12.3 中国童车市场投资风险预警 163 12.3.1 海外业务风险 163 12.3.2 研发风险 164 12.3.3 贸易壁垒带来的市场拓展风险 164 12.3.4 汇率风险 165 12.3.5 原材料及劳动力风险 165 12.3.6 政策风险 165 12.4 投资建议 166 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

图表目录 图表：国内生产总值及其增长速度 13 图表：三次产业增加值占国内生产总值比重 14 图表：全国居民人均可支配收入及其增长速度 14 图表：居民人均可支配收入平均数与中位数 15 图表：居民消费价格月度涨跌幅度 17 图表：居民消费价格比2015年涨跌幅度 17 图表：货物进出口总额 18 图表：货物进出口总额及其增长速度 18 图表：主要商品出口数量、金额及其增长速度 19 图表：主要商品进口数量、金额及其增长速度 19 图表：对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 20 图表：全社会消费品零售总额 21 图表：全国居民人均消费支出及其构成 27 图表：一季度居民人均消费支出及构成 28 图表：中国人口总量及增速 29 图表：年末人口数及其构成 30 图表：《电动童车通用技术条件》国家技术标准 33 图表：中国童车行业十大品牌 39 图表：中国童车制造行业资产规模分析 45 图表：中国童车行业企业数量分析 46 图表：中国童车制造行业企业区域分布情况 47 图表：中国童车行业销售收入分析 47 图表：中国童车行业利润总额分析 48 图表：中国童车行业从业人数分析 49 图表：中国童车出口量统计 69 图表：中国童车出口金额统计 70 图表：中国童车进口量统计 71 图表：中国童车进口金额统计 72 图表：童车品牌消费者认知度调查 73

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/427952.html>