

中国童车产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国童车产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/234410234410.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

童车，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。根据童车行业的相关数据统计，2007年至2009年，全球童车市场消费额分别为996亿元(人民币，下同)、1026亿元及1068亿元，而中国童车市场在这3年的消费额则分别达到158亿元、174亿元和191亿元。童车市场潜力巨大，正释放出惊人的消费能力。而且据专家预测，随着中国2015年婴儿潮的到来，未来几年童车市场份额还将不断增加。

中国报告网发布的《中国童车产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一章童车行业相关概述

第一节童车概述

一、童车定义

二、童车行业发展历程

三、童车的特点

第二节童车分类情况

一、儿童自行车

二、儿童三轮车

三、儿童推车

四、婴儿学步车

第三节童车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、童车产业链模型分析

第二章2013-2015年世界童车市场运行态势分析

第一节2013-2015年世界童车市场运行环境分析

一、全球经济现状的影响

二、全球婴童经济现状分析

第二节2015年世界童车发展现状分析

- 一、世界童车发展特色分析
- 二、世界童车品牌市场分析
- 三、世界童车市场产销分析
- 四、世界童车市场热点问题探讨

第三节2013-2015年世界童车主要国家运行分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、瑞士

第三章2013-2015年中国童车市场运行环境解析

第一节2013-2015年中国童车市场经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节2013-2015年中国童车市场政策环境分析

- 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2015年中国童车市场技术环境分析

第四节2015年中国童车市场社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、中国人口规模及结构分析

第四章2013-2015年中国童车市场发展现状分析

第一节2013-2015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、《电动童车通用技术条件》国家技术标准即将实施
- 三、平湖童车集团军国际展上压群芳
- 四、平湖童车企业技术攻关防范出口风险
- 五、创新成就最值钱童车品牌温家宝视察“好孩子”

第二节2013-2015年中国童车制造行业发展分析

- 一、童车行业发展特色分析
- 二、中国童车发展规模分析

三、中国市场品牌发展格局

第三节2013-2015年中国童车市场运营分析

- 一、童车细分供需分析
- 二、各细分市场童车价格走势
- 三、童车进出口贸易情况综述

第五章2013-2015年中国童车市场规模分析

第一节2013-2015年中国童车市场规模分析

- 一、2013-2015年中国婴童市场规模分析
- 二、2013-2015年中国婴童市场特点分析
- 三、2013-2015年中国单车市场增长率分析

第二节2013-2015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

第六章2013-2015年中国童车行业市场营销分析

第一节2013-2015年中国童车主要营销模式分析

- 一、批发营销
- 二、卖场设立专柜
- 三、开个品类专卖店

第二节2013-2015年中国童车营销策略分析

- 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分析

- 一、好孩子

二、捷安特

第四节2016-2020年中国童车行业市场营销发展趋势

第七章2013-2015年中国童车行业生产分析

第一节2013-2015年中国童车生产总量分析

一、2013-2015年童车行业生产总量及增速

二、2013-2015年童车行业产能及增速

三、国内外经济形势对童车行业生产的影响

四、2016-2020年童车行业生产总量及增速预测

第二节2013-2015年中国童车子行业生产分析

第三节2013-2015年中国童车细分区域生产分析

第四节2013-2015年中国童车行业供需平衡分析

一、童车行业供需平衡现状

二、国内外经济形势对童车行业供需平衡的影响

三、童车行业供需平衡趋势预测

第八章2013-2015年中国童车市场消费调查分析

第一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

第二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

第三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

第四节2015年中国不同收入、地区家长购买童车的主要场所调查分析

一、商场

二、超市

三、专卖店

四、网购

第五节2013-2015年中国不同消费者购买童车时考虑的因素

第九章2013-2015年中国童车市场竞争格局透析

第一节2013-2015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2013-2015年中国童车市场集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节2013-2015年中国童车市场强化科技创新提升竞争力策略分析

第四节2016-2020年中国童车市场竞争趋势分析

第十章中国童车行业部分企业现状分析

第一节好孩子集团有限公司

第二节安徽省舒城三乐童车有限责任公司

第三节中国飞神集团有限公司

第四节广东群兴玩具股份有限公司

第五节平湖维克斯电动玩具有限公司

第十一章2016-2020年中国童车市场发展趋势与前景展望

第一节2016-2020年中国童车市场发展前景分析

第二节2016-2020年中国童车市场营销趋势解析

- 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2016-2020年中国童车新产品趋势探析

- 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

第十二章2016-2020年中国童车市场投资前景预测

第一节2016-2020年中国童车市场投资概况

- 一、童车市场投资周期分析
- 二、童车市场投资价值研究
- 三、童车市场投资环境分析

第二节2016-2020年中国童车市场投资机会分析

一、区域投资机会分析

二、细分产品及品牌投资机会

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节2016-2020年中国童车市场投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、进出口风险

四、市场运营机制风险

第四节专家投资建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/234410234410.html>