

# 2017-2022年中国童车行业发展态势及投资策略研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国童车行业发展态势及投资策略研究报告》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/288560288560.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

### 1童车行业概况

童车，从制造行业上分，我国政府将其归类于玩具行业中。我国童车与玩具的发展轨迹如出一辙:改革开放之初从承接台资、港资企业转移，做OEM开始起步，近十年随着国内市场迅速发展，童车产业进入了一个大发展时期，这种趋势在2008年之后尤为明显。据最新全国人口普查统计数据显示，中国0-3岁的婴幼儿有7,000多万，占总人口数量的1/5，中国每年将迎来1,600万至2,000万的新生婴儿。从2008年到现在，全球每年童车销售额都超过1,000亿元人民币，国内市场近两年每年的销售额超过200亿元。经过30多年的发展，从起步之初以台资、港资企业为主到现在的本土企业挑大梁，内地童车企业已经完成了对童车制造的完美承接。

资料来源：公开资料。中国报告网整理

资料来源：公开资料。中国报告网整理

目前全国有多个产业集群，产品各有特色。

**珠三角板块：**以中山、东莞、佛山、汕头、珠海为主要集中地。该区域童车特点是起步早、起点高，以外资企业带动民营企业为发展特色，产品质量好、款式新，企业配套、管理完善，但产品成本偏高，价钱偏贵。

**长三角板块：**以浙江嘉兴（平湖）、宁波、台州、江苏昆山为代表，当地以民营企业为主，企业舍得花大人力、财力进行产品研发，发展后劲十足，并且获得政府的大力支持。

**山东安徽板块：**以山东滕州、安徽舒城的发展最为蓬勃快速。当地企业经营以向银行借贷发展为主，经营压力较大，起步迟、人才较为匮乏。但具有物流优势，冲劲足的特点，发展前景乐观。

**中原板块：**以河北平乡、河南新乡、湖北汉川为代表，该板块特点是起步较迟，人工、物料相对便宜，产品档次较低，产品价格具有市场竞争优势。

### 2促进童车行业发展的建议

解决如今国内童车产业所面临的问题，需要政府、企业、消费者共同正视和参与。

## 2.1对企业的几点建议

### 2.1.1产品质量安全放首位

企业作为产品质量安全第一责任人，必须提供安全合格的产品。名牌产品一般来说都是以上乘的质量作保证的。要使自己的品牌长久不衰，必须靠过硬的产品质量。如今消费者的信任模式已经发生转变，69%的消费者相信已拥有产品的人的信息反馈，只有28%的人相信厂家的推荐信息。有实力的企业应该建立产品检验检测机构，组织人员培训，发现问题产品，保证产品质量，只有保持并不断提高品牌质量，才能赢得消费者对品牌的良好口碑，进而培养消费者对品牌的忠诚度。

### 2.1.2走差异化发展之路

消费者的需求随着时代的变化而不断改变，年轻父母对童车的要求更加讲究安全、方便、舒适、时尚，追求个性化，童车企业也必须适应这种改变，在保证质量的前提下，依据市场需求动态适时进行调整，突出品牌特色，做出自己的风格，以保持品牌旺盛的生命力，以创新战取代价格战，才是童车产业健康发展的保证。

### 2.1.3完善产品跟踪监控

企业应对自己的产品实行跟踪监控，并通过公布产品安全性问题投诉电话、E-mail、投诉表格等方式，鼓励消费者参与监督市场上出售的童车。通过政府、消费者等多方面的监督机制，发现产品存在的问题。

## 2.2对政府的几点建议

3.2.1完善童车产品质量安全标准体系建设随着欧美等一些发达国家童车质量安全标准的不断强化和提高，童车产品的技术标准门槛也逐步提高，政府应该及时更新童车产品质量安全标准，大力贯彻童车产品强制性标准，对未达标的产品及时发现，及时召回，减少对消费者的利益侵害，加大对生产未达标童车产品的企业的惩罚力度，引导和督促企业执行相关标准进行童车产品生产。

### 2.2.2完善童车产品安全检验检测体系，加强童车产品质量安全监督管理

童车产品质量安全直接关系到公众健康和社会和谐稳定，完善童车产品检验检测手段、

提升检验检测能力与技术水平，通过童车产品质量检验检测平台引导、指导童车产品的生产、经营和管理，是确保童车产品质量安全的重要保障。

### 2.2.3完善童车缺陷产品追溯系统，确保召回的有效性

完善童车缺陷产品追溯系统，对促进我国童车产业结构调整、规范企业质量管理、提高技术水平、突破贸易壁垒、消除安全隐患、保障消费者安全起到积极作用。

### 2.2.4加强消费者自我保护意识，大力宣传投诉渠道

消费者对选购童车产品以及反馈缺陷童车产品的认知度是促进企业质量安全生产、完善产品安全检验检测、加强产品质量安全监督管理重要的一环。

## 2.3对消费者的几点建议

### 2.3.1购买童车产品时多看、多问、多比

消费者在购买童车产品时不但要看产品外观是否合心意，更要看童车车体上的零部件是否安全、结构是否可靠、刹车是否有效、折叠及锁定装置是否有效牢靠、部件的安全距离、危险部件有无防护、行进速度和稳定性能。由于儿童身体的个体差异以及童车使用的适龄范围不同，消费者在购买前应当仔细询问导购童车的相关信息。对没有CCC认证（强制性产品认证制度）标志的产品坚决拒绝购买。关注国家质检总局发布的产品召回信息及消费预警信息，及时远离存在安全隐患的童车产品。

### 2.3.2重视童车的日常维护及保养

充分学习所购童车的维护保养说明，并遵照执行。养成每次使用前进行检查的习惯。童车损坏如不能修复应远离儿童。切忌使用童车进行其功能范围之外的操作，如在手把部位悬挂重物，用童车搬运行李，多人乘坐童车等，会造成车辆整体结构损坏或影响稳定性。

### 2.3.3出现问题及时反馈

在童车使用过程中发生伤害事件，消费者可向质量技术监督部门12365投诉举报平台投诉，也可直接向国家质检总局缺陷产品管理中心报告产品缺陷信息。

中国报告网发布的《2017-2022年中国童车行业发展态势及投资策略研究报告》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、市场前景、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。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。

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。

## 目录

### 第一章世界童车市场运行态势分析

#### 第一节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

#### 第三节世界童车主要国家运行分析

##### 一、美国

##### 二、日本

##### 三、瑞士

#### 第四节世界童车新趋势分析

### 第二章中国童车市场运行环境解析

#### 第一节中国宏观经济环境分析

##### 一、国民经济运行情况gdp(季度更新)

##### 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）

##### 三、全国居民收入情况（季度更新）

##### 四、恩格尔系数（年度更新）

- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

## 第二节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
- 四、我国童车行业国家标准分析
- 五、我国童车3c认证制度分析
- 六、童车进出口贸易政策分析
- 七、相关产业政策分析

## 第三节中国童车市场技术环境分析

## 第四节中国童车市场社会环境分析

- 一、居民消费观念和习惯
- 二、中国人口规模及结构分析
- 三、人们受教育程度及教育观念
- 四、80后集体迎来结婚潮

## 第三章中国童车市场发展现状综述

### 第一节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

### 第三节中国童车区域结构分析

- 一、中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

### 第四节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

### 第五节中国童车行业面临的挑战

- 一、出口难度加大
- 二、品牌格局动荡
- 三、消费者品牌意识觉醒
- 四、设计抄袭，原创不足

## 第四章5月中国童车制造行业数据监测分析

### 第一节5月中国童车制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节中国童车制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
  - 1、不同类型分析
- 二、销售收入结构分析
  - 1、不同类型分析

### 第三节5月中国童车制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口交货值分析

### 第四节5月中国童车制造行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、费用统计

### 第五节5月中国童车制造行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析
- 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章中国童车品牌市场销售情况统计分析

### 第一节好孩子-小龙哈彼

- 一、好孩子童车系列童车特点及



## 二、好孩子童车系列童车设计与改进

### 三、产品价格定位

### 四、营销网络构建

### 五、市场销售状况及市场份额

### 六、品牌营销策略分析

#### 第二节康贝（中国驰名商标）

#### 第三节小天使童车(中国驰名商标)

#### 第四节小小恐龙（中国驰名商标）

#### 第五节宝宝好童车（一线品牌）

#### 第六节贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）

#### 第七节三乐童车（中国驰名商标）

#### 第八节捷安特儿童车（中国驰名商标）

#### 第九节神马（中国驰名商标）

#### 第十节新中华-笑咪咪（中国驰名商标）

## 第六章中国童车行业市场营销分析

### 第一节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

### 第四节中国童车行业市场营销发展趋势

## 第七章中国童车进出口贸易形态

### 第一节中国童车进出口

#### 一、中国童车进出口市场特点

#### 二、中国童车进出口景气度分析

#### 三、外贸出口童车产品面临壁垒

## 第二节5月童车产地出口分析

- 一、昆山童车出口情况分析
- 二、太仓童车出口情况分析
- 三、宁波童车出口情况分析
- 四、常州童车出口情况分析
- 五、嘉兴童车出口情况分析

## 第八章5月中国童车进出口数据监测分析

### 第一节5月中国童车进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

### 第二节5月中国童车出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

### 第三节5月中国童车进出口平均单价分析

### 第四节中国童车进出口国家及地区分析

- 一、进口国家及地区分析
- 二、出口国家及地区分析

## 第九章中国童车市场消费调查

### 第一节中国消费者对品牌童车满意度调查分析

### 第二节中国消费者对品牌童车的认知渠道

### 第三节中国不同收入、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

### 第四节中国不同消费者购买童车时考虑的因素

## 第十章中国童车市场竞争格局透析

### 第一节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

### 第三节中国童车市场强化科技创新提升竞争力策略分析

### 第四节5月中国童车市场竞争趋势分析

## 第十一章世界知名品牌童车制造企业运行浅析

### 第一节康贝（combi）

#### （1）企业概况

#### （2）主营业务情况分析

#### （3）公司运营情况分析

#### （4）公司优劣势分析

### 第二节aprica

#### （1）企业概况

#### （2）主营业务情况分析

#### （3）公司运营情况分析

#### （4）公司优劣势分析

### 第三节tonka

#### （1）企业概况

#### （2）主营业务情况分析

#### （3）公司运营情况分析

#### （4）公司优劣势分析

### 第四节美国zooper童车

#### （1）企业概况

#### （2）主营业务情况分析

#### （3）公司运营情况分析

#### （4）公司优劣势分析

### 第五节西班牙janes.a.（童车）

#### （1）企业概况

#### （2）主营业务情况分析

#### （3）公司运营情况分析

#### （4）公司优劣势分析

## 第十二章中国童车制造行业内知名品牌企业竞争力及关键性数据分析

### 第一节好孩子集团有限公司

#### （1）企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第二节安徽省舒城三乐童车有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第三节平湖市佳佳童车厂

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第四节昆山小小恐龙儿童用品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第五节小天使婴童用品(中山)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第六节捷安特(中国)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

## 第十三章中国童车市场发展趋势与前景展望

### 第一节中国童车市场发展前景分析

### 第二节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

##### 第四节中国童车市场预测分析

##### 第五节中国童车行业发展策略分析

- 一、精准切分市场
- 二、制作品牌战略规划
- 三、提高设计能力

#### 第十四章中国童车市场投资前景预测

##### 第一节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、进出入风险
- 四、市场运营机制风险

##### 第四节权威专家投资建议

##### 图表目录

图表1：世界人口增长趋势

图表2：国内生产总值初步核算数据

图表3：gdp环比增长速度

图表4：全国居民消费价格涨跌幅

图表5：5月份居民消费价格同类别同比涨跌幅

图表6：5月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表7：5月居民消费价格主要数据

图表8：工业生产者出厂价格涨跌幅

图表9：工业生产者购进价格涨跌幅

图表10：5月份工业生产者价格主要数据

图表11：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%）

图表12：规模以上工业增加值同比增长速度

图表13：5月份规模以上工业生产主要数据

图表14：固定资产投资（不含农户）同比增速

图表15：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表16：1-5月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表17：我国进出口总额（亿美元）

图表18：我国外贸进出口统计情况

图表19：《关于海关新规的一些解读（附热门产品税率表）》——童车

图表20：5月中国童车制造业企业数量增长分析

图表21：5月中国童车行业从业人员增长分析

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/288560288560.html>