

2016-2022年中国儿童用品市场发展态势与投资策略 略研究报告

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《2016-2022年中国儿童用品市场发展态势与投资策略研究报告》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/fangzhi/235508235508.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国儿童用品市场发展态势与投资策略研究报告》首先介绍了儿童用品行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章2014-2015年世界儿童用品行业发展分析20

第一节2014-2015年世界儿童用品行业相关政策分析20

一、美国发布《儿童产品定义解释条例提案》20

二、加拿大儿童消费品含铅标准将更严格21

三、欧盟和美国儿童玩具铅含量标准的规定22

四、日本玩具安全标准最新更新24

第二节2014-2015年世界儿童耐用品市场发展概况25

一、2014-2015年世界儿童耐用品零售规模分析25

二、2015年世界儿童耐用品人均消费状况25

第三节2014-2015年北美儿童耐用品市场发展概况26

一、2014-2015年北美儿童耐用品市场现状分析26

二、2014-2015年北美婴儿推车市场现状分析27

三、2014-2015年北美儿童汽车座市场现状分析29

四、2014-2015年北美婴儿床市场现状分析30

第四节2014-2015年欧洲儿童耐用品市场概况31

一、2014-2015年欧洲儿童耐用品市场现状分析31

二、2014-2015年欧洲婴儿推车市场现状分析32

三、2014-2015年欧洲儿童汽车座市场现状分析33

四、2014-2015年欧洲婴儿床市场现状分析34

第五节2014-2015年新兴市场儿童耐用品市场概况35

一、2014-2015年新兴市场儿童耐用品零售规模分析35

二、2015年新兴市场儿童耐用品市场结构分析36

三、2015年新兴市场儿童耐用品区域分布状况36

第二章2014-2015年中国儿童用品行业发展环境分析38

第一节2014-2015年中国宏观经济环境分析38

一、2014-2015年中国GDP增长分析38

二、2014-2015年中国消费价格指数38

三、2014-2015年城乡居民收入分析39

四、2014-2015年中国社会消费品零售总额	40
五、2014-2015年全社会固定资产投资分析	41
第二节2014-2015年中国儿童用品行业政策环境分析	41
一、国际儿童用品行业相关标准	41
二、世界最新玩具政策及对中国的影响	42
三、《产品质量法》中对儿童用品的规定	44
四、婴儿化妆品标准亟待规范	45
五、中国玩具相关法律法规	46
第三节2014-2015年中国儿童用品行业社会环境分析	47
一、儿童人口增多带来消费潜力	47
二、收入增加促进儿童用品发展	49
三、独生子女政策带动儿童用品消费增长	50
第三章2014-2015年中国儿童消费品市场发展分析	52
第一节儿童消费品的相关概述	52
一、儿童消费品的概念和分类	52
二、儿童消费品的特点	52
第二节2014-2015年中国消费品市场发展概况	54
一、2014-2015年中国儿童消费品市场规模分析	54
二、2014-2015年中国城市家庭儿童消费品户均支出状况	55
三、2014-2015年中国儿童消费品细分层次市场构成状况	56
四、2014-2015年中国儿童消费品细分产品市场结构分析	57
第三节2014-2015年中国儿童消费品市场竞争分析	58
一、中国儿童消费品市场销售渠道分析	58
二、中国中高端儿童消费品市场竞争格局	59
三、中国儿童消费品市场紧跟“成人化”潮流	59
第四节2015年中国儿童消费品消费市场调查	60
一、中国儿童消费品总体调查结果分析	60
二、儿童日化用品质量稳中有升	61
三、童装童鞋和玩具质量安全堪忧	62
第五节2014-2015年中国儿童消费品市场营销策略分析	63
一、产品策略	63
二、价格策略	64
三、促销策略	64
四、品牌策略	68
第四章2014-2015年中国儿童耐用品市场发展分析	70

第一节2014-2015年中国儿童耐用品市场发展概况70

- 一、2014-2015年中国儿童耐用品零售规模分析70
- 二、2015年中国儿童耐用品市场结构分析70
- 三、2015年中国儿童耐用品零售渠道分析71
- 四、2015年中国儿童耐用品品牌知名度分析72

第二节2014-2015年中国婴儿床市场分析73

- 一、2014-2015年中国婴儿床零售规模分析73
- 二、2015年中国婴儿床市场品牌份额分析73
- 三、2015年中国婴儿床品牌知名度分析74

第三节2014-2015年中国儿童汽车安全座市场发展概况75

- 一、2014-2015年中国儿童汽车安全座零售规模分析75
- 二、2015年中国儿童汽车安全座市场品牌份额分析75
- 三、2015年中国儿童汽车安全座品牌知名度分析76

第五章2014-2015年童装市场发展分析77

第一节2014-2015年中国童装行业发展概况77

- 一、中国童装行业发展的现状77
- 二、童装发展成为服装业新的增长点78
- 三、自主童装品牌占据国内市场主流78
- 四、中国童装产品结构已日趋完善79
- 五、中国童装产业的运行特点分析80
- 六、中国童装产业各区域发展分析81
- 七、中国童装市场十大品牌分析81
- 八、四大经典童装市场案例分析82

第二节2014-2015年中国童装产量分析84

- 一、2014-2015年中国童装产量总体情况84
- 二、2014-2015年中国童装区域产量分析86
- 三、2014-2015年中国主要省市童装产量88

第三节2014-2015年中国童装销售情况分析108

- 一、2013年中国童装市场销售情况分析108
- 二、2014年中国童装市场销售情况分析108
- 三、2015年中国童装市场销售情况分析109

第四节2014-2015年中国童装市场现状分析111

- 一、2014-2015年中国童装市场规模分析111
- 二、2015年中国童装细分层次市场构成状况111
- 三、2015年二三线市场成童装消费主流113

四、2015年李宁公司掘金童装市场113

五、2015年力果童装推出仓储式卖场114

六、2015年童装网购成为行业热点115

第五节2014-2015年中国童装市场需求分析116

一、中国各类童装市场需求概况116

二、女童装市场需求比男童市场大118

三、中国童装市场需求趋向分析119

四、中国童装市场消费需求趋势123

第六节2014-2015年中国童装市场消费分析123

一、中国童装消费主要特征123

二、中国童装市场消费层次125

三、中国童装消费观念的变化126

四、中国童装消费呈现六大趋势128

五、童装个性化消费来临及应对策略129

第七节2014-2015年童装市场价格分析131

一、影响儿童服装价格的因素131

二、中国童装价格居高原因分析133

三、消费者对童装价格敏感度提高134

第八节2014-2015年童装市场竞争分析134

一、中国童装市场竞争总体概况134

二、中国童装品牌竞争时代到来135

三、运动品牌集体掘金童装市场136

四、中高端童装市场竞争日趋激烈136

五、中国童装市场竞争策略分析138

第九节2014-2015年中国童装市场面临的问题和对策138

一、童装市场发展面临的主要难题138

二、中国童装市场发展需突破的瓶颈140

三、制约中国童装市场发展的因素140

四、中国童装市场不景气的内外因142

五、童装成功开创蓝海大市场的策略143

六、中国童装企业的低成本传播战略146

七、童装企业从批发向品牌转型建议148

第六章2014-2015年中国婴儿护理品市场发展分析153

第一节2014-2015年中国婴儿护理品市场概况153

一、2014-2015年中国婴儿护理品零售规模分析153

二、2015年中国婴儿护理品市场结构	154
三、中国高档婴儿护理品市场增长迅速	155
第二节2014-2015年中国婴儿护理品市场竞争分析	156
一、2015年中国婴儿护理品生产厂家市场份额	156
二、2015年中国婴儿护理品品牌市场份额	157
第三节2014-2015年婴儿护肤用品市场分析	159
一、2014-2015年婴儿护肤用品市场规模	159
二、2015年婴儿护肤用品品牌竞争状况	159
第四节2014-2015年婴儿防晒用品市场分析	160
一、2014-2015年婴儿防晒用品市场规模	160
二、2015年婴儿防晒用品品牌竞争状况	160
第五节2014-2015年婴儿洗浴和护发用品市场分析	161
一、2014-2015年婴儿洗浴用品市场规模	161
二、2014-2015年婴儿护发用品市场规模	162
第六节2014-2015年中国婴儿护理品行业市场营销分析	162
一、婴儿护理品直营模式	162
二、婴儿护理品代理经销商模式	163
三、婴儿护理品大型综合连锁卖场模式	165
四、婴儿护理品连锁专卖店模式	165
五、婴儿护理品网络营销渠道	166
第七章2015年中国童车行业发展分析	168
第一节2015年中国童车行业发展概况	168
一、童车行业主要细分产品	168
二、中国童车行业急需品牌创建	168
三、童车安全性能成竞争重点	169
四、童车行业呼唤创新设计	169
五、中国童车行业发展走势分析	170
第二节2014-2015年中国婴儿推车市场分析	171
一、2014-2015年中国婴儿推车零售规模分析	171
二、2015年中国婴儿推车品牌占有率分析	172
三、2015年中国婴儿推车品牌知名度分析	174
第三节中国童车行业遭遇的问题和困境	175
一、出口难度加大	175
二、品牌格局动荡	175
三、消费者品牌意识觉醒	176

四、设计抄袭原创不足176

第四节童车行业发展对策及建议176

一、童装行业发展提升的建议176

二、童车行业破局之策178

第八章2014-2015年其他儿童用品市场分析181

第一节婴儿纸尿裤181

一、2015年中国婴儿纸尿裤产销分析181

二、2015年婴儿纸尿裤零售规模分析182

三、2015年中国婴儿纸尿裤出口分析183

四、婴儿纸尿裤的消费习惯和产品创新185

第二节儿童玩具186

一、中国玩具行业发展概况186

二、中国儿童玩具行业现状分析188

三、中国儿童玩具市场需求分析189

四、中国儿童玩具市场发展趋势189

第三节儿童牙膏191

一、中国儿童牙齿保健的三个阶段191

二、中国儿童牙膏市场产品同质化严重192

三、2015年中国儿童牙膏市场规模194

第四节儿童牙刷194

一、中国儿童牙刷市场发展现状194

二、2015年中国儿童牙刷的市场规模195

三、2015年中国儿童牙刷市场份额195

第五节儿童家具196

一、中国儿童家具行业发展现状196

二、中国儿童家具市场竞争分析197

三、中国儿童家具市场存在的问题198

四、中国儿童家具行业发展对策199

五、中国家具行业发展趋势200

第九章2014-2015年儿童用品代表品牌和产品消费调研202

第一节贝亲婴儿沐浴露消费调研202

一、消费者购买渠道分析202

二、购买频率分析202

三、购买人群收入水平分析203

四、购买人群消费比重分析203

五、产品各方面性能分析204

六、产品优势分析208

第二节郁美净高档儿童霜消费调研208

一、消费者购买渠道分析209

二、消费者购买频率分析209

三、购买人群收入水平分析210

四、购买人群消费比重分析210

五、产品各方面性能分析211

六、产品优势分析215

第三节雀氏婴儿纸尿裤消费调研216

一、消费者购买渠道分析216

二、消费者购买频率分析217

三、购买人群收入水平分析217

四、购买人群消费比重分析218

五、产品各方面性能分析218

六、产品优势分析222

第四节帮宝适红色装纸尿裤消费调研223

一、消费者购买渠道分析223

二、消费者购买频率分析224

三、购买人群收入水平分析224

四、购买人群消费比重分析225

五、产品各方面性能分析225

六、产品优势分析229

第五节好孩子婴儿推车消费调研230

一、消费者购买渠道分析230

二、消费者购买频率分析231

三、消费者购买人群收入水平分析231

四、购买人群消费比重分析232

五、产品各方面性能分析232

六、产品优势分析236

第六节小天使婴儿床消费调研237

一、消费者购买渠道分析237

二、消费者购买频率分析238

三、购买人群收入水平分析238

四、购买人群消费比重分析239

五、产品各方面性能分析239

六、产品优势分析243

第七节米菲童鞋消费者调研244

一、消费者购买渠道分析244

二、消费者购买频率分析245

三、购买人群收入水平分析245

四、购买人群消费比重分析246

五、产品各方面性能分析246

六、产品优势分析250

第八节贝美依童装消费者调研250

一、消费者购买渠道分析251

二、消费者购买频率分析251

三、购买人群收入水平分析252

四、购买人群消费比重分析252

五、产品各方面性能分析253

六、产品优势分析257

第十章2014-2015年中国儿童用品行业重点企业分析258

第一节好孩子国际控股有限公司258

一、公司简介258

二、2014年公司经营状况258

三、2015年公司经营状况261

四、好孩子国际香港上市262

五、好孩子童装的营销方式262

第二节博士蛙国际控股有限公司263

一、公司简介263

二、2014年公司经营状况265

三、2015年公司经营状况267

四、博士蛙的成功转型268

第三节广东高乐玩具股份有限公司271

一、公司简介271

二、2014年公司经营状况271

三、2015年公司经营状况273

四、2014-2015年公司运营指标状况275

第四节广东骅威玩具工艺股份有限公司277

一、公司简介277

二、2014年公司经营状况278

三、2015年公司经营状况280

第五节北京派克兰帝有限责任公司281

一、公司简介281

二、企业偿债能力分析282

三、企业盈利能力分析282

四、企业成本费用分析283

五、派克兰帝公司的成功之道284

六、派克兰帝打造中国童装的神话285

第六节红黄蓝集团有限公司287

一、公司简介287

二、企业偿债能力分析288

三、企业盈利能力分析288

四、企业成本费用分析289

五、红黄蓝童装提倡绿色环保290

六、红黄蓝打造童装品牌的对策291

第七节杭州娃哈哈童装有限公司293

一、公司简介293

二、企业偿债能力分析294

三、企业盈利能力分析295

四、企业成本费用分析295

五、娃哈哈童装启动新标识296

六、娃哈哈童装品牌延伸面临的困难296

七、娃哈哈童装品牌延伸的优化对策298

八、2015年娃哈哈童装产业拓展情况300

第八节东莞市兔仔唛服饰有限公司301

一、公司简介301

二、企业偿债能力分析302

三、企业盈利能力分析303

四、企业成本费用分析303

五、兔仔唛童装成功的九个秘诀303

六、兔仔唛打造“儿童时装”305

第九节石狮市小玩皮服装织造有限公司306

一、公司简介306

二、企业偿债能力分析307

三、企业盈利能力分析307

四、企业成本费用分析308

第十节上海巴布豆儿童用品有限公司309

一、公司简介309

二、企业偿债能力分析309

三、企业盈利能力分析310

四、企业成本费用分析310

第十一章2016-2022年中国儿童用品行业发展前景与趋势预测312

第一节2016-2022年世界儿童用品行业发展前景与趋势预测312

一、2016-2022年世界儿童用品市场前景分析312

二、2011-2015年世界儿童耐用品零售额预测312

三、2016-2022年美国儿童耐用品零售额预测312

四、2016-2022年欧洲儿童耐用品市场分析313

第二节2016-2022年中国儿童用品发展前景与趋势分析313

一、中国儿童用品发展前景看好313

二、中高端儿童消费品增长趋势显著314

三、中国童装行业发展的推动因素315

四、婴儿护理品出现新趋势316

第三节2016-2022年中国儿童用品市场预测318

一、2016-2022年中国儿童消费品市场预测318

二、2016-2022年中国儿童耐用品市场预测318

三、2016-2022年中国童装市场预测319

四、2016-2022年中国婴儿护理品市场预测319

第十二章2016-2022年中国儿童用品行业投资风险与策略分析321

第一节中国儿童用品行业投资现状分析321

一、中国童装行业投资概况321

二、绿盒子两个月内完成1.2亿元融资322

三、好孩子投资2.5亿建全球最大研发中心322

第二节2016-2022年中国儿童用品行业投资机会分析323

一、儿童消费模式转变带动儿童用品行业升级323

二、儿童用品行业整合带来投资机遇323

第三节2016-2022年中国儿童用品行业投资风险分析324

一、政策风险324

二、原材料风险324

三、质量安全风险325

四、竞争风险325

第三节2016-2022年中国儿童用品行业投资策略分析326

图表目录

图表1欧盟和美国地区玩具和儿童产品的含铅总量和可溶性铅含量要求23

图表22015年全球儿童耐用品市场概况25

图表32015年世界儿童人口数及儿童耐用品人均支出状况26

图表42013-2015年北美儿童耐用品零售额统计26

图表52013-2015年北美儿童耐用品零售额增长趋势27

图表62015年北美儿童耐用品市场结构27

图表72013-2015年北美婴儿推车零售额统计28

图表82013-2015年北美婴儿推车零售额增长趋势28

图表92015年北美婴儿手推车市场份额（按已售单位计）29

图表102013-2015年北美儿童汽车安全座零售额统计29

图表112013-2015年北美儿童汽车安全座零售额增长趋势30

图表122013-2015年北美婴儿床零售额统计30

图表132013-2015年北美婴儿床零售额增长趋势30

图表142013-2015年欧洲儿童耐用品零售额统计31

图表152013-2015年欧洲儿童耐用品零售额增长趋势31

图表162015年欧洲儿童耐用品市场结构32

图表172013-2015年欧洲婴儿推车零售额统计32

图表182013-2015年欧洲婴儿推车零售额增长趋势33

图表192015年欧洲婴儿手推车市场份额（按已售单位计）33

图表202013-2015年欧洲儿童汽车安全座零售额统计34

图表212013-2015年欧洲儿童汽车安全座零售额增长趋势34

图表222013-2015年欧洲婴儿床零售额统计34

图表232013-2015年欧洲婴儿床零售额增长趋势35

图表242013-2015年新兴市场儿童耐用品零售额统计35

图表252013-2015年新兴市场儿童耐用品零售额增长趋势36

图表262015年新兴市场儿童耐用品市场结构36

图表272015年新兴市场儿童耐用品区域分布37

图表282013-2015年中国国内生产总值及增长速度38

图表292013-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图39

图表302013-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图40

图表312013-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图40

图表322013-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度40

图表33	2013-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图	41
图表34	国际儿童用品行业相关标准	42
图表35	中国玩具相关的法律法规	46
图表36	2015年中国人口数及其构成情况	47
图表37	2013-2015年中国人口总数增长情况	48
图表38	2012-2015年中国人口性别构成情况	48
图表39	2012-2015年中国人口城乡构成情况	48
图表40	2012-2015年中国人口年龄构成情况	49
图表41	2013-2015年中国14岁以下人口数量及占比	49
图表42	2013-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数	50
图表43	2013-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数	50
图表44	儿童消费品分类	52
图表45	2013-2015年中国儿童消费品市场收入统计	54
图表46	2013-2015年中国儿童消费品市场收入增长趋势	55
图表47	2013-2015年中国城市住户儿童消费品年度户均支出情况	55
图表48	2013-2015年中国城市住户儿童消费品年度户均支出增长趋势	56
图表49	2013-2015年中国儿童消费品细分层次市场份额	56
图表50	2015年中国儿童消费品细分层次市场收入状况	57
图表51	2015年中国儿童消费品细分层次市场构成	57
图表52	2015年中国儿童消费品各细分等级市场构成	57
图表53	2015年中国儿童消费品各细分产品市场结构	58
图表54	2015年中国儿童消费品市场销售渠道构成	59
图表55	2015年中国中高端儿童消费品市场竞争格局	59
图表56	2015年中国儿童用品质量安全问题统计示意图	63
图表57	2013-2015年中国儿童耐用品零售额统计	70
图表58	2013-2015年中国儿童耐用品零售额增长趋势	70
图表59	2015年中国儿童耐用品细分产品零售额及占比统计	71
图表60	2015年中国儿童耐用品市场结构	71
图表61	2015年中国儿童耐用品零售渠道零售份额	72
图表62	2015年中国儿童耐用品品牌认知度	72
图表63	2013-2015年中国婴儿床市场零售额统计	73
图表64	2013-2015年中国婴儿床市场零售额增长趋势	73
图表65	2015年中国婴儿床品牌市场份额（按已售单位计）	74

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/235508235508.html>