

2012-2016年我国童车行业 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年我国童车行业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yule1202/O528532DXJ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-02-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明: 博思数据研究中心发布的《2012-2016年我国童车行业现状分析及投资前景研究报告》共八章。首先介绍了中国童车行业的概念,接着分析了中国童车行业发展环境,然后对中国童车行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国童车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国童车行业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年我国童车行业现状分析及投资前景研究报告》,生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息,为研究竞争对手的市场定位,产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

童车是儿童玩具之中的一大门类,其中包括儿童自行车、儿童推车、婴儿学步车、儿童三轮车儿童电动玩具车。儿童自行车适用儿童的年龄范围是4~8岁。童车作为最典型的儿童产品,有着巨大的市场潜力,童车业也成了最具投资前景的朝阳产业。因此不少企业都跃身投入童车市场,分割市场大蛋糕。

第一章 中国品牌童车发展环境分析

第一节 2011-2015年全球经济形势分析与预测

一、2011年全球经济增长情况分析

二、2011年全球经济运行形势分析

三、2011年全球经济金融形势分析

四、2011-2015年全球经济风险分析

五、2011-2015年全球贸易形势分析

第二节 中国经济环境分析

一、2011年中国宏观经济运行分析

二、2011年宏观经济发展分析

三、金融危机对童车行业影响分析

四、2011年经济发展的特点

五、2011-2015年中国经济增长预测

第三节 政策环境分析

一、2011年世界主要国家童车行业相关政策分析

二、我国童车行业国家标准分析

三、我国童车3C认证制度分析

第四节 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

四、后危机时代外资、国资、民资的格局变化

五、后危机时代民营经济走向分析

第五节 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 2008-2011年中国童车市场规模分析

一、2008-2011年中国婴童市场规模分析

二、2008-2011年中国婴童市场特点分析

三、2008-2011年中国单车市场增长率分析

第二节 2011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

第四节 2011-2015年中国童车市场规模预测

- 一、2011-2015年欧美儿童市场潜力预测
- 二、2011-2015年中国童车市场潜力预测
- 三、2011-2015年我国儿童市场销售形势预测

第三章 中国童车需求与消费者偏好调查

第一节 2008-2011年中国童车产量统计分析

- 一、2010年汉川童车产量分析
- 二、2010年中国童车产业发展分析
- 三、2011年中国童车产销状元企业分析
- 四、2011年中国童车发展分析

第二节 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

第三节 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

第四节 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 2008-2011年中国品牌童车平均价格趋向势分析

- 一、2008-2011年我国居民消费指数分析
- 二、“好孩子”外销产品价格分析

第二节 2011-2015年中国品牌童车价格趋向预测分析

- 一、2011-2015年人民币升值预测

二、人民币汇率影响分析

第五章 中国品牌童车进出口市场情况分析

第一节 2011年中国品牌童车进出口分析

一、2011年中国童车出口数量

二、2011年中国童车出口金额

三、2011年中国童车出口价格

第二节 2010-2011年童车产地出口分析

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

第三节 我国童车出口企业管理现状分析

一、行政管理人员、生产人员的管理问题及对策

二、生产环境、生产设备、产品检验设备的相关问题及对策

三、出口童车产品的设计、生产、检验测试问题及对策

四、出口童车质量、检验情况及对策

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，江苏）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011年经营状况

第二节 康贝（中国驰名商标）

一、企业概况

二、品牌故事

第三节 小天使童车(中国驰名商标)

一、企业概况

二、主营产品

第四节 小小恐龙（中国驰名商标）

一、企业概况

二、生产能力

第五节 宝宝好童车（一线品牌）

一、企业概况

二、生产能力

第六节 贝瑞佳-大脚板（中国驰名商标）

一、企业概况

二、创新发展

第七节 三乐童车（中国驰名商标）

一、企业概况

二、产品质量

第八节 捷安特儿童车（中国驰名商标）

一、企业概况

二、经营状况

第九节 神马（中国驰名商标）

一、企业概况

二、品牌发展

第十节 新中华-笑咪咪（中国驰名商标）

一、企业概况

二、质量方针

第七章 中国品牌童车竞争格局分析

第一节 童车行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 童车竞争环境分析

一、竞争者分析

二、消费者分析

三、商业环境分析

第三节 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
- 三、中国童车研发竞争力分析

第四节 童车市场竞争分析

- 一、2011年童车市场竞争力
- 二、2011年童车市场畅销排名
- 三、2011年童车市场占有份额

第五节 2010-2011年童车行业竞争格局分析

- 一、婴童产业竞争分析
- 二、电动童车行业竞争分析
- 三、童车市场竞争策略分析
- 四、童车企业面临的挑战与策略

第八章 2011-2015年中国品牌童车发展预测

第一节 2011-2015年童车产品发展趋势预测

- 一、2011-2015年安全性的规定将越来越严格
- 二、2011-2015年方便性的需求更突出
- 三、2011-2015年童车牢固需求趋势

第二节 2011-2015年童车行业趋势预测

- 一、2011-2015年童车市场竞争趋势预测
- 二、2011-2015年童车经销商发展趋势预测
- 三、2011-2015年童车消费者发展趋势预测
- 四、2011-2015年童车业渠道发展趋势预测

第三节 2011-2015年婴童行业趋势预测

- 一、2010-2011年婴童产业发展分析
- 二、2011-2015年婴童产业发展趋势
- 三、2011-2015年婴童产业发展策略

第九章 2011-2015年我国童车行业投资价值与投资策略分析

第一节 童车行业投资机会分析

- 一、2011年投资情况分析
- 二、童车行业投资前景分析
- 三、童车回收市场投资分析

第二节 童车行业投资价值分析

一、童车行业投资价值分析

二、行业经济效益情况分析

三、婴童市场投资价值分析

第三节 2011-2015年中国品牌童车投资风险预警

一、宏观经济波动风险

二、童车出口风险预警

三、出口风险应对策略

四、市场竞争风险分析

五、童车技术风险分析

第四节 童车行业投资策略分析

一、童车类高风险原材料管理策略

二、童车行业应对市场变革策略分析

三、童车主要产地发展形势与策略分析

四、我国童车行业发展战略研究

五、对我国童车品牌的战略思考

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1202/O528532DXJ.html>