

2016-2022年中国儿童用品 市场深度调查分析及投资风险评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国儿童用品市场深度调查分析及投资风险评估报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/K77161D1IV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

随着受教育程度的提高，人们的思维方式和生活观念都在发生着改变。其中很明显的一点就是人们越来越关注对孩子的培养和教育问题。再加上计划生育国策下导致的独生子女现象，越来越多的家长对儿童用品的态度有了根本的转变，从以往的讲究实用，有胜于无，到现在的安全为主，宁缺毋滥。尤其是在国内产品质量堪忧的背景下，儿童用品领域走向高端趋势更加明显——高端更多的是代表着品质。

针对儿童洗护用品市场向高端化发展这一趋势，儿童用品厂商和企业就要适时地调整自己产品线，这样才能让自己的产品更受欢迎，进而让自己更具竞争力。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国儿童用品市场深度调查分析及投资风险评估报告》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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 2014-2016年世界儿童用品行业发展分析	20
第一节 2014-2016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 2014-2016年世界儿童耐用品市场发展概况	25
一、2014-2016年世界儿童耐用品零售规模分析	25
二、2016年世界儿童耐用品人均消费状况	25
第三节 2014-2016年北美儿童耐用品市场发展概况	26
一、2014-2016年北美儿童耐用品市场现状分析	26
二、2014-2016年北美婴儿推车市场现状分析	27

三、2014-2016年北美儿童汽车座市场现状分析	29
四、2014-2016年北美婴儿床市场现状分析	30
第四节 2014-2016年欧洲儿童耐用品市场概况	31
一、2014-2016年欧洲儿童耐用品市场现状分析	31
二、2014-2016年欧洲婴儿推车市场现状分析	32
三、2014-2016年欧洲儿童汽车座市场现状分析	33
四、2014-2016年欧洲婴儿床市场现状分析	34
第五节 2014-2016年新兴市场儿童耐用品市场概况	35
一、2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售规模分析	35
二、2016年新兴市场儿童耐用品市场结构分析	36
三、2016年新兴市场儿童耐用品区域分布状况	36
第二章 2014-2016年中国儿童用品行业发展环境分析	38
第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析	38
一、2014-2016年中国gdp增长分析	38
二、2014-2016年中国消费价格指数	38
三、2014-2016年城乡居民收入分析	39
四、2014-2016年中国社会消费品零售总额	40
五、2014-2016年全社会固定资产投资分析	41
第二节 2014-2016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 2014-2016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
第三章 2014-2016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 2014-2016年中国消费品市场发展概况 54

一、2014-2016年中国儿童消费品市场规模分析 54

二、2014-2016年中国城市家庭儿童消费品户均支出状况 55

三、2014-2016年中国儿童消费品细分层次市场构成状况 56

四、2014-2016年中国儿童消费品细分产品市场结构分析 57

第三节 2014-2016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 2016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 2014-2016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 2014-2016年中国儿童耐用品市场发展分析 70

第一节 2014-2016年中国儿童耐用品市场发展概况 70

一、2014-2016年中国儿童耐用品零售规模分析 70

二、2016年中国儿童耐用品市场结构分析 70

三、2016年中国儿童耐用品零售渠道分析 71

四、2016年中国儿童耐用品品牌知名度分析 72

第二节 2014-2016年中国婴儿床市场分析 73

一、2014-2016年中国婴儿床零售规模分析 73

二、2016年中国婴儿床市场品牌份额分析 73

三、2016年中国婴儿床品牌知名度分析 74

第三节 2014-2016年中国儿童汽车安全座市场发展概况 75

一、2014-2016年中国儿童汽车安全座零售规模分析 75

- 二、2016年中国儿童汽车安全座市场品牌份额分析 75
- 三、2016年中国儿童汽车安全座品牌知名度分析 76

第五章 2014-2016年童装市场发展分析 77

第一节 2014-2016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 2014-2016年中国童装产量分析 84

- 一、2014-2016年中国童装产量总体情况 84
- 二、2014-2016年中国童装区域产量分析 86
- 三、2014-2016年中国主要省市童装产量 88

第三节 2014-2016年中国童装销售情况分析 108

- 一、2014年中国童装市场销售情况分析 108
- 二、2015年中国童装市场销售情况分析 108
- 三、2016年中国童装市场销售情况分析 109

第四节 2014-2016年中国童装市场现状分析 111

- 一、2014-2016年中国童装市场规模分析 111
- 二、中国童装细分层次市场构成状况 111
- 三、二三线城市成童装消费主流 113
- 四、李宁公司掘金童装市场 113
- 五、力果童装推出仓储式卖场 114
- 六、童装网购成为行业热点 115

第五节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国婴儿护理品市场发展分析	153
第一节 2014-2016年中国婴儿护理品市场概况	153
一、2014-2016年中国婴儿护理品零售规模分析	153
二、2016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 2014-2016年中国婴儿护理品市场竞争分析	156

- 一、2016年中国婴儿护理品生产厂家市场份额 156
- 二、2016年中国婴儿护理品品牌市场份额 157
- 第三节 2014-2016年婴儿护肤用品市场分析 159
 - 一、2014-2016年婴儿护肤用品市场规模 159
 - 二、2016年婴儿护肤用品品牌竞争状况 159
- 第四节 2014-2016年婴儿防晒用品市场分析 160
 - 一、2014-2016年婴儿防晒用品市场规模 160
 - 二、2016年婴儿防晒用品品牌竞争状况 160
- 第五节 2014-2016年婴儿洗浴和护发用品市场分析 161
 - 一、2014-2016年婴儿洗浴用品市场规模 161
 - 二、2014-2016年婴儿护发用品市场规模 162
- 第六节 2014-2016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 2016年中国童车行业发展分析 168

第一节 2016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 2014-2016年中国婴儿推车市场分析 171

- 一、2014-2016年中国婴儿推车零售规模分析 171
- 二、2016年中国婴儿推车品牌占有率分析 172
- 三、2016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 2014-2016年其他儿童用品市场分析	181
第一节 婴儿纸尿裤	181
一、2016年中国婴儿纸尿裤产销分析	181
二、2016年婴儿纸尿裤零售规模分析	182
三、2016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、2016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、2016年中国儿童牙刷的市场规模	195
三、2016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 2014-2016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 2014-2016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、2015年公司经营状况 258

三、2016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、2015年公司经营状况	265
三、2016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、2015年公司经营状况	271
三、2016年公司经营状况	273
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、2015年公司经营状况	278
三、2016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、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、2016-2022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2.5亿建全球最大儿童用品研发中心	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 2 2016年全球儿童耐用品市场概况	25
图表 3 2016年世界儿童人口数及儿童耐用品人均支出状况	26
图表 4 2014-2016年北美儿童耐用品零售额统计	26
图表 5 2014-2016年北美儿童耐用品零售额增长趋势	27
图表 6 2016年北美儿童耐用品市场结构	27
图表 7 2014-2016年北美婴儿推车零售额统计	28
图表 8 2014-2016年北美婴儿推车零售额增长趋势	28

- 图表 9 2016年北美婴儿手推车市场份额（按已售单位计） 29
- 图表 10 2014-2016年北美儿童汽车安全座零售额统计 29
- 图表 11 2014-2016年北美儿童汽车安全座零售额增长趋势 30
- 图表 12 2014-2016年北美婴儿床零售额统计 30
- 图表 13 2014-2016年北美婴儿床零售额增长趋势 30
- 图表 14 2014-2016年欧洲儿童耐用品零售额统计 31
- 图表 15 2014-2016年欧洲儿童耐用品零售额增长趋势 31
- 图表 16 2016年年欧洲儿童耐用品市场结构 32
- 图表 17 2014-2016年欧洲婴儿推车零售额统计 32
- 图表 18 2014-2016年欧洲婴儿推车零售额增长趋势 33
- 图表 19 2016年欧洲婴儿手推车市场份额（按已售单位计） 33
- 图表 20 2014-2016年欧洲儿童汽车安全座零售额统计 34
- 图表 21 2014-2016年欧洲儿童汽车安全座零售额增长趋势 34
- 图表 22 2014-2016年欧洲婴儿床零售额统计 34
- 图表 23 2014-2016年欧洲婴儿床零售额增长趋势 35
- 图表 24 2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售额统计 35
- 图表 25 2014-2016年新兴市场儿童耐用品零售额增长趋势 36
- 图表 26 2016年新兴市场儿童耐用品市场结构 36
- 图表 27 2016年新兴市场儿童耐用品区域分布 37
- 图表 28 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 38
- 图表 29 2014-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图 39
- 图表 30 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 40
- 图表 31 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 40
- 图表 32 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 40
- 图表 33 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 41

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/K77161D1IV.html>