

2024-2030年中国儿童用品行业市场发展前景及投资风险评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国儿童用品行业市场发展前景及投资风险评估报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/979444.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解儿童用品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国儿童用品行业市场发展前景及投资风险评估报告》（以下简称《报告》）。报告对中国儿童用品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保儿童用品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年儿童用品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能儿童用品从业者抢跑转型赛道。

儿童用品是指专门用于儿童使用的物品，设计或预定专供14岁以下儿童使用、玩耍、穿戴的产品和材料。儿童用品的特点：1.

产品，产品造型非常可爱、富有多种益智功能、更好的开发智力。2.

质量，产品用料都经过精挑细选，用极高的品质奉献给儿童。

随着居民收入增长，消费升级趋势明显儿童用品产品价格总体呈现出明显上升态势，服装，家具等产品均价上升极为明显，护理用品方面，纸尿裤高端产品渗透率上升，护肤用品，洗浴用品专业细分化明显，价格也有显著的上升。儿童服装市场供来看，2015年市场均价约为42.11元每件，到了2022年市场均价来到66.8元每件了，儿童家具2015年市场均价约为2706元每套，2022年约为3476元每套。

目前我国儿童用品市场呈现出持续增长的趋势。随着消费升级和人口结构变化等因素的影响，家长们越来越重视儿童用品的品质和功能，也更加关注婴童用品的多样性和个性化。儿童玩具及户外用品等儿童商品的市场规模增长迅速，例如儿童玩具和游戏、户外运动和健身器材等。同时，随着消费者对品质和安全性的要求不断提高，高端儿童用品市场也在逐步扩大。2022年我国儿童用品整体市场规模约为6118亿元，同比增长3.48%，其中服装品的市场规模约为34.6%。

我国儿童用品市场的竞争非常激烈，企业需要不断提高自身的竞争力，包括产品创新、质量保证、价格策略、渠道拓展、品牌建设等方面，以在市场中取得优势。同时，也可以看到，随着市场的不断变化和消费者需求的不断升级，儿童用品市场仍然具有较大的增长潜力。

为行业发展的驱动力、线上销售渠道将持续增长、跨界合作成为行业发展的新模式等方面。企业需要密切关注市场变化和消费者需求，不断加强产品创新和市场拓展，以适应市场的需求并取得竞争优势。

《2024-2030年中国儿童用品行业市场前景及投资风险评估报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是儿童用品领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 2019-2023年世界儿童用品行业发展分析

第一节 2019-2023年世界儿童用品行业相关政策分析

- 一、美国发布《儿童产品定义解释条例提案》
- 二、加拿大儿童消费品含铅标准将更严格
- 三、欧盟和美国儿童玩具铅含量标准的规定
- 四、日本玩具安全标准最新更新

第二节 2019-2023年世界儿童耐用品市场发展概况

- 一、2019-2023年世界儿童耐用品零售规模分析
- 二、2023年世界儿童耐用品人均消费状况

第三节 2019-2023年北美儿童耐用品市场发展概况

- 一、2019-2023年北美儿童耐用品市场现状分析
- 二、2019-2023年北美婴儿推车市场现状分析
- 三、2019-2023年北美儿童汽车座市场现状分析
- 四、2019-2023年北美婴儿床市场现状分析

第四节 2019-2023年欧洲儿童耐用品市场概况

- 一、2019-2023年欧洲儿童耐用品市场现状分析
- 二、2019-2023年欧洲婴儿推车市场现状分析
- 三、2019-2023年欧洲儿童汽车座市场现状分析
- 四、2019-2023年欧洲婴儿床市场现状分析

第五节 2019-2023年新兴市场儿童耐用品市场概况

- 一、2019-2023年新兴市场儿童耐用品零售规模分析
- 二、2023年新兴市场儿童耐用品市场结构分析
- 三、2023年新兴市场儿童耐用品区域分布状况

第二章 2019-2023年中国儿童用品行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

- 一、2019-2023年中国gdp增长分析

- 二、2019-2023年中国消费价格指数
- 三、2019-2023年城乡居民收入分析
- 四、2019-2023年中国社会消费品零售总额
- 五、2019-2023年全社会固定资产投资分析
- 第二节 2019-2023年中国儿童用品行业政策环境分析
 - 一、国际儿童用品行业相关标准
 - 二、世界最新玩具政策及对中国的影响
 - 三、《产品质量法》中对儿童用品的规定
 - 四、婴儿化妆品标准亟待规范
 - 五、中国玩具相关法律法规
- 第三节 2019-2023年中国儿童用品行业社会环境分析
 - 一、儿童人口增多带来消费潜力
 - 二、收入增加促进儿童用品发展

第三章 2019-2023年中国儿童消费品市场发展分析

第一节 儿童消费品的相关概述

- 一、儿童消费品的概念和分类
- 二、儿童消费品的特点

第二节 2019-2023年中国消费品市场发展概况

- 一、2019-2023年中国儿童消费品市场规模分析
- 二、2019-2023年中国城市家庭儿童消费品户均支出状况
- 三、2019-2023年中国儿童消费品细分层次市场构成状况
- 四、2019-2023年中国儿童消费品细分产品市场结构分析

第三节 2019-2023年中国儿童消费品市场竞争分析

- 一、中国儿童消费品市场销售渠道分析
- 二、中国中高端儿童消费品市场竞争格局
- 三、中国儿童消费品市场紧跟“成人化”潮流

第四节 2023年中国儿童消费品消费市场调查

- 一、中国儿童消费品总体调查结果分析
- 二、儿童日化用品质量稳中有升
- 三、童装童鞋和玩具质量安全堪忧

第五节 2019-2023年中国儿童消费品市场营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、促销策略

四、品牌策略

第四章 2019-2023年中国儿童耐用品市场发展分析

第一节 2019-2023年中国儿童耐用品市场发展概况

- 一、2019-2023年中国儿童耐用品零售规模分析
- 二、2023年中国儿童耐用品市场结构分析
- 三、2023年中国儿童耐用品零售渠道分析
- 四、2023年中国儿童耐用品品牌知名度分析

第二节 2019-2023年中国婴儿床市场分析

- 一、2019-2023年中国婴儿床零售规模分析
- 二、2023年中国婴儿床市场品牌份额分析
- 三、2023年中国婴儿床品牌知名度分析

第三节 2019-2023年中国儿童汽车安全座市场发展概况

- 一、2019-2023年中国儿童汽车安全座零售规模分析
- 二、2023年中国儿童汽车安全座市场品牌份额分析
- 三、2023年中国儿童汽车安全座品牌知名度分析

第五章 2019-2023年童装市场发展分析

第一节 2019-2023年中国童装行业发展概况

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

第二节 2019-2023年中国童装产量分析

- 一、2019-2023年中国童装产量总体情况
- 二、2019-2023年中国童装区域产量分析
- 三、2019-2023年中国主要省市童装产量

第三节 2019-2023年中国童装销售情况分析

- 一、2021年中国童装市场销售情况分析
- 二、2022年中国童装市场销售情况分析
- 三、2023年中国童装市场销售情况分析

第四节 2019-2023年中国童装市场现状分析

第五节 2019-2023年中国童装市场需求分析

- 一、中国各类童装市场需求概况
- 二、女童装市场需求比男童市场大
- 三、中国童装市场需求趋向分析
- 四、中国童装市场消费需求趋势

第六节 2019-2023年中国童装市场消费分析

- 一、中国童装消费主要特征
- 二、中国童装市场消费层次
- 三、中国童装消费观念的变化
- 四、中国童装消费呈现六大趋势
- 五、童装个性化消费来临及应对策略

第七节 2019-2023年童装市场价格分析

- 一、影响儿童服装价格的因素
- 二、中国童装价格居高原因分析
- 三、消费者对童装价格敏感度提高

第八节 2019-2023年童装市场竞争分析

- 一、中国童装市场竞争总体概况
- 二、中国童装品牌竞争时代到来
- 三、运动品牌集体掘金童装市场
- 四、中高端童装市场竞争日趋激烈
- 五、中国童装市场竞争策略分析

第九节 2019-2023年中国童装市场面临的问题和对策

- 一、童装市场发展面临的主要难题
- 二、中国童装市场发展需突破的瓶颈
- 三、制约中国童装市场发展的因素
- 四、中国童装市场不景气的内外因
- 五、童装成功开创蓝海大市场的策略
- 六、中国童装企业的低成本传播战略
- 七、童装企业从批发向品牌转型建议

第六章 2019-2023年中国婴儿护理品市场发展分析

第一节 2019-2023年中国婴儿护理品市场概况

- 一、2019-2023年中国婴儿护理品零售规模分析
- 二、2023年中国婴儿护理品市场结构

三、中国高档婴儿护理品市场增长迅速

第二节 2019-2023年中国婴儿护理品市场竞争分析

一、2023年中国婴儿护理品生产厂家市场份额

二、2023年中国婴儿护理品品牌市场份额

第三节 2019-2023年婴儿护肤用品市场分析

一、2019-2023年婴儿护肤用品市场规模

二、2023年婴儿护肤用品品牌竞争状况

第四节 2019-2023年婴儿防晒用品市场分析

第五节 2019-2023年婴儿洗浴和护发用品市场分析

第六节 2019-2023年中国婴儿护理品行业市场营销分析

一、婴儿护理品直营模式

二、婴儿护理品代理经销商模式

三、婴儿护理品大型综合连锁卖场模式

四、婴儿护理品连锁专卖店模式

五、婴儿护理品网络营销渠道

第七章 2023年中国童车行业发展分析

第一节 2023年中国童车行业发展概况

一、童车行业主要细分产品

二、中国童车行业急需品牌创建

三、童车安全性能成竞争重点

四、童车行业呼唤创新设计

五、中国童车行业发展走势分析

第二节 2019-2023年中国婴儿推车市场分析

一、2019-2023年中国婴儿推车零售规模分析

二、2023年中国婴儿推车品牌占有率分析

三、2023年中国婴儿推车品牌知名度分析

第三节 中国童车行业遭遇的问题和困境

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

第四节 童车行业发展对策及建议

一、童装行业发展提升的建议

二、童车行业破局之策

第八章 2019-2023年其他儿童用品市场分析

第一节 婴儿纸尿裤

第二节 儿童玩具

第三节 儿童牙膏

第四节 儿童牙刷

第五节 儿童家具

第九章 2019-2023年儿童用品代表品牌和产品消费调研

第一节 贝亲婴儿沐浴露消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第二节 郁美净高档儿童霜消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第三节 雀氏婴儿纸尿裤消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第四节 帮宝适红色装纸尿裤消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第五节 好孩子婴儿推车消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、消费者购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第六节 小天使婴儿床消费调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第七节 米菲童鞋消费者调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第八节 贝美依童装消费者调研

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能分析

六、产品优势分析

第十章 中国儿童用品行业重点企业分析

第一节 好孩子国际控股有限公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第二节 博士蛙国际控股有限公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第三节 广东高乐玩具股份有限公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第四节 鼎龙文化股份有限公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第五节 北京派克兰帝有限责任公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第六节 巴布豆（中国）儿童用品有限公司

一、公司简介

二、企业偿债能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业成本费用分析

第十一章 2024-2030年中国儿童用品行业发展前景与趋势预测

第一节 2024-2030年世界儿童用品行业发展前景与趋势预测

一、2024-2030年世界儿童用品市场前景分析

二、2024-2030年世界儿童耐用品零售额预测

三、2024-2030年美国儿童耐用品零售额预测

四、2024-2030年欧洲儿童耐用品市场分析

第二节 2024-2030年中国儿童用品发展前景与趋势分析

- 一、中国儿童用品发展前景看好
 - 二、中高端儿童消费品增长趋势显著
 - 三、中国童装行业发展的推动因素
 - 四、婴儿护理品出现新趋势
- 第三节 2024-2030年中国儿童用品市场预测
- 一、2024-2030年中国儿童消费品市场预测
 - 二、2024-2030年中国儿童耐用品市场预测
 - 三、2024-2030年中国童装市场预测
 - 四、2024-2030年中国婴儿护理品市场预测

第十二章 2024-2030年中国儿童用品行业投资风险与策略分析

- 第一节 中国儿童用品行业投资现状分析
- 第二节 2024-2030年中国儿童用品行业投资机会分析
 - 一、儿童消费模式转变带动儿童用品行业升级
 - 二、儿童用品行业整合带来投资机遇
- 第三节 2024-2030年中国儿童用品行业投资风险分析
 - 一、政策风险
 - 二、原材料风险
 - 三、质量安全风险
 - 四、竞争风险
- 第四节 2024-2030年中国儿童用品行业投资策略分析

图表目录：部分

- 图表1：儿童用品行业定义分类
 - 图表2：儿童用品行业发展历程
 - 图表3：儿童用品产业链分析
 - 图表4：2019-2023年中国儿童用品行业产值走势图
 - 图表5：2019-2023年中国儿童用品市场需求情况
 - 图表6：2019-2023年中国儿童用品行业进出口统计情况
 - 图表7：中国儿童用品市场格局分析
 - 图表8：2019-2023年中国儿童用品行业市场规模
 - 图表9：2023年中国儿童用品区域市场规模分析
 - 图表10：2023年中国儿童用品产业集中度
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979444.html>