

# 中国婴幼儿教具市场产销调研及发展规划研究报告 (2014-2018)

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国婴幼儿教具市场产销调研及发展规划研究报告（2014-2018）》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/wentibangong/172090172090.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

亚洲婴幼儿教具市场主要集中在中国、日本、新加坡、印度等地，这四大国家占亚洲婴幼儿教具需求的80%。据日本国内统计显示，目前日本婴幼儿教具产值约为3420亿日元，仍处于稳定增长中。而新加坡国内市场需求也达到17.21亿美元。亚洲国家中，中国和印度的婴幼儿教具需求增长较快，且在这几大国家的庞大需求推动下，预计未来几年亚洲地区婴幼儿教具需求将进入高速增长期。

中国报告网发布的《中国婴幼儿教具市场产销调研及发展规划研究报告（2014-2018）》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、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。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。

### 第一章 2012-2013年世界婴幼儿教具行业市场运行形势分析 1

#### 第一节 2012年全球婴幼儿教具行业发展概况 1

#### 第二节 世界婴幼儿教具行业发展走势 1

##### 二、全球婴幼儿教具行业市场分布情况 1

##### 三、全球婴幼儿教具行业发展趋势分析 2

#### 第三节 全球婴幼儿教具行业重点国家和地区分析 2

##### 一、北美 2

##### 二、亚洲 2

##### 三、欧盟 2

### 第二章 2012-2013年中国婴幼儿教具产业发展环境分析 4

#### 第一节 2013年中国宏观经济环境分析 4

##### 一、GDP历史变动轨迹分析 4

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 11

##### 三、2013年中国经济发展预测分析 14

#### 第二节 婴幼儿教具行业主管部门、行业监管体 15

#### 第三节 中国婴幼儿教具行业主要法律法规及政策 16

##### 一、关于幼儿教育改革与发展指导意见的通知 16

二、幼儿园教育指导纲要	22
第四节 2012年中国婴幼儿教具产业社会环境发展分析	30
一、人口环境分析	30
二、教育环境分析	31
三、文化环境分析	31
四、生态环境分析	33
五、消费观念	34
第三章 2012-2013年中国婴幼儿教具产业发展现状	38
第一节 婴幼儿教具行业的有关概况	38
一、婴幼儿教具的定义	38
二、婴幼儿教具的特点	39
第二节 婴幼儿教具的产业链情况	40
一、产业链模型介绍	40
二、婴幼儿教具行业产业链分析	42
第三节 上下游行业对婴幼儿教具行业的影响分析	43
第四章 2012-2013年中国婴幼儿教具行业技术发展分析	47
第一节 中国婴幼儿教具行业技术发展现状	47
第二节 婴幼儿教具行业技术特点分析	50
第三节 婴幼儿教具行业技术发展趋势分析	51
第五章 2012-2013年中国婴幼儿教具产业运行情况	54
第一节 中国婴幼儿教具行业发展状况	54
一、2008-2012年婴幼儿教具行业市场供给分析	54
二、2008-2012年婴幼儿教具行业市场需求分析	54
三、2008-2012年婴幼儿教具行业市场规模分析	55
第二节 中国婴幼儿教具行业集中度分析	55
一、行业市场区域分布情况	55
二、行业市场集中度情况	56
三、行业企业集中度分析	56
第六章 2012-2013年中国婴幼儿教具市场运行情况	57
第一节 行业最新动态分析	57
一、行业相关动态概述	57
二、行业发展热点聚焦	60
第二节 行业品牌现状分析	61
第三节 行业产品市场价格情况	61
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	62

第七章 2010-2012年中国婴幼儿教具所属行业主要数据监测分析	64
第一节 2010-2012年中国婴幼儿教具所属行业总体数据分析	64
一、2010年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析	64
二、2011年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析	66
三、2012年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析	67
第二节 2009-2011年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析	69
一、2010年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析	69
二、2011年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析	70
三、2012年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析	70
第三节 2010-2012年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析	71
一、2010年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析	71
二、2011年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析	71
三、2012年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析	72
第八章 2012-2013年中国婴幼儿教具行业竞争情况	73
第一节 行业经济指标分析	73
一、赢利性	73
二、附加值的提升空间	73
三、进入壁垒 / 退出机制	73
四、行业周期	74
第二节 行业竞争结构分析	74
一、现有企业间竞争	74
二、潜在进入者分析	75
三、替代品威胁分析	75
四、供应商议价能力	75
五、客户议价能力	75
第三节 行业国际竞争力比较	76
一、整体产品竞争力评价	76
二、产品竞争力评价结果分析	76
三、竞争优势评价及构建建议	76
第九章 2012-2013年婴幼儿教具行业重点生产企业分析	77
第一节 宁波市鄞州瑞时工贸有限公司	77
一、企业简介	77
二、企业经营数据	77
三、企业产品分析	79
第二节 深圳敬航电子制品有限公司	79

- 一、企业简介 79
- 二、企业经营数据 79
- 三、企业产品分析 81
- 第三节 惠阳伟特工业实业有限公司 81
  - 一、企业简介 81
  - 二、企业经营数据 81
  - 三、企业产品分析 83
- 第四节 宁波祥泰集大工贸有限公司 83
  - 一、企业简介 83
  - 二、企业经营数据 83
  - 三、企业产品分析 85
- 第五节 泉州新恒辉儿童用品有限公司 85
  - 一、企业简介 85
  - 二、企业经营数据 85
  - 三、企业产品分析 87
- 第十章 2014-2018年婴幼儿教具行业发展预测分析 88
  - 第一节 2014-2018年中国婴幼儿教具行业未来发展预测分析 88
    - 一、中国婴幼儿教具行业发展方向及投资机会分析 88
    - 二、2014-2018年中国婴幼儿教具行业发展规模分析 89
    - 三、2014-2018年中国婴幼儿教具行业发展趋势分析 89
  - 第二节 2014-2018年中国婴幼儿教具行业供需预测 90
    - 一、2014-2018年中国婴幼儿教具行业供给预测 90
    - 二、2014-2018年中国婴幼儿教具行业需求预测 90
  - 第三节 2014-2018年中国婴幼儿教具行业价格走势分析 91
- 第十一章 2014-2018年中国婴幼儿教具行业投资风险预警 92
  - 第一节 中国婴幼儿教具行业存在问题分析 92
  - 第二节 中国婴幼儿教具行业政策投资风险 92
    - 一、政策和体制风险 92
    - 二、技术发展风险 92
    - 三、市场竞争风险 93
    - 四、原材料压力风险 93
    - 五、经营管理风险 93
- 第十二章 2014-2018年中国婴幼儿教具行业发展策略及投资建议 94
  - 第一节 婴幼儿教具行业发展策略分析 94
    - 一、坚持产品创新的领先战略 94

- 二、坚持品牌建设的引导战略 94
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 94
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 95
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 95
- 第二节 婴幼儿教具行业市场的关键客户战略实施 95
  - 一、实施关键客户战略的必要性 95
  - 二、合理确立关键客户 96
  - 三、对关键客户的营销策略 96
  - 四、强化关键客户的管理 97
  - 五、实施关键客户战略要重点解决的问题 97
- 第三节 投资建议 98
  - 一、重点投资区域建议 98
  - 二、重点投资产品建议 99

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/172090172090.html>