

2024-2030年中国儿童消费 行业深度研究与市场分析预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国儿童消费行业深度研究与市场分析预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1301/202404/18-610787.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国儿童消费行业深度研究与市场分析预测报告》共二十七章。首先介绍了儿童消费行业市场发展环境、儿童消费整体运行态势等，接着分析了儿童消费行业市场运行的现状，然后介绍了儿童消费市场竞争格局。随后，报告对儿童消费做了重点企业经营状况分析，最后分析了儿童消费行业发展趋势与投资预测。您若想对儿童消费产业有个系统的了解或者想投资儿童消费行业，本报告是您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。

报告目录：

第一部分 调查报告技术说明

一、项目总体概要

二、研究方法

三、样本量及抽样方式

四、受访者背景分析

五、报告阅读指南

第二部分 中国城市儿童群体素描

第一章 儿童总量与结构

一、群体规模

二、群体结构

第二章 儿童背景特征

一、家庭结构

二、家庭背景

三、家庭收入水平

第三章 儿童的性格特征与价值细分

一、儿童性格特点分析

二、儿童价值观群体细分

三、儿童不同价值观细分群体特征分析

第三部分 城市儿童生活形态分析

第四章 儿童成长中最关注方面——成长核心价值

一、成长中最看重的方面

二、对孩子成长帮助最大的活动形式

第五章 课余活动——不断被侵占的自由时间

一、儿童的课后活动方式

二、儿童的周末活动方式

三、儿童的自由时间分布

四、自由时间活动内容分布结构

第六章 假期生活——扩大视野的好机会

一、暑假生活

二、寒假生活

第七章 电子产品与服务——跟随时代与时尚

一、儿童拥有的电子产品

二、儿童经常使用的电子产品

三、儿童使用过的电子服务

四、儿童经常使用的电子服务

第八章 互联网世界——e时代的影响

一、儿童上互联网的比例

二、儿童上互联网的时间分布

三、上互联网的目的

第九章 虚拟社区——QQ连起你我他

一、儿童拥有QQ的比例

二、经常使用的QQ服务或功能

第十章 圈内话题与偶像——流行文化的影响

- 一、同学或伙伴间讨论话题
- 二、崇拜或喜欢的人物
- 三、喜欢的影视书题材
- 四、喜欢的生日礼物

第十一章 梦想——成长的原动力

第四部分 城市儿童总体消费分析

第十二章 儿童总体消费量分析

- 一、家庭消费情况
- 二、儿童消费情况
- 三、儿童消费结构分析

第十三章 儿童消费行为分析

- 一、零花钱消费行为
 - 1.零花钱金额分布
 - 2.零花钱支出项
 - 3.零花钱支出渠道
 - 4.零花钱花费关注因素
- 二、儿童逛街购物消费行为
 - 1.逛街购物频次
 - 2.喜欢逛商店类型
 - 3.逛街购物决策者
- 三、网购消费行为
 - 1.网购比例
 - 2.偏好网购产品
- 四、衍生品消费分析
 - 1、购买动漫、网游衍生产品比例
 - 2、购买衍生产品偏好产品类型

第十四章 购物考虑因素及品牌对消费的影响

- 一、购物主要考虑因素
- 二、品牌对儿童购物的影响
- 三、儿童认知的品牌

第十五章 儿童消费购物渠道及信息渠道分析

- 一、儿童消费购物渠道
- 二、儿童消费信息渠道

第五部分 城市儿童消费细分市场分析

第十六章 幼教消费市场分析

- 一、幼儿园需求状况分析
- 二、亲子教育接受度分析
- 三、幼教服务满意度分析
- 四、费用状况分析

第十七章 儿童培训消费市场分析

- 一、培训接受情况与未来需求趋势
- 二、参加培训的频次
- 三、参加培训班的原因分析
- 四、培训内容需求分析
- 五、寒暑假培训内容偏好
- 六、费用状况分析

第十八章 儿童食品消费市场分析

- 一、婴儿辅食、营养保健品需求分析
- 二、奶制品消费需求及偏好分析
 - 1、奶制品消费类型
 - 2、一岁内喂养方式
 - 3、奶源来源地信任度分析
- 三、奶制品、辅食消费考虑因素
- 四、零食偏好及购买考虑因素
- 五、费用状况分析

第十九章 儿童服装服饰消费市场分析

一、服装服饰消费行为分析

二、服装服饰满意度分析

三、费用状况分析

第二十章 婴幼儿日用品消费市场分析

一、婴幼儿刷牙起始年龄

二、婴幼儿日用品消费状况

二、婴幼儿日用品满意度分析

第二十一章 学习机消费市场分析

一、儿童拥有学习机、点读机、复读机等比例

二、学习机、复读机等品牌偏好

三、学习机、点读机、复读机使用频率

四、学习机、点读机、复读机使用效果评价

第二十二章 课外读物消费市场分析

一、偏好的课外读物类型

二、题材偏好

三、费用状况分析

第二十三章 玩具消费市场分析

一、玩玩具群体分析

二、玩具购买频次

三、玩具产品或品牌偏好

四、玩具满意度分析

五、拥有的童车类型

六、费用状况分析

第二十四章 儿童动漫消费市场分析

一、看动漫的频次

二、儿童喜欢的动漫

三、喜欢动漫的原因

第二十五章 儿童电子游戏消费市场分析

一、玩电子游戏时间分布

二、喜欢的电子游戏

第二十六章 儿童娱乐消费市场分析

一、儿童喜欢玩（娱乐）的地方

二、较大娱乐场所娱乐频次

三、玩、娱乐时心理感受

四、费用状况分析

第二十七章 儿童理财市场需求分析

一、儿童零用钱积攒规模与处理方式

二、儿童商业保险或投资产品参与情况

第六部分 总结与分析

一、儿童生活形态与消费特点总结

二、对儿童市场拓展与营销的建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202404/18-610787.html>