400-072-5588

2019 年
中国婴儿推车行业概览

行业走势图



宏观研究团队

王思雨 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 儿童用品系列行业概览——2019 年中国儿童智能手表行业概览
- 儿童用品系列行业概览——2019 年中国婴幼儿洗护用品行业概览
- 儿童用品系列行业概览——2020 年中国儿童家具行业概览

报告摘要

婴儿推车又称儿童推车，即儿童出行的辅助工具，是由人工推行、一名儿童或多名儿童乘坐的车辆，其组成部分包括遮阳蓬、座垫、睡篮、防霾罩等。婴儿推车生产者不断将新技术运用于推车的生产中，逐渐延伸推车应用场景，使推车可在逛街、跑步、骑行、滑雪等多个场景中自由切换。伴随消费者需求多样化、90 后父母成消费主力等因素驱动，婴儿推车行业市场规模由 2014 年的 55.3 亿元增长至 2018 年的 149.5 亿元，年复合增长率为 28.2%。

热点一：监管严格，驱动婴儿推车行业良性发展

中国政府及相关主管部门对婴儿推车的质量、安全性要求极高，对其实施强制性产品认证，并开展强制性监督抽查工作，并在“六一”儿童节等儿童相关节日里，地方市场监管局通常对童车生产企业、网络销售平台进行随机抽检。**在中国相关主管部门严格监管下，婴儿推车产品的强制认证要求驱动行业良性发展，有助于提高企业及其产品竞争力，加速行业产业结构调整。**

热点二：需求多样化驱动婴儿推车产品升级

消费者在选购婴儿推车时，考虑的因素包括外观、功能、安全性、质量、便捷性、重量、价格、空间、透气性等多个方面。各消费主体对婴儿推车的需求存在差异化，选择婴儿车的侧重点均有所不同。此外，消费者对婴儿推车的需求处于不断变化之中，驱动生产商不断追求婴儿推车的创新发展，促进产品升级。

热点三：婴儿推车产品呈智能化发展趋势

由于互联网、大数据、AI 等新技术的出现，婴儿推车朝着智能化趋势发展。消费者需求多样化，促进婴儿推车智能刹车、音乐早教、防雾霾功能等功能增加。**智能婴儿推车的应用，具有保障安全、提高舒适性、使用便捷等特点，其功能模块包括身份识别及防抱走功能、防翻车功能、运动状态检测及智能助力系统、姿态调整功能、智能遮阳及照明功能等。**

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国婴儿推车行业市场综述 8

2.1 中国婴儿推车行业定义及分类 8

2.2 中国婴儿推车行业发展历程 9

2.3 中国婴儿推车行业产业链 10

2.3.1 上游分析 11

2.3.2 中游分析 13

2.3.3 下游分析 14

2.4 中国婴儿推车行业市场规模 15

3 中国婴儿推车行业驱动及制约因素 17

3.1 中国婴儿推车行业驱动因素 17

3.1.1 监管严格，驱动行业良性发展 17

3.1.2 中国“全面二孩”政策放开 18

3.1.3 需求多样化驱动产品升级 19

3.2 中国婴儿推车行业制约因素 20

3.2.1 产品同质化严重，自主品牌少 20

3.2.2 低价恶性竞争严重 20

4 中国婴儿推车行业政策分析 21

5 中国婴儿推车行业发展趋势 23

5.1 婴儿推车智能化.....23
5.2 婴儿推车场景化.....24
5.3 婴儿推车租赁逐渐兴起.....25
6 中国婴儿推车行业竞争格局.....26
6.1 中国婴儿推车行业竞争格局概述.....26
6.2 中国婴儿推车行业典型企业分析.....27
6.2.1 广东乐美达集团有限公司.....27
6.2.2 威凯儿童用品有限公司.....28
6.2.3 宁波妈咪宝婴童用品制造有限公司.....30

图表目录

图 2-1 婴儿推车行业的分类 8
图 2-2 中国婴儿推车行业发展历程 9
图 2-3 中国婴儿推车行业产业链 11
图 2-4 中国布产量，2014-2018 年 12
图 2-5 中国微商 6 大模式 14
图 2-6 中国婴儿推车市场规模，2014-2023 年预测 16
图 3-1 中国新生儿数量及人口出生率，2009-2018 年 18
图 4-1 中国婴儿推车行业相关政策 22
图 5-1 智能婴儿推车功能延伸 23
图 5-2 婴儿推车可应用场景 24
图 5-3 婴儿推车租赁模式 25
图 6-1 乐美达婴儿推车产品介绍 27
图 6-2 威凯婴儿推车产品介绍 29
图 6-3 妈咪宝婴儿推车产品介绍 30

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，从儿童用品、消费品等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 8 月完成。

1.2 名词解释

- **强制性产品认证**：即 CCC 认证，中国政府为保护消费者安全依据法律法规实施的一种产品合格评定制度。政府部门通过制定强制性产品认证的产品目录并实施强制性产品认证程序，对列入目录的产品实施强制性的检测及审核。列入目录内的产品，未获得指定认证机构的认证证书，且未按照规定加施认证标志，将被禁止出口、出厂销售或在经营服务场所使用。
- **OEM**：Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商，又称代工生产。品牌生产者利用自身掌握的核心技术，负责新产品设计及开发，通过合同订购委托其他同类厂家生产产品，对所定产品低价买断，并贴上自有品牌的商标。这种委托其他厂家生产的合作方式称为 OEM，承接加工任务的制造商称为 OEM 厂商，其生产的产品为 OEM 产品。
- **ODM**：Original Design Manufacturer，原始设计制造商。ODM 是指制造商设计出某产品后，获得其他企业认可，经过协商承接该企业设计及制造业务，配上后者品牌名称并为其生产产品。这种委托其他厂家设计、生产产品的合作方式称为 ODM，承接设计制造业务的制造商称为 ODM 厂商，其生产的产品为 ODM 产品。
- **ICTI**：International Council of Toy Industries，国际玩具业协会。该协会成立于 1974 年，其成员包括美国、英国、澳大利亚、瑞典、巴西、加拿大、中国等 20 个国家和地区的玩具贸易协会。为保证玩具产品安全及人性化生产，ICTI 为玩具工厂制定一套审核标准，对审核成功的工厂授予 ICTI 认证证书。ICTI 证书包括 Class A、Class A(60~hour workweek)、Class B、Class C 及观察期五类级别。

- **GSV**：Global Security Verification，全球安全验证。GSV 涉及工厂的员工、仓库、集装箱、装货、出货等环节，支持全球供应链安全策略的开发及实施。GSV 拥有先进评分体系，可满足各类国际进口安全体系的要求，其评估结果可为多家进口商共同使用。GSV 体系具有透明度高、涵盖范围广、促进资源整合等优点。工厂通过 GSV 审核后将获得美国海关发放的 GSV 证书。

2 中国婴儿推车行业市场综述

2.1 中国婴儿推车行业定义及分类

婴儿推车又称儿童推车，即儿童出行的辅助工具，是由人工推行、一名儿童或多名儿童乘坐的车辆，其组成部分包括遮阳蓬、座垫、睡篮、防霾罩等。依据产品功能，婴儿推车可划分为卧式推车、坐式推车、坐卧两用推车、多功能婴儿推车四种类型（见图 2-1 婴儿推车行业的分类）。

图 2-1 婴儿推车行业的分类

类别	特点
卧式婴儿推车	多用于小于6个月、不可坐立的婴儿，产品较为笨重
坐式婴儿推车	适用于大于6个月的婴幼儿，具有轻便、易折叠、方便携带等特点
坐卧两用式婴儿推车	适用范围广，产品结构复杂，折叠及携带便捷性有待提高
多功能婴儿推车	多见于国外品牌，通过固定车架，可经过特殊转换实现相应功能

来源：头豹研究院编辑整理

（1）卧式婴儿推车

卧式婴儿推车四周用塑料、布料、金属等材料围起，其座椅位置以卧兜形式存在，且卧兜的背靠角度可调节幅度。卧式婴儿推车多用于小于 6 个月、不可坐立的婴儿，产品较为笨重。

（2）坐式婴儿推车

坐式婴儿推车以伞车为主，可分为靠背可调节及不可调节两种类型。坐式婴儿推车适用于大于 6 个月的婴幼儿，具有轻便、易折叠、方便携带等特点。

（3）坐卧两用式婴儿推车

坐卧两用式婴儿推车综合了坐式婴儿推车、卧式婴儿推车两类产品功能，可依据儿童生

长的不同时期进行靠背角度调节，实现坐、躺两用的效果。坐卧两用式婴儿推车适用范围广，产品结构复杂，折叠及携带便捷性有待提高。

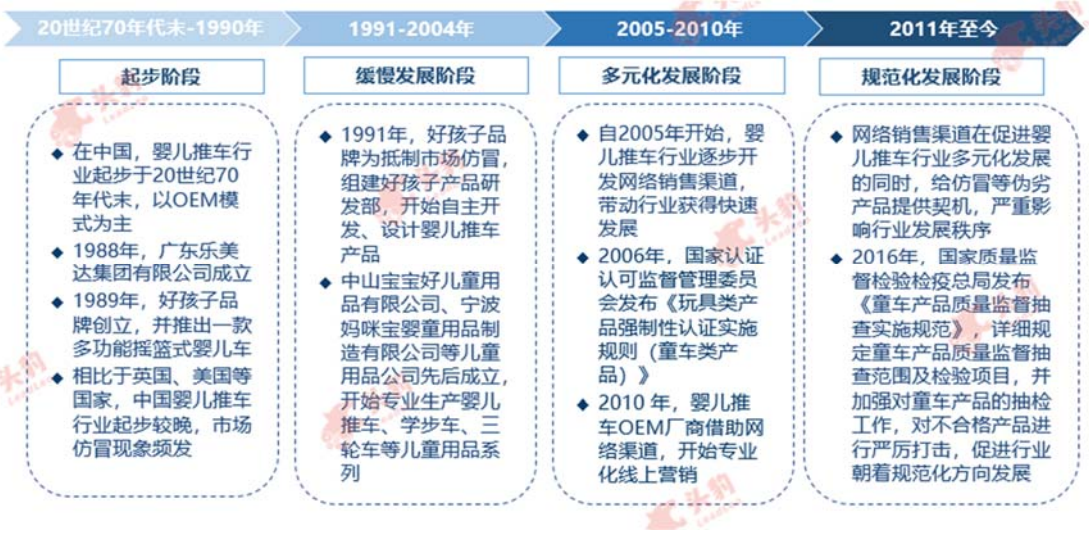
（4）多功能婴儿推车

多功能婴儿推车多见于国外品牌，是一种多用途组合的推车。例如，多功能婴儿推车通过固定车架，可实现婴儿推车与汽车安全座椅的相互转换，具备一车两用的功能。

2.2 中国婴儿推车行业发展历程

中国婴儿推车行业先后经历了起步阶段、缓慢发展阶段、多元化发展阶段、规范化发展阶段四个阶段（见图 2-2 中国婴儿推车行业发展历程）。

图 2-2 中国婴儿推车行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）20 世纪 70 年代末-1990 年：起步阶段

在中国，婴儿推车行业起步于 20 世纪 70 年代末，以 OEM 模式为主。1988 年，广东乐美达集团有限公司成立，开始生产婴儿手推车、娃娃车、婴儿床、摇椅、吊篮、布类等婴儿产品。1989 年，好孩子品牌创立，并推出一款多功能摇篮式婴儿车，促进中国婴儿推车行业起步。相比于英国、美国等国家，中国婴儿推车行业起步较晚，市场仿冒现象频发。

（2）1991-2004 年：缓慢发展阶段

1991 年，好孩子品牌为抵制市场仿冒，组建好孩子产品研发部，开始自主开发、设计婴儿推车产品。1993 年，中国婴儿车销量中，好孩子品牌位列第一，表明好孩子品牌逐渐在婴儿推车行业发挥重大作用。1999 年好孩子正式进军美国市场，并迅速占领销量榜首。另外，在此阶段，中山宝宝好儿童用品有限公司、宁波妈咪宝婴童用品制造有限公司等儿童用品公司先后成立，开始专业生产婴儿推车、学步车、三轮车等儿童用品系列。市场参与主体数量逐渐增多，促进婴儿推车行业不断发展。

（3）2005-2010 年：多元化发展阶段

自 2005 年开始，婴儿推车行业逐步开发网络销售渠道，带动行业获得快速发展。2006 年，国家认证认可监督管理委员会发布《玩具类产品强制性认证实施规则（童车类产品）》，对认证模式、获证条件、认证基本环节、认证实施基本要求、认证标志使用等方面进行详细规定，促进婴儿推车行业健康有序发展。2010 年，婴儿推车 OEM 厂商借助网络渠道，开始专业化线上营销，在淘宝等网络平台开展精细化运作，促使新品牌不断涌现，行业呈现多元化发展趋势。

（4）2011 年至今：规范化发展阶段

网络销售渠道在促进婴儿推车行业多元化发展的同时，为仿冒等伪劣产品提供了契机，严重影响行业发展秩序。为此，2016 年，国家质量监督检验检疫总局发布《童车产品质量监督抽查实施规范》，详细规定童车产品质量监督抽查范围及检验项目，并加强对童车产品的抽检工作，对不合格产品进行严厉打击，促进行业朝着规范化方向发展。

2.3 中国婴儿推车行业产业链

中国婴儿推车行业上游参与者由原材料供应商组成，婴儿推车原材料包括塑料、金属、

布料等；中游参与者为婴儿推车生产商，包括品牌厂商、代工厂商；下游参与主体为婴儿推车销售渠道，包括线上渠道、线下渠道（见图 2-3）。

图 2-3 中国婴儿推车行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.3.1 上游分析

中国婴儿推车行业上游参与者由原材料供应商组成，婴儿推车原材料包括塑料、金属、布料等，应用于婴儿推车遮阳蓬、座垫、睡篮及防霾罩等各组成部分。

（1）塑料

塑料作为主要原材料或辅助原材料，应用范围广阔。伴随石油化工产业发展，中国塑料原材料国内市场供给充足，可满足塑料制品生产需求。婴儿推车的车轮、把手、安全带扣等构成部分均对塑料存在需求。在《童车产品质量监督抽查实施规范》中，涉及塑料材料的检验项目包括对材料质量、手把强度、安全带扣的强度、车轮的强度、塑料包装袋和软塑料薄膜等性能检验。儿童推车制造对塑料材料需求大，在抽检过程中塑料的质量、使用效果占据重要地位。

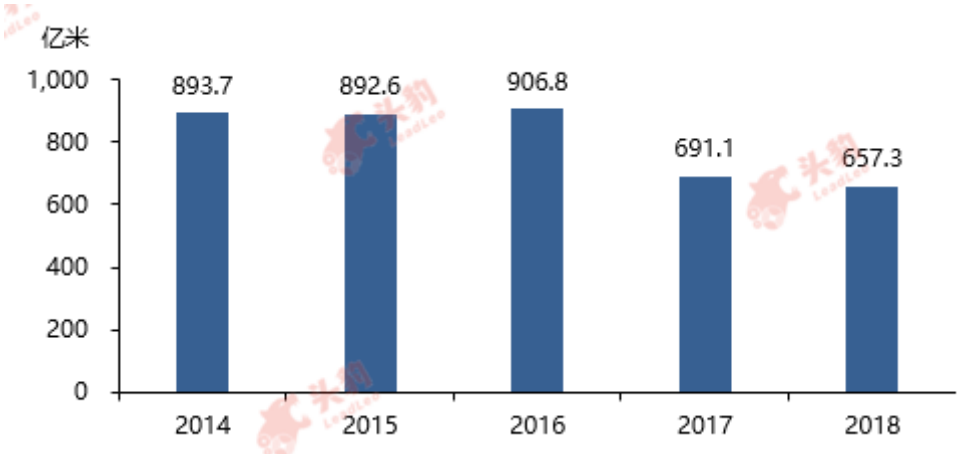
（2）金属

金属材料具有延展性、耐久性、易导电、传热等性能，可制造任意复杂的三维几何实体。金属材料可分为黑色金属、有色金属及特种金属三种类型。金属材料可应用于日用金属制品制造、结构性金属制品制造、金属工具制造、集装箱及金属包装容器制造等产品制造。在《童车产品质量监督抽查实施规范》中，涉及金属材料的检验项目包括对材料质量、金属表面、小零件、机械部件的连接、稳定性等性能检验。儿童推车制造对金属材料需求大，且对其质量、使用效果具有严格要求。

（3）布料

布料是服装、家居等众多领域中常用的原材料，婴儿推车中遮阳蓬、座垫、睡篮等构成部分均对布料存在需求。依据布料特性，可将其分为棉布、麻布、丝绸、呢绒、皮革、化纤、混纺等种类。目前，中国布料生产存在技术含量低、质量不稳定、设计力量薄弱、生产渠道杂乱等问题，影响中国布料行业发展。根据国家统计局数据，中国布产量呈下降趋势，由2014 年的 893.7 亿米下降至 2018 年的 657.3 亿米。婴儿推车对布料需求高，布产量下降将影响婴儿推车的布料供给情况。

图 2-4 中国布产量，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

2.3.2 中游分析

中游参与者为婴儿推车生产商，包括代工厂商及品牌厂商，其中，代工厂商包含 ODM 厂商、OEM 厂商。整体而言，婴儿推车在中游环节利润水平在 15%~20%范围内。

（1）代工厂商

婴儿推车代工厂商包括 ODM 厂商及 OEM 厂商，代工生产的产品多出现于中低端市场中。ODM 厂商为承接设计制造业务的制造商，其生产的产品为 ODM 产品，OEM 厂商为承接加工任务的制造商，其生产的产品为 OEM 产品。ODM 与 OEM 之间最大的区别在于，ODM 仅负责产品代工生产，OEM 在负责代工生产之前，需提出产品设计方案。中国婴儿推车行业起步时，以 OEM 生产模式开拓海外市场。发展至今，OEM 模式仍是婴儿推车行业内普遍存在的一种生产方式，许多厂商为婴儿推车企业提供 ODM 产品、OEM 产品代工生产服务。例如，东莞市鸿华五金源头厂家接受五金管件、婴儿推车、“遛娃神器”等母婴产品 ODM、OEM 加工，承接婴儿推车坐垫、车篷、雨罩、车身布套、置物篮等针织制品加工业务及婴儿推车模具开发配套业务。另外，中国代加工网、猪八戒网、阿里巴巴、一呼百应等网络平台为代工厂与企业提供信息共享渠道，企业可在此类网站获取代工厂业务范围、产品种类等信息。

采取代工生产模式的厂商需承担高昂的模具成本及人力成本。一套婴儿推车模具生产流程包括审图、造型、备料、加工、模架加工、模芯加工、电极加工、模具零件加工、检验、装配、飞模、试模、生产等 10 余个步骤，工序繁杂。多数婴儿推车模具的价格范围为 40,000~100,000 元，价格昂贵。

（2）品牌厂商

中国婴儿推车市场中，品牌厂商数量比代工厂商数量少。其中，中国品牌有好孩子、宝

宝好、小天使、神马等，海外品牌有 Stokky、Aprica、Artsana、Craco、Bugaboo、Combi 等。品牌厂商自主生产产品，独立掌握产品设计、生产、销售等环节，在生产过程中可有效控制投入成本，议价能力强。

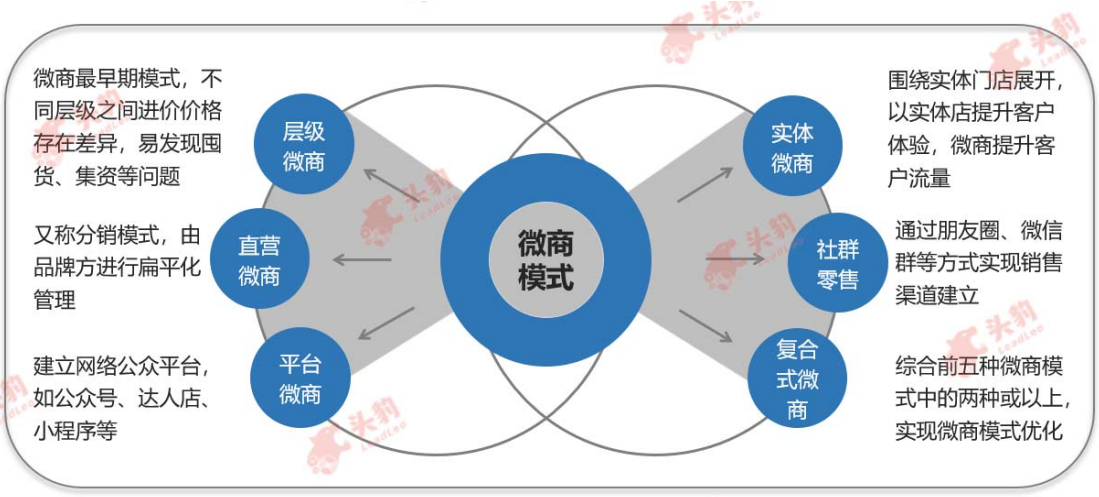
2.3.3 下游分析

婴儿推车的下游参与主体为销售渠道，包括线上销售渠道及线下销售渠道。在销售环节，婴儿推车产品利润率与产品等级存在紧密联系，中高端婴儿推车产品利润率高，低端婴儿推车产品利润率低，整体利润率约 15%。

（1）线上销售渠道

婴儿推车行业线上销售渠道包括：①天猫、淘宝、京东、唯品会、苏宁易购等网络电商平台。婴儿推车同一品牌会在多个网络电商平台入驻，以提高用户触达率。例如，广东吉宝宝儿童用有限公司创立于 2016 年 6 月，于 2018 年 7 月入驻天猫、京东、唯品会、苏宁易购等多个平台；②好孩子、宝宝好等品牌官网。对有品牌消费偏好的消费者而言，直接到品牌官网购买产品，比其他途径购置产品更具保障性，其售后服务也更完善；③微信、微博等微商渠道。伴随自媒体技术发展，多数“宝妈”为了方便照顾家庭，加入自由度高的微商行列。微商模式以人际交往为核心，依托移动互联网空间，通过微信、微博等自媒体平台，促成代购产品买卖的目的。相比于线下渠道，线上渠道打破空间格局，为消费者提供更多种类的产品选择、更便捷的服务。

图 2-5 中国微商 6 大模式



来源：头豹研究院编辑整理

婴儿推车最终面向消费者群体。根据访谈婴儿推车行业 top1 公司 8 年以上行业经验的专家了解，不同消费者对婴儿推车的消费习惯及需求呈现不同特征。以 80 后和 90 后为例，在产品信息获取渠道上，80 后对于婴儿推车产品信息多来源于身边朋友推荐，90 后更倾向于通过网络平台、育儿 APP 等途径获取婴儿推车购买经验。在产品种类上，80 后更关注性价比，90 后更关注产品个性化及外观时尚感。

（2）线下销售渠道

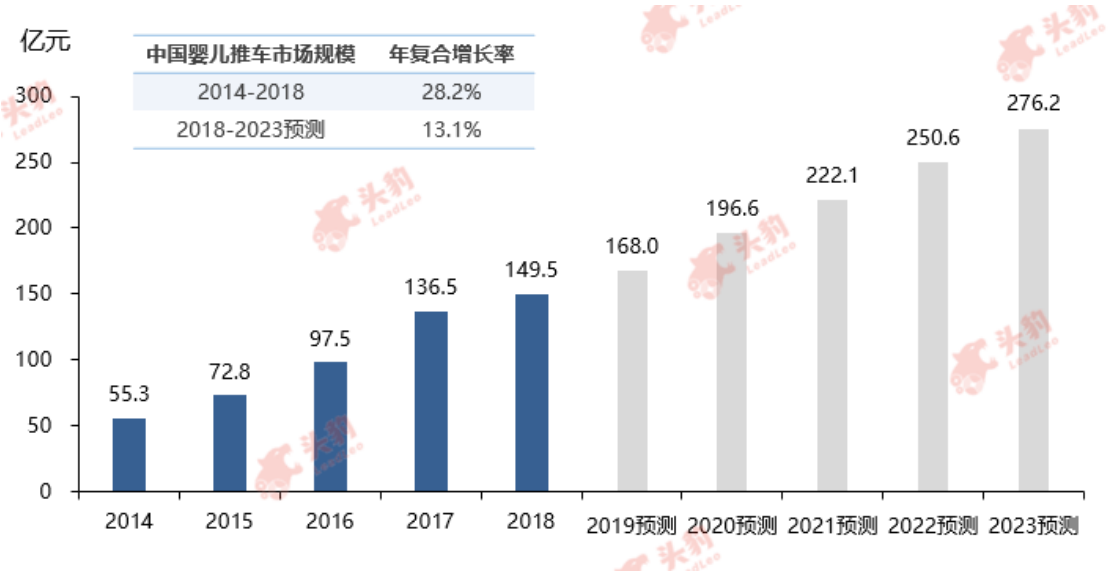
婴儿推车行业线下销售渠道包括：①母婴店，又分为母婴连锁店、婴童用品专卖店、奶粉专卖店等类别；②品牌门店，例如好孩子品牌已设有实体门店 800 家；③大型综合性超市，苏果、沃尔玛、大润发、永辉等综合性超市中，衣、食、生活用品齐全，均设有婴儿推车产品板块。线下销售渠道极其看重客流量，店铺规模、店铺地理位置、店铺的服务质量、店铺的产品类别等因素均会对客流量高低产生影响。

2.4 中国婴儿推车行业市场规模

近五年来，中国婴儿推车行业以 28.2%的年复合增长率保持快速增长态势，由 2014 年的 55.3 亿元增长至 2018 年的 149.5 亿元。婴儿推车属于儿童成长过程中的必需品，其市

场规模受新生儿数量影响大。2015 年 10 月，中国政府及相关主管部门开始推行“全面二孩”政策。同年 12 月，中国十二届全国人大常委会第十八次会议审议修正了《人口与计划生育法修正案（草案）》，正式放开“全面二孩”政策，刺激 2016 年新生儿数量增长为 1,786 万人，比 2016 年增长 7.9%。因此，2016 年婴儿推车行业市场规模存在明显提升。伴随消费者需求多样化、消费升级、90 后父母成为消费主力等因素驱动，未来五年，中国婴儿推车行业市场规模将获得进一步增长，预计 2023 年，婴儿推车行业市场规模有望实现 276.2 亿元（见图 2-6）。

图 2-6 中国婴儿推车市场规模，2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

总体来看，婴儿推车市场规模持续增长，主要受以下 5 点因素驱动：

（1）婴儿推车产品属于伴随新生儿成长的必需品，下游需求高；

（2）婴儿推车行业网络渠道不断扩展，线上、线下渠道发展，为消费者提供便利、全面、快捷的服务；

（3）中国“全面二孩”政策放开，刺激 2016-2017 年新生婴儿数量增长，带动婴儿推车需求提升；

（4）互联网、人工智能、大数据等技术发展，驱动婴儿推车智能化发展，提升产品安

全性能，满足消费群体多样化需求；

（5）中国居民人均可支配收入持续增加，儿童用品消费支出逐年增加，对婴儿推车产品质量提出高要求。

3 中国婴儿推车行业驱动及制约因素

3.1 中国婴儿推车行业驱动因素

3.1.1 监管严格，驱动行业良性发展

中国政府及相关主管部门对婴儿推车的质量、安全性要求极高，对其实施强制性产品认证，并开展强制性监督抽查工作。2005 年 12 月，国家质量监督检验检疫总局、国家认证认可监督管理委员会发布《国家质量监督检验检疫总局、国家认证认可监督管理委员会 2005 年第 198 号公告》(以下简称“《公告》”)，决定对部分玩具产品实施强制性产品认证，并公布了实施强制性产品认证的玩具产品目录，目录中包含婴儿推车，并将其归为玩具类。《公告》明确提出，目录中的玩具产品未获得强制性产品认证证书及未加施中国强制性认证标志的，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。2006 年 1 月，国家认证认可监督管理委员会发布《玩具类产品强制性认证实施规则（童车类产品)》，对认证模式、获证条件、认证基本环节、认证实施基本要求、认真标志使用等方面做出详细规定。2016 年 2 月，国家质量监督检验检疫总局发布《童车产品质量监督抽查实施规范》，规定监督抽查范围为 14 岁以下婴儿或儿童乘骑的童车，其中，儿童推车检验项目有危险夹缝、锐利边缘和尖端、小零件、外露突出物等 28 项。根据国家市场监督管理总局公布的童车产品质量国家监督抽查结果，2016-2018 年三年内，包括婴儿推车在内的童车类抽检不合格率在 5%~6 %的范围。

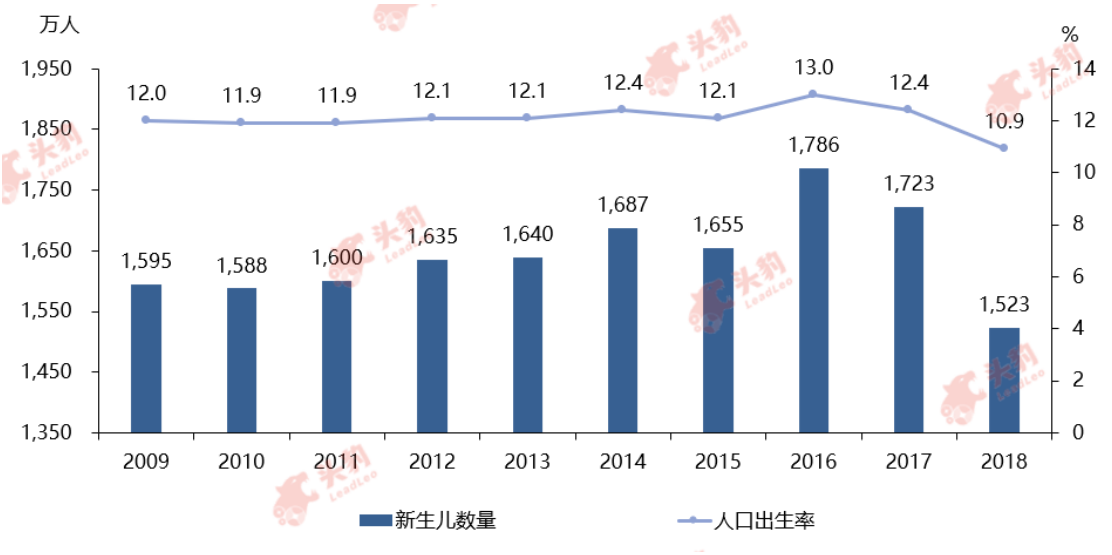
另外，在“六一”儿童节等儿童相关节日里，地方市场监管局通常对童车生产企业、网

络销售平台进行随机抽检。例如，2019 年 6 月，上海市市场监管局公布对天猫、网易考拉、1 号店等 7 家网络平台销售的 42 个批次儿童推车、电动童车的抽检结果，其不合格率为 11.9%。在中国相关主管部门严格监管下，婴儿推车产品的强制认证要求驱动行业良性发展，有助于提高企业及其产品竞争力，加速行业产业结构调整。

3.1.2 中国“全面二孩”政策放开

中国“全面二孩”政策放开，带动新生婴儿数量增长，刺激婴儿推车行业快速发展。2015 年 10 月，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，明确提出全面实施一对夫妻可生育两个孩子的政策，以应对中国人口老龄化趋势。同年 12 月，中国十二届全国人大常委会第十八次会议审议修正了《人口与计划生育法修正案（草案）》，提倡一对夫妻生育两个子女，自主选择计划生育避孕节育措施，符合法律、法规规定生育子女的夫妻，可获得延长生育假期奖励或其他福利待遇。“全面二孩”政策放开后，中国新生婴儿数量出现快速增长，2016 年人口出生率提高至 13.0%，2016-2017 两年新生儿总量趋高。由于 2018 年育龄妇女人数下降、90 后生育意愿低等因素影响，2018 年新生儿数量偏低。但从 2016-2018 年整体上看，新生婴儿总数超过 5,000 万名，仍高于 2013~2015 三年的新生儿数量（见**图 3-1**）。婴儿推车属于新生儿成长过程中的必需品，新生婴儿数量高低直接影响婴儿推车产品销量。“全面二孩”政策放开，新生儿总量呈增长趋势，带动婴儿推车市场需求进一步提升。

图 3-1 中国新生儿数量及人口出生率，2009-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

3.1.3 需求多样化驱动产品升级

消费者在选购婴儿推车时，考虑的因素包括外观、功能、安全性、质量、便捷性、重量、价格、空间、透气性等多个方面。各消费主体对婴儿推车的需求存在差异化，选择婴儿车的侧重点均有所不同。此外，消费者对婴儿推车的需求处于不断变化之中，驱动生产商不断追求婴儿推车的创新发展，促进产品升级。例如，近三年来，因家长疏忽、婴儿推车质量等问题，婴儿车溜车、滑车事故频发。中国父母在购买婴儿推车时，将其安全性放在首位。为了防止溜车、滑车事故发生，爱贝丽推出一款自动感应智能刹婴儿推车，采用“B-touch 婴儿出行安全系统”，实现了脱手即刹的自动感应智能刹车，可有效避免婴儿推车意外滑车现象发生。因外界环境变化、意外状况不断发生，消费者对婴儿推车需求呈现多样化趋势，要求婴儿推车折叠更便捷、重量更轻、安全性更高等。为满足市场多样化需求，生产商需不断突破原有产品特色，进而促进产品升级。

3.2 中国婴儿推车行业制约因素

3.2.1 产品同质化严重，自主品牌少

产品同质化是在同一行业中，不同品牌的产品在功能、外观、制作流程、传递内容等方面存在雷同现象。自电商渠道打通以来，多数厂商趋于通过模仿降低产品生产成本，以追逐更高的市场份额。模仿生产导致婴儿推车行业中产品同质化严重，劣币驱逐良币现象明显：（1）外观上：绝大部分的婴儿推车由遮阳蓬、座垫、睡篮及防霾罩等部分组成，各种类婴儿推车在外观上相似度极高；（2）性能上：大部分婴儿推车具有可折叠、轻质化、安全性、多功能等特点，在折叠方面追求便捷化，在重量上追求轻质化，在安全性上采取自动刹车功能；（3）应用场景上：除了少量可应用于跑步、滑雪、骑行等场景的高端婴儿车产品外，大部分婴儿推车产品应用场景为居家、外出两个方面。

婴儿推车行业中 OEM 生产模式普遍，OEM 模式不涉及产品设计及研发，从不同的角度可将其称之为“委托生产”、“代工生产”、“委托加工”、“生产外包”等。OEM 厂商依靠客户产品设计进行生产，所生产产品返销给客户。在行业平稳运行时期，OEM 厂商可正常生存，如果行业发生大幅波动，将威胁 OEM 厂商发展前景。另外，婴儿推车行业 OEM 模式盛行，亦反映出中国婴儿推车自主品牌数量少的现状。产品同质化程度高、自主品牌数量少，不利于行业健康有序发展。

3.2.2 低价恶性竞争严重

伴随互联网发展、电商崛起，婴儿推车产品价格、产品种类、产品功能均趋于透明化。消费者在购买婴儿推车前，可通过网络渠道获取大量信息，自主选择性逐渐增强。婴儿推车产品同质化严重，消费者在选择产品时，价格成为重要的衡量标准。基于以上原因，低价竞

争逐渐成为婴儿推车企业争夺市场份额的重要手段。低价竞争现象迫使更多企业卷入价格战，在这过程中，资金实力弱的中小企业更容易被市场淘汰。各婴儿推车企业为了稳定市场根基，维持企业利润水平，通常采取以下三种措施：（1）薄利多销：直接降低商品价格以提高产品的价格优势，进而带动产品销量提升，依靠产品销量保障企业利润；（2）降低人工成本：雇佣廉价劳动力，延长劳动时间，以降低人工成本；（3）降低生产成本：包括降低原材料成本、缩减生产程序，降低原材料成本可通过降低原材料质量实现，缩减生产程序可通过缩减产品功能实现。以上三种办法均存在弊端，薄利多销易产生恶性循环，对企业资金实力、生产能力均存在要求。当前劳动成本趋于上涨，企业降低人工成本将影响员工稳定性。企业降低原材料成本会直接导致产品质量下降，不利于产品口碑的积累。因此，低价竞争对企业而言，在资金、劳动力、口碑等方面损害程度高，不利于企业长期发展，进而影响行业健康、有序发展。

4 中国婴儿推车行业政策分析

中国政府及相关主管部门在出台政策时，将婴儿推车归为玩具类。近五年来，中国政府鼓励支持玩具类产品生产，并继续加强对玩具类产品质量的监管。2015 年 5 月，国务院发布《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》，要求继续巩固玩具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位，推动外贸商品结构调整。2015 年 12 月，国务院办公厅发布《关于印发国家标准化体系建设发展规划（2016-2020 年）的通知》明确提出，在玩具、家具、鞋类等 30 个重点领域，开展 1,000 项国内外标准比对评估。2016 年 1 月，国务院发布《关于促进加工贸易创新发展的若干意见》，要求继续发展玩具、塑料制品、家具等传统劳动密集型加工贸易产业，支持企业加强技术研发及设备改造，提升产品技术含量及附加值。2016

年 4 月，国务院办公厅发布《关于印发贯彻实施质量发展纲要 2016 年行动计划的通知》，提出深入开展质量提升行动要求，以玩具、儿童及婴幼儿服装、家具等消费者普遍关注的消费品为重点，组织实施消费品质量提升工程。2016 年 8 月，国务院办公厅发布《关于印发国家残疾预防行动计划（2016-2020 年）的通知》，要求加强对玩具、电子产品的质量监督，减少儿童意外伤害。2016 年 9 月，国务院办公厅发布《关于印发消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）的通知》，要求提升儿童玩具、儿童安抚用品等产品的标准化水平。2017 年 1 月，国务院发布《关于印发“十三五”市场监管规划的通知》，明确提出要加强对婴幼儿用品的监管，加大对婴幼儿玩具、食品、服装等的抽查检验力度，确保婴幼儿消费安全。2018 年 8 月，国务院办公厅发布《关于印发全国深化“放管服”改革转变政府职能电视电话会议重点任务分工方案的通知》，要求深化工业产品许可证制度改革，2019 年以玩具产品为试点，对强制性产品认证实施法规式目录管理。中国政府对玩具产品质量、安全性能的重视，有助于推动婴儿推车行业规范化发展。

图 4-1 中国婴儿推车行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于印发全国深化“放管服”改革转变政府职能电视电话会议重点任务分工方案的通知》	2018-08	国务院办公厅	要求深化工业产品许可证制度改革，2019年以玩具产品为试点，对强制性产品认证实施法规式目录管理
《关于印发“十三五”市场监管规划的通知》	2017-01	国务院	明确提出要要加强对婴幼儿用品的监管，加大读婴幼儿玩具、食品、服装等的抽查检验力度，确保婴幼儿消费安全
《关于印发消费品标准和质量提升规划（2016—2020年）的通知》	2016-09	国务院办公厅	要求提升儿童玩具、儿童安抚用品等产品的标准化水平
《关于印发国家残疾预防行动计划（2016—2020年）的通知》	2016-08	国务院办公厅	要求加强对玩具、电子产品的质量监督，减少儿童意外伤害
《关于印发贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划的通知》	2016-04	国务院办公厅	提出深入开展质量提升行动要求，以玩具、儿童及婴幼儿服装、家具等消费者普遍关注的消费品为重点，组织实施消费品质量提升工程
《关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	2016-01	国务院	要求继续发展玩具、塑料制品、家具等传统劳动密集型加工贸易产业，支持企业加强技术研发及设备改造，提升产品技术含量及附加值
《关于印发国家标准化体系建设发展规划（2016-2020年）的通知》	2015-12	国务院办公厅	在玩具、家具、鞋类等30个重点领域，开展1,000项国内外标准比对评估
《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	2015-05	国务院	要求继续巩固玩具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位，推动外贸商品结构调整

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国婴儿推车行业发展趋势

5.1 婴儿推车智能化

由于互联网、大数据、AI 等新技术的出现，婴儿推车朝着智能化趋势发展（见图 5-1）。消费者需求多样化，促进婴儿推车智能刹车、音乐早教、防雾霾功能等功能增加。例如，上海阿柚信息科技有限公司推出一款牛顿智能婴儿推车。与传统婴儿推车相比，此款产品最大的亮点在于应用 AI 安全辅助系统，可智能控制推车的刹车，并具备手机互联、音乐早教等特色。智能婴儿推车的应用，具有保障安全、提高舒适性、使用便捷等特点，其功能模块包括身份识别及防抱走功能、防翻车功能、运动状态检测及智能助力系统、姿态调整功能、智能遮阳及照明功能等。另外，智能婴儿推车与移动 APP 相连，通过手机连接获取儿童出行的数据。未来，智能婴儿推车将结合 AI 算法技术，开发多功能早教模块，甚至研发“自动驾驶”婴儿推车。

图 5-1 智能婴儿推车功能延伸



来源：头豹研究院编辑整理

5.2 婴儿推车场景化

婴儿推车生产者不断将新技术运用于推车的生产中，逐渐延伸推车应用场景，使推车可在逛街、跑步、骑行、滑雪等多个场景中自由切换（见图 5-2）。当前市场中已出现此类婴儿推车产品，但多为国外品牌：（1）瑞典的 THULE：将安全、运动、时髦三者相结合，推出平稳、安全、轻质化的婴儿推车，并注入亲子互动理念。THULE 的儿童推车分为两类：①以慢跑、散步为主的 Glide 系列，旋转前轮可有效应对慢跑路况，其价位在 4,000 元左右；②具有散步、慢跑、骑行、滑雪等多种运动功能的 Chariot 系列，产品价位在 6,000~13,000 元范围内。（2）荷兰的 Bugaboo：推出一款 Bugaboo Runner 婴儿推车，具有完整的慢跑型儿童推车及以配件形式改装现有 Bugaboo 儿童推车两个版本。Bugaboo Runner 婴儿推车适合喜爱运动的家长。(3) Smartbe 团队：推出 Smartbe 智能婴儿推车，具有全自动、半自动、手动三种模式：①全自动模式下，通过蓝牙将婴儿推车与手机进行连接，可实现婴儿推车自动跟随用户前进或后退的效果；②半自动模式下，允许用户对推车进行简单的拐弯动作，通过传感器与用户保持安全距离；③手动模式下，与普通婴儿车无明显差异。在续航时间方面，Smartbe 产品满电状态下可使用 5 个小时左右。伴随信息技术发展、研发投入增加，未来，婴儿推车应用场景进一步延伸，或将应用于游泳、登山等情境中。

图 5-2 婴儿推车可应用场景



来源：头豹研究院编辑整理

5.3 婴儿推车租赁逐渐兴起

现阶段，在商场、酒店、景点、公园、游乐园等公共场所已出现婴儿推车租赁模式（见图 5-3）：（1）萝卜初行 APP 推出婴儿推车租赁服务，涵盖范围包括北京、上海、广州、厦门、三亚、成都等旅游热门城市；（2）深圳市宝贝租车有限公司通过“以租代购”的新型商业模式，为母婴群体提供母婴耐用品解决方案。深圳市宝贝租车有限公司旗下运营中国母婴耐用品在线租赁服务平台-宝贝租车，主营业务为婴儿推车、安全汽车座椅、儿童餐椅、婴儿床等母婴耐用品的在线租赁；（3）上海英伦宝贝儿童用品有限公司旗下高端母婴用品租赁平台-租客来，依托互联网媒介，通过母婴用品租赁模式+共享经济模式，倡导绿色、环保、循环、共享的新生活方式；（4）依托上海、厦门等城市的旅游度假区及旅游线路，上海迪燊旅游服务有限公司、悠宝母婴用品（上海）有限公司、厦门旺婶店旅游服务有限公司、上海萌亚儿童用品有限公司等公司在携程旅游网上为游客提供婴儿推车租赁服务。

图 5-3 婴儿推车租赁模式



来源：头豹研究院编辑整理

伴随共享经济理念发展，中国共享经济的市场规模持续扩大。根据国家信息中心数据，2018 年，中国共享经济交易规模达 29,420 亿元，比 2017 年增长 41.6%。在市场结构方

面，生活服务、生产能力、交通出行三个领域共享经济交易规模位居前三，分别为 15,894 亿元、8,236 亿元和 2,478 亿元。在参与人数方面，中国共享经济参与人数约 7.6 亿人，参与提供服务人数约 7,500 万人，比 2017 年增长 7.1%。由以上数据可知，中国共享经济依旧保持高速增长趋势。另外，**共享经济正加速向生产制造领域渗透，产能共享呈现加速发展态势，婴儿推车租赁范围将逐步扩大。**

6 中国婴儿推车行业竞争格局

6.1 中国婴儿推车行业竞争格局概述

在价格方面，婴儿推车产品可分为三个层次：（1）低价位婴儿推车（0~600 元）：可满足追求性价比的消费者需求，其产品在功能、外观上同质化严重，产品较为笨重；（2）中等价位（601~4,000 元）：此价格区间的产品具有轻便、舒适、可折叠等特点；（3）高价位（4,001 元及以上）：通常为个性化、定制化产品，更注重品牌、高景观、科技感。根据在婴儿推车行业 top1 公司拥有 8 年以上行业经验的专家表示，2018 年中国婴儿推车产品平均价格在 600~700 元范围内。市场上低价位产品占比高，中高端产品数量占比相对较低。以天猫平台为例，70%的婴儿推车产品集中于低价位，30%的婴儿推车属于中高端产品。

与价格相对应，婴儿推车企业可分为三个梯队：（1）第一梯队：主要生产高端婴儿推车产品，例如 Stokky、Aprica、Artsana、Craco、Bugaboo、Combi、THULE、Quinny、好孩子等品牌；（2）第二梯队：企业规模大，其产品种类丰富，涵盖高、中、低端产品类别。例如，宝宝好、小天使、神马等品牌；（3）第三梯队：企业规模小，其产品性价比高，利润空间小。其中，第一梯队企业所占市场份额超过整个婴儿推车行业的 50%。

从产业分布区域看，当前中国婴儿推车生产企业集中于江苏、浙江、河北、广东、湖北、

福建、安徽等地区，市场参与主体众多，行业竞争激烈。

6.2 中国婴儿推车行业典型企业分析

6.2.1 广东乐美达集团有限公司

6.2.1.1 公司简介

广东乐美达集团有限公司（以下简称“乐美达”）成立于 1997 年，从事儿童用品生产 20 余年，已发展为集设计、制造、销售为一体的儿童用品公司。乐美达占地面积 8 万平方米，其中厂房面积 3.1 万平方米，共有员工 3,500 人。乐美达曾获得多项荣誉，如“广东省著名商品”、“广东省名牌产品”，并成为“华南理工大学学生实习基地”。

6.2.1.2 主要产品

乐美达生产的产品有婴儿推车、婴儿床、娃娃床、娃娃车、三轮车、桌边椅、摇椅、吊篮、背包、背带、妈妈袋、提篮等 10 余种。其中，婴儿推车产品包括可单手折叠婴儿推车、轻便折叠婴儿推车、高景观婴儿推车等（见**图 6-1**）。

图 6-1 乐美达婴儿推车产品介绍

产品类型	产品示例	具体介绍
可单手折叠婴儿推车		轻便，可单手收车；可坐、可躺；可调节座椅；隐藏式遮阳棚，全天候适应；车轮内置弹性、防震效果好
轻便折叠婴儿推车		可带上飞机、免托运；可坐、可躺；免充气橡胶车轮，防滑胎面，车轮内置弹簧，防震效果好
高景观婴儿推车		宽松、舒适、时尚、高景观；座椅双向；可视窗户；前轮避震

来源：京东商城，头豹研究院编辑整理

6.2.1.3 竞争优势

（1）人才及技术优势

乐美达设有独立的产品研发部门，配备先进高科技设备，其工程技术人员在婴儿用品专业制造方面积累了丰富经验。乐美达产品通过人才、技术、科技的叠加，在美国、欧洲、澳洲、南美洲等国家及地区拥有广阔市场。

（2）产品质量管理优势

1999 年 6 月，乐美达通过了 ISO9001 国际质量体系认证。乐美达采用先进的质量管理制度，成立 ISO 领导小组。乐美达工厂内设有独立的产品测试室，引进先进的检验设备，其产品出厂前均需经过严格的检验及测试，以确保产品质量满足客户需求。乐美达对产品质量的严格要求，不断巩固其在儿童推车行业的地位，促使乐美达成为《国家儿童推车安全标准》、《汽车儿童安全座椅标准》起草单位之一及《汽车儿童乘员约束系统》标准的研究起草单位之一。2008 年，乐美达成为中国童车行业中，首家获得出口免检的企业，并取得 ICTI 玩具商业行为准则认证。

6.2.2 威凯儿童用品有限公司

6.2.2.1 公司简介

威凯儿童用品有限公司（以下简称“威凯”）成立于 2005 年，从事于儿童用品研发、制造及销售。威凯曾获得多项荣誉，如“江苏省著名商标”、“江苏省高新技术企业”。

6.2.2.2 主要产品

威凯主导产品包括婴儿推车、婴儿摇椅、汽车安全椅。其中，婴儿推车产品包括 S306AS、

3300、S319AS 、S2100A 等型号（见图 6-2）。

图 6-2 威凯婴儿推车产品介绍

产品型号	产品示例	具体介绍
S306AS		适合0~3岁的儿童，超轻铝合金车架，坐兜可换向，坐兜三档调节，前扶手可拆卸，刹车联动，前轮万向、快卸，前后轮避震，能与威凯汽车座及提篮组合使用，四轮充气胎
3300		铝合金车架，单手折叠，体积小，前后轮避震，刹车联动
S319AS		适合0~3岁儿童，一键式转睡篮模式，四轮充气胎，前扶手可拆卸，脚踏可调节，刹车联动，坐兜可换向，坐兜可三挡调节，前轮万向、快卸，前后轮避震
S2100A		360度旋转，坐兜可换向，前扶手可拆卸，脚踏可调节，刹车联动，坐兜三档调节，前轮万向、快卸，前后轮避震，能与威凯汽车座和提篮组合使用，后轮充气胎

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

6.2.2.3 竞争优势

（1）覆盖全球的销售网络优势

目前，威凯共获得国内外专利 300 余项，拥有 5 条现代化生产线及 50,000 平方米的生产车间。威凯发展初期，着重扩展中国国内市场，在中国 34 个省市形成 2,000 余家销售网点，并创立自主品牌“VIKI—威凯”。威凯海外市场广阔，其产品多销往德国、英国、法国、意大利、西班牙、美国、日本、澳大利亚、新加坡等国家。

（2）产品质量优势

威凯已通过欧洲标准、美国标准等相关出口国的标准测试，及中国 CCC 认证、ISO9001 质量体系管理认证。在生产过程中，威凯逐渐建立完整、有序、高效的管理体系，以保障其产品的安全性、耐久性及可操作性。

6.2.3 宁波妈咪宝婴童用品制造有限公司

6.2.3.1 公司简介

宁波妈咪宝婴童用品制造有限公司（以下简称“妈咪宝”）成立于 2003 年，从事婴童用品研发、涉及、制造及营销。妈咪宝占地面积 10 万平方米，共有员工 2,000 余人。妈咪宝曾获得多种荣誉，如“宁波市成长之星”、“优秀中国特色社会主义建设者”。另外，妈咪宝重视企业文化建设，设有员工宿舍、食堂、超市、篮球场、医务室、图书室等配套设施，自发设立了“爱心互助基金”、“优秀员工子女奖学金”，为困难员工提供帮扶。

6.2.3.2 主要产品

妈咪宝现有产品包括婴儿推车、游戏床、汽车安全座椅、餐椅、学步车、玩具推车 6 大系列近 100 种款式。其中，婴儿推车产品种类包括多功能婴儿手推车、三轮婴儿手推车、便捷式伞车等（见**图 6-3**）。

图 6-3 妈咪宝婴儿推车产品介绍

产品类型	产品示例	具体介绍
多功能婴儿推车		铝管车架，轻便；可配汽车座椅 ；前轮可旋转，可定向，可拆卸；后轮配一踩双刹装置 ；后轮可拆卸
三轮婴儿推车		天窗二折帽式遮阳篷，可拆方便实用；可拆式前餐盘，方便儿童用餐；四档调节靠背，不同角度舒适儿童；多档调节小腿靠，适应小腿放置需要；后轮组可一踩双刹、避震、可拆
便捷式伞车		简单、轻便、透气

来源：中国制造网，头豹研究院编辑整理

6.2.3.3 竞争优势

（1）专业技术优势

妈咪宝拥有一支经验丰富的专业团队，在婴童用品制造方面，可有效整合行业资源，为客户提供专业的婴童用品整体解决方案。通过人才、技术积累，妈咪宝产品已销往近 100 个国家及地区，相继与迪斯尼、沃尔玛、开玛、家乐福等国际著名婴童用品公司形成长期合作关系。

（2）产品质量优势

妈咪宝已通过中国 CCC 认证、ISO9001 质量体系管理认证、ISO14001 质量体系管理认证，及国际上的 ICTI、GSV 等管理体系认证。妈咪宝设有独立的婴童用品检测中心，符合欧美等发达国家标准、配套设施齐全、设备先进。妈咪宝建立了“慈溪市企业技术中心”，并参与《国家儿童推车安全标准》等婴童用品行业国家标准的制订。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451