

婴幼儿童车市场现状、问题与对策研究

周滔滔, 黄其松, 李忠耀, 姜健, 向峻宏, 吴云月

南宁学院交通运输学院, 广西 南宁

收稿日期: 2024年10月28日; 录用日期: 2024年11月8日; 发布日期: 2024年12月31日

摘要

随着生活品质的提升, 婴幼儿童车市场竞争越来越激烈。论文对婴幼儿童车的市场现状进行分析, 当前婴幼儿童市场拥有巨大潜力也面临着巨大的挑战, 主要表现为6个方面: 产品质量与设计问题、市场格局竞争问题、材料安全与环保性问题、市场细化与资源浪费问题、法规与标准问题、消费者问题, 针对以上问题, 从产品创新、培育品牌竞争力、加强废弃物处理和资源回收、优化资源配置、完善法规与标准、加强消费者教育与引导等方面提出解决建议。基于以上分析, 提出相应的对策, 希望能为婴幼儿童车市场发展提供借鉴。

关键词

婴幼儿童车, 市场现状, 发展建议

Research on the Current Situation, Problems and Countermeasures of Infant Stroller Market

Taotao Zhou, Qisong Huang, Zhongyao Li, Jian Jiang, Junhong Xiang, Yunyue Wu

College of Traffic and Transportation, Nanning University, Nanning Guangxi

Received: Oct. 28th, 2024; accepted: Nov. 8th, 2024; published: Dec. 31st, 2024

Abstract

With the improvement of the quality of life, the competition in the baby carriage market is becoming more and more fierce. This paper analyzes the market status and existing problems of baby strollers. Product quality and design, market competition, material safety and environmental protection, market refinement and waste of resources, regulations and standards and other issues limit the development of baby strollers. Based on the above analysis, the corresponding countermeasures

are put forward to provide reference for the development of infant stroller market.

Keywords

Infant and Toddler Cars, Current Situation of Market, Development Proposal

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

婴幼儿养育问题一直是大众关注的问题，特别是婴幼儿照护问题是社会关注的焦点问题。婴幼儿童车作为一款重要的婴幼儿产品，不仅有效解决了婴幼儿短途外出的问题，也能在婴幼儿家庭使用方面提供良好的辅助。目前，市面上的婴幼儿童车品类繁多，款式多样，为消费者提供了多元化的选择。然而，想要开拓更大的市场，满足消费者的需求，需要对婴幼儿童车市场现状进行调查，分析婴幼儿童车市场存在问题，提出发展建议，为企业产品设计和品牌营销提供参考。

2. 文献回顾

婴幼儿童车作为儿童用品市场的重要组成部分，近年来得到了广泛的关注与研究。本文的文献回顾部分将重点梳理近年来关于产品设计、市场需求和市场发展趋势三个方面的研究成果。

产品设计方面的研究主要聚焦于童车的创新设计思维和用户体验。基于场景化思维的童车创新设计研究已成为热点，通过对童车使用场景的划分和定义，结合一般产品设计的流程和方法，提出了以场景化思维为核心的童车设计流程，并通过实际案例验证了其有效性[1][2]。此外，基于用户体验的婴幼儿智能童车交互设计研究也日益受到重视，研究者从感官层、行为层和情感层三个层次分析了母婴群体的生理、心理需求，提出了满足母婴群体需求的智能童车交互设计策略[3]。

市场需求方面，有学者通过分析用户的组成部分进而分析用户群体的特征，消费者在购买婴幼儿童车时主要关注产品质量、安全性、一致性和经济性等方面，消费者对现有产品的满意度普遍较低[4][5]。也有学者对父母在使用童车时的行为状态和心理需求开展了分析，认为父母购买童车的需求有功能性、安全性、舒适性、互动性、个性化[6]。

发展趋势方面，婴幼儿童车行业正朝着智能化、环保化方向发展。智能化童车通常配备有智能传感器、导航系统等技术，能够提供更加便捷、安全的骑行体验；而环保化趋势则体现在环保材料在童车制造中的广泛应用[7]。此外，可持续设计理念在童车设计中的应用也日益受到关注，研究者通过市场调研和案例分析，提出了可持续设计策略，旨在延长童车的使用周期，减少资源的消耗[8]。

从以上分析可以看出，我国对婴幼儿童车的研究已经取得了较好的成果，产品多样、市场需求巨大、市场发展前景很好，本文通过对婴幼儿童车的发展现状进行了梳理，并找出了存在问题，进而提出了解决的建议，旨在为婴幼儿童车的发展提供参考和借鉴。

3. 婴幼儿童车市场发展现状

从市场规模来看，我国婴幼儿童车市场规模持续扩大。随着国内生育政策的优化调整以及家庭收入水平的提升，消费者对婴幼儿童车的需求不断增加。据统计，2023年下半年至2024年初，中国婴童车及

其零件的出口量保持了相对稳定的增长,特别是在 2024 年 1 月,婴儿车及其零件出口量当期达到了 22016 吨[9],显示出市场对婴儿车需求的强劲增长。此外,儿童推车零售总额规模也在逐年攀升,从 2018 年的 132 亿元增长至 2022 年的 147.8 亿元,预计未来几年将继续保持稳步增长态势[10]。

从竞争格局来看,我国婴幼儿童车市场竞争格局较为分散,行业集中度较低。市场上存在着众多品牌,包括好孩子、小龙哈彼、宝宝好等国内品牌,以及 Chicco、Dorel 等国际品牌。这些品牌通过不断创新和优化产品来争夺市场份额。其中,国内本土品牌占据国内市场大部分市场份额,2021 年国内本土婴儿手推车份额超过 92%,国外品牌份额不到 8%[11]。同时,市场上中低端产品销量占比较大,但随着消费者需求的升级,中高端产品市场也在逐渐扩大。

从消费者需求来看,消费者对婴幼儿童车的需求日益多样化,不仅注重产品的实用性和安全性,还越来越关注产品的美观性、轻量化、趣味性和智能化。例如,一些消费者更倾向于选择设计独特、功能丰富的婴儿车,以满足自己的个性化需求。同时,随着环保意识的提高,消费者也越来越关注产品的环保性能。

从产品创新来看,为了满足消费者不断变化的需求,婴幼儿童车企业不断推出新产品,注重产品的设计、功能和安全性。例如,一些企业推出了智能童车,具有 GPS 定位、蓝牙连接等功能,提高了产品的科技含量和用户体验。此外,可转换的婴儿车、户外车、电动车等多功能童车也逐渐受到消费者的青睐。

我国婴幼儿童车市场具有广阔的发展前景和巨大的市场潜力,企业需要紧跟市场趋势,不断创新产品和服务,以满足消费者的多样化需求。

4. 婴幼儿童车市场存在问题

婴幼儿童车市场作为儿童用品市场的重要组成部分,近年来随着消费者需求的升级和生育政策的优化,市场规模不断扩大。然而,在快速发展的同时,该市场也暴露出了一系列问题。本文将从产品质量与设计、市场竞争格局、材料安全与环保性、市场细分与资源浪费、以及法规与标准等方面,详细分析我国婴幼儿童车市场存在的问题。

(一) 产品质量与设计问题

1) 技术水平参差不齐

我国婴幼儿童车行业起步较晚,技术水平参差不齐。厂家追求目的不同,部分厂家只为短期利益,忽视了技术研发和产品创新,使用简陋落后的设计方案,导致市场上存在大量设计不完善、功能单一的童车产品。这些产品往往较少考虑用户使用体验方面的优化,忽视了人机工程等提升用户体验的需求[12],使用周期短,安全性和舒适性较差。

2) 细节设计不足

在产品的开发中,部分厂家不注重细节设计,一些产品的结构过于简易或设计不合理,存在安全隐患。例如,童车的尺寸、部件安装、造型设计等方面设计存在不足,部分婴儿推车在刹车系统、安全带设计等方面存在缺陷,没有切实考虑婴幼儿使用会出现的问题,容易在使用过程中发生意外。

3) 安全性问题

安全性是婴幼儿童车设计的首要原则。然而,市场上一些产品由于材料选择不当、生产工艺粗糙等原因,存在安全隐患。例如,传统童车车把多采用焊接或者螺栓固定的方式,这种连接方式也容易出现松动、脱落等问题[13]。部分童车使用的塑料材料含有有害物质,长期使用可能对婴幼儿健康造成危害。此外,一些产品的稳定性、耐用性不足,也增加了使用过程中的风险。

(二) 市场竞争格局问题

1) 品牌众多，市场份额分散

我国婴幼儿童车市场竞争激烈，品牌众多，市场份额分散。因无法对抗大品牌企业，导致一些中小企业为了争夺剩下的市场份额，采取低价竞争策略，忽视了产品质量。这种恶性竞争不仅损害了消费者的利益，也阻碍了行业的健康发展。

2) 知名品牌占据主导地位

尽管市场上品牌众多，但一些知名品牌凭借其深厚的市场基础和品牌美誉度，占据了较大的市场份额。这些品牌通常拥有较强的研发能力和完善的质量管理体系，能够提供高品质的产品和服务。然而，这也使得中小企业在市场竞争中处于劣势地位，难以获得突破。

3) 出口市场疲软

近年来，我国婴幼儿童车出口市场表现疲软。这主要受到全球儿童与青年人口结构的影响，以及欧美日等发达国家和地区人口老龄化、低生育率等问题的困扰。这些因素共同抑制了童车市场的消费需求，导致我国童车出口增长乏力。

(三) 材料安全与环保性问题

1) 材料环保性不足

在婴幼儿童车的制造过程中，一些厂家为了追求低成本，很多产品使用劣质、可靠性不强的材料[14]。这些材料不仅可能含有有害物质，还可能对环境造成污染。随着消费者环保意识的提高，这种不环保的童车产品将越来越难以被市场接受。

2) 可持续性发展问题

婴幼儿童车的可持续性发展问题也日益凸显。一些产品在设计时缺乏长远考虑，导致在使用寿命结束后难以回收和处理。这不仅浪费了资源，还可能对环境造成二次污染。因此，加强童车的可持续性设计已成为行业发展的重要方向。

(四) 市场细分与资源浪费问题

1) 市场过度细分

随着消费者需求的多样化，婴幼儿童车市场出现了过度细分的趋势。一些厂家为了迎合消费者的不同需求，推出了大量功能类似但实用性单一的童车产品。这不仅增加了消费者的选择难度，也造成了资源的浪费。

2) 资源浪费问题

市场过度细分还导致了资源的浪费。一些厂家在研发新产品时，没有充分考虑产品的实用性和市场需求，导致产品上市后销量不佳，最终成为库存积压。这不仅浪费了企业的研发和生产资源，也增加了市场的竞争压力。

(五) 法规与标准问题

1) 法规滞后

我国婴幼儿童车市场的法规建设相对滞后，一些重要的标准和规范尚未完善。这导致市场上存在一些不符合安全要求的产品，给消费者的使用带来了安全隐患。因此，加强法规建设，完善相关标准和规范已成为行业发展的重要任务。

2) 标准执行不力

尽管我国已经制定了一些婴幼儿童车的标准和规范，但在实际执行过程中存在一些问题。一些厂家为了降低成本，忽视了标准的执行，导致产品质量参差不齐。此外，一些监管部门在执法过程中也存在监管不力、处罚不严等问题，使得一些违规行为得不到有效遏制。

(六) 消费者安全意识不足

消费者对于婴幼儿车的安全意识不高，关注点仅限于功能与外形涂装，缺乏对安全指标与材料使用的认识，导致部分消费者购买的婴幼儿车华而不实，安全性能堪忧，且顾客对婴幼儿车的使用存在误区[15]。消费者自身安全意识问题给了企业可利用空间，也成为企业创新产品和改进技术的隐形杀手。

5. 婴幼儿车市场发展建议

针对我国婴幼儿车市场存在的问题，本文将从提升产品质量与设计、优化市场竞争格局、强化材料安全与环保性、合理市场细分与资源利用、以及完善法规与标准等五个方面，提出具体的对策与建议，旨在推动我国婴幼儿车市场的健康发展。

(一) 提升产品质量与设计

1) 加强技术研发与创新

鼓励企业加大研发投入，引进先进技术，提升婴幼儿车的设计水平和制造能力。企业应加强与科研机构、高校的合作，共同研发符合市场需求和消费者期望的优质产品。同时，政府可以通过设立专项基金、提供税收优惠等方式，支持企业的技术创新和产品研发。

2) 完善产品设计与功能

企业应注重婴幼儿车的设计细节，包括尺寸、色彩、造型等方面，以满足消费者的审美和实用需求。此外，还应加强产品的功能设计，如增加安全防护装置、调节系统、储物空间等，提升产品的实用性和舒适性。在设计中，应充分考虑人机工程学原理，确保产品在使用过程中符合人体工学要求，减少使用难度和安全隐患。

3) 加强质量监管与检测

政府应加强对婴幼儿车市场的质量监管，建立健全质量检测体系，确保市场上销售的产品符合相关标准和规范。对于不符合要求的产品，应依法予以查处，并公开曝光，以警示消费者和企业。同时，鼓励企业建立内部质量检测机制，提高产品质量自我控制能力。

(二) 优化市场竞争格局

1) 推动行业整合与升级

政府应推动婴幼儿车行业的整合与升级，鼓励企业通过兼并重组、技术改造等方式，提高产业集中度和市场竞争力。对于规模小、技术落后、产品质量差的企业，应引导其退出市场，减少恶性竞争。同时，支持企业引进先进技术和管理经验，提升行业整体水平。

2) 培育品牌竞争力

鼓励企业加强品牌建设，提升品牌知名度和美誉度。企业应注重品牌形象的塑造，加强品牌宣传和推广，提高消费者对品牌的认知度和信任度。同时，通过提供优质的产品和服务，提升品牌竞争力，在市场中占据有利地位。

3) 拓展国内外市场

企业应积极拓展国内外市场，提高产品市场占有率。对于国内市场，应注重产品差异化和个性化发展，满足不同层次消费者的需求。对于国外市场，应了解目标市场的法律法规、消费者需求和文化差异，制定针对性的营销策略，提高产品竞争力。

(三) 强化材料安全与环保性

1) 加强材料安全管理

企业应加强对原材料的安全管理，确保使用的材料符合环保和安全要求。在采购原材料时，应严格审查供应商的资质和产品质量，确保材料来源可靠、质量稳定。同时，加强对原材料的检测和监控，及时发现和处理潜在的安全隐患。

2) 加强废弃物处理和资源回收

鼓励企业采用环保材料和技术，并加强与回收机构的合作，实现废弃物的有效处理和资源的循环利用，减少废弃物对环境的污染。在产品设计和制造过程中，应注重产品的可回收性和再利用性，降低资源消耗和废弃物产生。

(四) 合理市场细分与资源利用

1) 科学市场细分

企业应根据消费者需求、市场趋势和产品特点，进行科学合理的市场细分。通过细分市场，企业可以更准确地定位目标客户群体，制定针对性的营销策略和产品开发计划。同时，避免市场过度细分导致的资源浪费和竞争压力。

2) 优化资源配置

企业应优化资源配置，提高资源利用效率。在研发、生产、销售等环节，应注重资源的合理配置和有效利用，减少资源浪费和成本支出。同时，加强供应链管理，与供应商建立长期稳定的合作关系，确保原材料和零部件的稳定供应和成本控制。

(五) 完善法规与标准

1) 加强法规建设

政府应加强对婴幼儿童车市场的法规建设，完善相关标准和规范。通过制定和修订相关法规和标准，明确产品的安全要求、质量标准和环保要求等，为市场监管提供法律依据。同时，加强对法规和标准的宣传和普及，提高企业和消费者的法律意识和安全意识。

2) 加强市场监管与执法

政府应加强对婴幼儿童车市场的监管和执法力度，确保法规和标准得到有效执行。加强对市场的日常巡查和专项检查，及时发现和处理违法违规行为。对于不符合要求的产品和企业，应依法予以查处和曝光，以警示市场。同时，加强与其他相关部门的合作与协调，形成监管合力。

(六) 加强消费者教育与引导

1) 提高消费者安全意识

政府和企业应加强对消费者的安全教育和引导，提高消费者的安全意识和自我保护能力。通过宣传和教育活动，让消费者了解婴幼儿童车的安全要求和使用方法，减少使用过程中的安全隐患。同时，鼓励消费者选择符合安全要求的产品和服务，保障消费者的合法权益。

2) 建立消费者反馈机制

建立消费者反馈机制，通过设立投诉热线、在线客服等方式，方便消费者反映问题和提出建议。对于消费者的投诉和建议，应及时进行处理和回复，提高消费者的满意度和忠诚度。

6. 结论

针对我国婴幼儿童车市场存在的问题，本文从提升产品质量与设计、优化市场竞争格局、强化材料安全与环保性、合理市场细分与资源利用、完善法规与标准以及加强消费者教育与引导等六个方面提出了具体的对策与建议。这些对策与建议旨在推动我国婴幼儿童车市场的健康发展，提高产品质量和服务水平，满足消费者的需求和期望。同时，加强法规建设和市场监管，保障消费者的合法权益和安全。通过政府、企业和消费者的共同努力，相信我国婴幼儿童车市场将迎来更加美好的未来。

基金项目

本论文为“2022年大学生创新创业训练计划项目 + 多功能婴儿车 + S202211549063”项目研究成果。

参考文献

- [1] 王采莲, 余欣妍, 胡浩. 基于场景化思维的童车产品创新设计研究[J]. 设计, 2021, 34(9): 128-131.
- [2] 朱帝蓉, 赵志圆. 交互设计理念在婴儿车产品设计中的应用研究[J]. 工业设计, 2021(11): 66-67.
- [3] 汪海波, 马佳会, 王选. 基于用户体验的婴幼儿智能童车交互设计研究[J]. 工业设计, 2021(7): 91-92.
- [4] 薛羽希. 以用户为中心的儿童自行车设计调查研究[J]. 工业设计, 2018(6): 33-34.
- [5] 葛虹言, 苟锐. 基于风格语义调查的童车用户需求分析[J]. 设计, 2017, 30(9): 120-122.
- [6] 韩晓鹏. 组合式婴幼儿童车的人性化设计研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 长春工业大学, 2022.
- [7] 中研普华产业研究院. 2024-2029年童车行业市场深度分析及发展规划咨询研究报告[P]. 深圳: 中研普华产业研究院, 2023.
- [8] 朱俊峰, 于东玖, 麦嘉雯. 成长语境下的童车可持续设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2019, 26(1): 26-27.
- [9] 中国市场调研网. 2024-2030年中国童车市场深度调查分析及发展前景研究报告[P]. 中国市场调研网. 2024.
- [10] 华经产业研究院. 2022年中国童车零售总额、进出口、价格走势及重点企业经营情况[EB/OL]. <https://www.163.com/dy/article/HAF7B0J70552SV13.html>, 2022-06-22.
- [11] 曾潇. 儿童产业用品篇: 安全座椅市场格局待改写[EB/OL]. <https://finance.ifeng.com/c/7wx9jVjcxrA>, 2020-06-01.
- [12] 李俞辰, 张欣. 可持续设计视角下的婴儿车设计研究[J]. 艺术与设计(理论), 2023, 2(12): 112-115.
- [13] 许雅楠, 谭亮, 秦庆涛. 中国传统文化元素在童车产品创新设计中的应用研究[J]. 玩具世界, 2023(3): 93-95.
- [14] 马若溪. 基于双碳背景下婴幼儿产品设计的模块化创新与表达[D]: [硕士学位论文]. 景德镇: 景德镇陶瓷大学, 2024.
- [15] 胡飞月, 李轶. 中国童车产业现状及发展研究[J]. 中国自行车, 2021(4): 76-78.