

2015-2020年中国婴儿用品 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国婴儿用品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaqinggong1501/V35043O8UW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国婴儿用品市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。介绍了婴儿用品行业相关概述、中国婴儿用品产业运行环境、分析了中国婴儿用品行业的现状、中国婴儿用品行业竞争格局、对中国婴儿用品行业做了重点企业经营状况分析及中国婴儿用品产业发展前景与投资预测。您若想对婴儿用品产业有个系统的了解或者想投资婴儿用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

婴儿用品产业是指以0至6岁婴幼儿为目标顾客群体（需求主体）的产品与服务，其产品范围分为6大类（孕婴童食品、穿戴用品、养护用品、寝居用品、出行用品、玩教用品等）56个系列365个种类。

中国是世界上人口最多的国家，20世纪七八十年代独生子女普遍进入适龄生育期，在人文观念、社会事件和巨大的人口基数等多重因素影响下，我国进入又一次持续时间更长的生育高峰期。自2006年开始，中国进入了第四波人口生育高峰，出生人口数逐年缓慢增长，彻底扭转了计划生育以来出生人口下降的态势。这股“婴儿潮”将全面冲涨起容量巨大的中国婴儿用品产业市场，形成一个0-6岁婴幼儿的衣、食、住、行、育、玩等生活消费品的庞大产业群。

近几年，随着经济水平的不断提高和新生婴儿数量的增加，婴儿用品的需求量越来越大，品牌不断增多。孕妇及婴儿的健康和护理越来越受社会的关注，对孕妇和婴儿的生活用品的品质要求越来越高。家人及朋友的关心及爱护，使孕婴幼儿用品形成了庞大的消费群体。年轻一辈的父母在选择孩子的衣物、玩具和食物时，通常把安全 and 质量放在首位，常把一些品牌形象好、价格相对较贵的产品作为首选，这也间接推动了婴儿用品市场朝着健康、高速的方向发展。

未来几年内，婴儿用品零售领域的竞争将会变得越来越激烈，大型的，品种齐全的，价格适中的，能够满足一站式购物需求的终端消费场所将受到更多消费者的青睐，优质服务也将成为婴儿用品零售领域的核心竞争力。

从宏观角度来看，婴儿用品产业还面临良好的宏观环境。一是“十二五”规划更加重视经济质量和内需市场，高、新、精、尖等产业及服务业将会明显受到政策扶持。婴儿用品产业及婴儿护理等服务业属于该类产业。二是城市化进程的不断加快。一般而言，在农村的人口进入城市后，对婴儿产品的需求将比以前大幅增长。因而随着城市化不断加快，婴儿用品需求将不断增长。

第一部分 产业环境透视

第一章 婴儿用品行业发展综述

第一节 婴儿用品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性

第二节 婴儿用品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国婴儿用品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 婴儿用品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 婴儿用品行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、婴儿用品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章 国际婴儿用品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球婴儿用品市场总体情况分析

一、全球婴儿用品行业发展概况

二、全球婴儿用品市场产品结构

三、全球婴儿用品行业发展特征

四、全球婴儿用品行业竞争格局

五、全球婴儿用品市场区域分布

六、国际重点婴儿用品企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲婴儿用品行业发展概况

2、欧洲婴儿用品市场结构及产销情况

3、2015-2020年欧洲婴儿用品行业发展前景预测

二、北美

1、北美婴儿用品行业发展概况

2、北美婴儿用品市场结构及产销情况

3、2015-2020年北美婴儿用品行业发展前景预测

三、日本

1、日本婴儿用品行业发展概况

2、日本婴儿用品市场结构及产销情况

3、2015-2020年日本婴儿用品行业发展前景预测

四、韩国

1、韩国婴儿用品行业发展概况

2、韩国婴儿用品市场结构及产销情况

3、2015-2020年韩国婴儿用品行业发展前景预测

五、其他国家地区

第二部分 行业深度分析

第四章 我国婴儿用品行业运行现状分析

第一节 中国婴儿用品行业现状

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、中国婴儿用品行业的发展状况
- 三、中国婴儿用品产业的发展态势
- 四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

第二节 婴儿用品市场概况

- 一、中国婴儿用品市场的发展特征
- 二、市场需求大增促进婴儿用品价格上涨
- 三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 四、婴儿用品市场日趋成熟
- 五、婴幼儿用品与玩具的市场融合发展分析

第三节 婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴幼儿用品消费者分析
- 二、婴儿用品消费者特点
- 三、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征
- 四、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯
- 五、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性
- 六、消费行为对婴儿用品超市经营的启发

第四节 婴儿用品终端市场营销分析

- 一、婴儿用品的不同销售模式
- 二、婴儿用品店的五大误区
- 三、婴儿用品店生存法则
- 四、婴儿用品店必须转守为攻

第五章 我国婴儿用品行业整体运行指标分析

第一节 中国婴儿用品行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 中国婴儿用品行业产销情况分析

- 一、我国婴儿用品行业产值规模
- 二、我国婴儿用品行业销售规模

三、我国婴儿用品行业产销率

第三节 中国婴儿用品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国婴儿用品行业销售利润率
- 2、我国婴儿用品行业成本费用利润率
- 3、我国婴儿用品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国婴儿用品行业资产负债比率
- 2、我国婴儿用品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国婴儿用品行业应收帐款周转率
- 2、我国婴儿用品行业总资产周转率
- 3、我国婴儿用品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国婴儿用品行业总资产增长率
- 2、我国婴儿用品行业利润总额增长率
- 3、我国婴儿用品行业主营业务收入增长率
- 4、我国婴儿用品行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第六章 我国婴儿用品主要产品市场分析及预测

第一节 婴幼儿奶粉市场分析

一、婴幼儿奶粉概述

- 1、婴幼儿奶粉营养成分解析
- 2、婴幼儿配方奶粉的分类
- 3、婴儿奶粉技术发展进程

二、婴幼儿奶粉市场发展状况

- 1、我国婴幼儿奶粉市场回顾
- 2、国内婴幼儿奶粉市场概述
- 3、我国婴幼儿奶粉的市场格局分析
- 4、超高端婴幼儿奶粉市场的发展状况
- 5、透析婴儿奶粉市场涨价深层原因

三、婴幼儿配方奶粉剖析

- 1、婴幼儿配方奶粉的定义
- 2、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义
- 3、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征
- 4、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法
- 5、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

四、婴幼儿奶粉市场竞争分析

- 1、影响婴幼儿奶粉市场的竞争因素
- 2、婴幼儿奶粉的市场竞争态势
- 3、国产婴幼儿奶粉市场竞争状况解析

五、婴幼儿奶粉中的4P营销分析

- 1、产品开发是第一要素
- 2、价格 and 价值的审视
- 3、营销渠道是一大关键点
- 4、促销手段扩大知名度
- 5、“需求”才是营销的中心
- 6、奶粉新营销组合因素产生和发展

六、婴幼儿奶粉中存在的问题及对策

- 1、婴幼儿奶粉四大不正当竞争现象
- 2、中国婴儿奶粉行业的竞争策略
- 3、开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

第二节 婴儿纸尿裤市场分析

一、概述

- 1、定义及结构设计
- 2、不同品牌纸尿裤的特点
- 3、纸尿裤和纸尿片的主要区别

二、市场发展态势

- 1、国际婴儿纸尿裤原料价格提升
- 2、中国纸尿裤市场的发展概况
- 3、婴儿纸尿裤市场发展迅速
- 4、中国婴儿纸尿裤市场发展状况

三、纸尿裤的质量问题

- 1、中国纸尿裤行业存在质量问题
- 2、中国纸尿裤产品质量主要问题的表现
- 3、造成纸尿裤出现质量问题的原因

第三节 其它婴儿用品市场发展分析

一、奶瓶

- 1、中国新型电子显温奶瓶市场概述
- 2、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠
- 3、加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶
- 4、法国禁止使用双酚A奶瓶
- 5、我国禁止生产双酚A婴幼儿奶瓶

二、童车市场

- 1、我国童车产业的发展状况分析
- 2、我国童车开拓国际市场的问题及对策
- 3、中国童车企业的发展策略分析
- 4、中国童车行业的发展趋势分析
- 5、婴儿推车的设计特点及分类选择
- 6、婴儿学步车的利弊辨析

三、婴儿食品

- 1、婴儿的营养需求
- 2、婴儿辅助食品市场有金可挖
- 3、中国婴儿食品市场发展前景广大
- 4、婴幼儿食品高端品牌的发展新动向

四、其他类

- 1、婴儿浴室市场空间大
- 2、婴儿泳疗介绍
- 3、婴儿枕头的学问
- 4、中国婴儿纪念品市场前景广阔

第四部分 竞争格局分析

第七章 2015-2020年婴儿用品行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、婴儿用品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、婴儿用品行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、婴儿用品行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、婴儿用品行业SWOT分析

1、婴儿用品行业优势分析

2、婴儿用品行业劣势分析

3、婴儿用品行业机会分析

4、婴儿用品行业威胁分析

第二节 中国婴儿用品行业竞争格局综述

一、婴儿用品行业竞争概况

1、中国婴儿用品行业品牌竞争格局

2、婴儿用品业未来竞争格局和特点

3、婴儿用品市场进入及竞争对手分析

二、中国婴儿用品行业竞争力分析

1、我国婴儿用品行业竞争力剖析

2、我国婴儿用品企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内婴儿用品企业竞争能力提升途径

三、中国婴儿用品产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议
- 四、婴儿用品行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 婴儿用品行业竞争格局分析

- 一、国内外婴儿用品竞争分析
- 二、我国婴儿用品市场竞争分析
- 三、我国婴儿用品市场集中度分析
- 四、国内主要婴儿用品企业动向
- 五、国内婴儿用品企业拟在建项目分析

第四节 婴儿用品行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第八章 2015-2020年婴儿用品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国婴儿用品企业总体发展状况分析

- 一、婴儿用品企业主要类型
- 二、婴儿用品企业资本运作分析
- 三、婴儿用品企业创新及品牌建设
- 四、婴儿用品企业国际竞争力分析
- 五、2013年婴儿用品行业企业排名分析

第二节 中国领先婴儿用品企业经营形势分析

- 一、贝亲婴儿用品（上海）有限公司
- 1、企业发展概况分析

- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

二、好孩子（中国）商贸有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

三、尤妮佳生活用品（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

四、金佰利中国投资有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

五、宝洁（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

六、哈琪森商贸（上海）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

七、飞利浦（中国）投资有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

八、康贝（上海）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

九、中山市隆成日用制品有限公司

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业产品结构分析
 - 3、企业产销能力分析
 - 4、企业品牌及消费群分析
 - 5、企业运营能力分析
 - 6、企业竞争优势分析
 - 7、企业最新发展动向
- 十、强生（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第九章 2015-2020年婴儿用品行业前景及投资价值

第一节 婴儿用品行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间婴儿用品行业运行情况
- 二、“十二五”期间婴儿用品行业发展成果
- 三、婴儿用品行业“十三五”发展方向预测

第二节 2015-2020年婴儿用品市场发展前景

- 一、2015-2020年婴儿用品市场发展潜力
- 二、2015-2020年婴儿用品市场发展前景展望

第三节 2015-2020年婴儿用品市场发展趋势预测

- 一、2015-2020年婴儿用品行业发展趋势
- 二、2015-2020年婴儿用品市场规模预测

第四节 2015-2020年中国婴儿用品行业供需预测

- 一、2015-2020年中国婴儿用品行业供给预测
- 二、2015-2020年中国婴儿用品行业产量预测
- 三、2015-2020年中国婴儿用品市场销量预测
- 四、2015-2020年中国婴儿用品行业需求预测

五、2015-2020年中国婴儿用品行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 婴儿用品行业投资特性分析

- 一、婴儿用品行业进入壁垒分析
- 二、婴儿用品行业盈利因素分析
- 三、婴儿用品行业盈利模式分析

第七节 2015-2020年婴儿用品行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第八节 2015-2020年婴儿用品行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十章 2015-2020年婴儿用品行业投资机会与风险防范

第一节 婴儿用品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、婴儿用品行业投资现状分析

第二节 2015-2020年婴儿用品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、重点区域投资机会

三、婴儿用品行业投资机遇

第三节 2015-2020年婴儿用品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国婴儿用品行业投资建议

一、婴儿用品行业未来发展方向

二、婴儿用品行业主要投资建议

三、中国婴儿用品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 婴儿用品行业发展战略研究

第一节 婴儿用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国婴儿用品品牌的战略思考

一、婴儿用品品牌的重要性

二、婴儿用品实施品牌战略的意义

三、婴儿用品企业品牌的现状分析

四、我国婴儿用品企业的品牌战略

五、婴儿用品品牌战略管理的策略

第三节 婴儿用品经营策略分析

一、婴儿用品市场细分策略

二、婴儿用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、婴儿用品新产品差异化战略

第四节 婴儿用品行业投资战略研究

第十二章 博思数据研究结论及发展建议

第一节 婴儿用品行业研究结论及建议

第二节 婴儿用品子行业研究结论及建议

第三节 婴儿用品行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：婴儿用品行业生命周期

图表：婴儿用品行业产业链结构

图表：2012-2014年全球婴儿用品行业市场规模

图表：2012-2014年中国婴儿用品行业市场规模

图表：2012-2014年婴儿用品行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国婴儿用品市场占全球份额比较

图表：2012-2014年婴儿用品行业工业总产值

图表：2012-2014年婴儿用品行业销售收入

图表：2012-2014年婴儿用品行业利润总额

图表：2012-2014年婴儿用品行业资产总计

图表：2012-2014年婴儿用品行业负债总计

图表：2012-2014年婴儿用品行业竞争力分析

图表：2012-2014年婴儿用品市场价格走势

图表：2012-2014年婴儿用品行业主营业务收入

图表：2012-2014年婴儿用品行业主营业务成本

图表：2012-2014年婴儿用品行业销售费用分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业管理费用分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业财务费用分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业销售毛利率分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业销售利润率分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业成本费用利润率分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业总资产利润率分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业产能分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业产量分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业需求分析

图表：2012-2014年婴儿用品行业进口数据

图表：2012-2014年婴儿用品行业出口数据

图表：2012-2014年婴儿用品行业集中度

图表：2015-2020年中国婴儿用品行业供给预测

图表：2015-2020年中国婴儿用品行业产量预测

图表：2015-2020年中国婴儿用品市场销量预测

图表：2015-2020年中国婴儿用品行业需求预测

图表：2015-2020年中国婴儿用品行业供需平衡预测

本报告利用博思数据研究中心长期对婴儿用品行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个婴儿用品行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国婴儿用品行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国婴儿用品行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助婴儿用品企业、学术科研单位、投资企业准确了解婴儿用品行业最新发展动向，及早发现婴儿用品行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握婴儿用品行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避婴儿用品行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaginggong1501/V35043O8UW.html>