

2012-2016年中国婴儿护肤品市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2012-2016年中国婴儿护肤品市场现状分析及投资前景研究报告》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/rihua1206/M365104CQ1.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】2012-06-25

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国婴儿护肤品市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了国内外婴儿用品产业运行新形势、世界婴儿护肤品产业运行态势等，接着分析了中国婴儿护肤品产业发展环境，然后介绍了中国婴儿护肤品行业生产现状、中国婴儿护肤品行业市场营销状况。随后，报告对中国婴儿护肤品行业主要品牌企业竞争力做了企业经营状况分析，最后分析了中国婴儿护肤品行业发展趋势及其投资前景。您若想对婴儿护肤品产业有个系统的了解或者想投资婴儿护肤品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国婴儿护肤品市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

截止到2011年8月，中国现在每年出生的婴儿1300多万，即每天出生大约3.6万人，这是一个庞大的数字，新生人口巨大的数量，给婴儿护肤品带来了巨大的市场。特别是在中国目前大多数家庭只要一个孩子的情况下，大部分家长对孩子都是呵护备至，因此婴儿护肤品绝对有很大的市场空间。

第一章 2012年国内外婴儿用品产业运行新形势分析

第一节 2012年国际婴儿用品市场分析

- 一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视
- 二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代
- 三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管
- 四、欧盟婴儿护理用品市场浅析
- 五、中东婴儿用品市场分析

第二节 2012年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、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 三、婴儿用品市场更趋成熟

第三节2012年中国部分城市婴儿用品市场透析

- 一、上海
- 二、北京
- 三、成都
- 四、临沂市

第二章 2012年世界婴儿护肤品产业运行态势分析

第一节2011年世界婴幼儿护肤品行业市场环境分析

- 一、英国提倡一个家庭只生两个孩
- 二、俄罗斯用经济手段提高生育率
- 三、法国迎来25年来最大婴儿潮
- 四、日本人口出生率回升

第二节2011年世界婴儿护肤品市场运行态势

- 一、世界婴儿护肤品行业发展成熟度分析
- 二、世界婴儿护肤品特点分析
- 三、主要国家婴儿护肤品市场现状

第三节 2012-2016年世界婴幼儿护肤品行业发展趋势分析

第三章 2012年中国婴儿护理品产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节2012年中国婴儿护理品产业政策发展环境分析

- 一、中国婴幼儿化妆品无专门标准
- 二、进一步规范婴幼儿用品安全标准
- 三、婴幼儿日用化妆品应尽快立法

第三节2012年中国婴儿护理品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 中国婴幼儿护肤品人口环境分析

第一节2012年中国人口出生率情况分析

一、中国人口出生率和生育率的地区差别

二、中国人口出生率呈持续下降趋势

三、中国的第四次生育高峰

第二节2012年中国人口结构情况

一、2012年中国人口构成情况

二、中国人口年龄结构的不断变化

三、中国人口结构面临六大难题

第三节2012年计划生育政策发展形势

一、计划生育上海少生近半数人

二、广州鼓励独生子女生两小孩

三、河南不享受独生子女夫妇生二胎政策

第五章 2012年中国婴儿护肤品行业生产现状分析

第一节2012年中国婴儿护肤品业运行总况

一、婴儿护肤品热销背后暗藏隐忧

二、儿童护肤品制作要求高 但标准缺失

三、2012年中国婴儿护肤品细分市场分析

1、护肤类

2、洗涤类

3、儿童爽身粉、花露水

第二节2012年中国婴儿护肤品行业产能及增长情况分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿护肤品行业产能扩张趋势

第三节2012年中国婴儿护肤品行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

第四节2012年中国婴儿护肤品行业生产中存在的主要问题

第六章 2012年中国婴儿护肤品市场供需态势分析

第一节2012年中国婴儿护肤品消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、婴儿护肤品等细分产品的需求特征

四、婴儿护肤品消费的决策过程分析

第二节2012年中国婴儿护肤品行业供需状况

一、2011年婴儿护肤品供给状况

二、2011年婴儿护肤品需求状况

三、2011年婴儿护肤品供需缺口分析

四、2012-2016年我国婴儿护肤品供需缺口变化趋势预测

第三节2012年影响婴儿护肤品行业供需关系的主要因素

第七章 2012年中国婴儿护肤品细分市场分析

第一节 婴儿面霜

第二节 婴儿洗发水

第三节 婴儿沐浴露

第四节 婴儿爽身粉

第五节 婴儿润肤油

第六节 婴儿护肤香皂

第七节 舒敏软膏（防过敏药膏）

第八节 婴儿香水

第九节 婴儿润肤露

第八章 2012年中国婴儿护肤品行业结构分析

第一节2012年中国婴儿护肤品行业基本特征

一、婴儿护肤品行业主要细分产品

二、婴儿护肤品行业产业链分析

第二节2012年中国婴儿护肤品行业竞争格局

一、婴儿护肤品行业主要企业和主要品牌

二、婴儿护肤品市场集中度分析

第三节2012年中国婴儿护肤品行业的“波特五力模型”分析

一、现有企业间的竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第九章 2012年中国婴儿护肤品行业市场营销分析

第一节2012年婴儿用品消费者购买行为分析

一、婴儿用品消费者特点

二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征

三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

五、对婴儿用品经营的启发

第二节2012年婴儿护肤品主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第三节2012年中国婴儿护肤品营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第四节2012年中国婴儿护肤品企业营销模式建议

一、药店销售渠道建设

二、直销渠道建设

三、俱乐部渠道建设

四、连锁渠道建设

第五节 各大婴儿护肤品品牌纷纷打起按年龄、时节细分策略点评

第十章 2012年中国婴儿护肤品主要区域市场调查分析

第一节 华北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第二节 东北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第三节 华东地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第四节 华中地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第五节 华南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第六节 西南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析

四、区域市场前景

第七节 西北地区

一、区域市场容量分析

二、区域市场成熟度和竞争状况

三、区域消费者偏好分析

四、区域市场前景

第十一章 2012年中国婴儿护肤品行业主要品牌企业竞争力分析

第一节 强生

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 贝亲

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第三节 郁美净

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 康贝

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第五节 孩儿面

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第六节 NUK

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第七节 施巴

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第八节 婴姿坊

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第九节 爱得利

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第十节 贝蒂儿

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第十二章 2012-2016年中国婴儿护肤品行业发展前景预测分析

第一节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业市场预测分析

一、中国婴儿护肤品季节特征分析

二、中国婴儿护肤品产品趋势分析

三、中国婴儿护肤品竞争格局分析

第二节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴儿护肤品营销未来

二、未来婴儿护肤品营销模式发展趋势

第三节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业发展前景预测

一、中国婴儿护肤品市场供需预测分析

二、中国婴儿护肤品进出口贸易预测分析

三、中国婴儿护肤品盈利预测分析

第十三章 2012-2016年中国婴儿护肤品行业投资价值与投资策略分析

第一节 2012年中国婴儿护肤品投资环境分析

第二节 2011年中国婴儿护肤品行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业投资价值分析

一、婴儿护肤品行业投资热点研究

二、婴儿护肤品行业投资盈利空间预测

三、婴儿护肤品区域投资潜力分析

四、投资价值综合分析

第四节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

第五节 2012-2016年中国婴儿护肤品行业投资策略分析

一、市场定位

二、重点区域

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：……

跟多图表详见正文……

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1206/M365104CQ1.html>