

2014-2018年中国婴儿（儿童）护肤市场分析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

《2014-2018年中国婴儿（儿童）护肤市场分析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/rihua1402/H92716I5PT.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】2014-02-13

【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《2014-2018年中国婴儿（儿童）护肤市场分析与投资前景研究报告》共十四章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、《中国化妆品》、博思数据研究中心等国内外相关行业的信息以及化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球婴儿护肤品市场现状、我国婴儿护肤品市场状况、婴儿护肤品相关市场发展状况、婴儿护肤品进出口市场状况、市场竞争格局、市场营销策略、婴儿护肤品领域领先企业和竞争策略等，最后总结出未来婴儿护肤品市场的发展趋势，用数字说话，图文并茂。报告还对中国婴儿护肤品产业政策进行了分析及探讨，是婴儿护肤品生产企业、渠道商、科研机构、零售企业等单位准确了解目前婴儿护肤品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

儿童护肤品迅速发展，随着生活水平的提高和健康美容意识的增强，越来越多的家长认识到，儿童的清洁护肤不应使用成人化妆品。同时，年轻父母尤其是80后父母对儿童护肤品的认识不再停留在简单清洗和护理的层面，美白、补水、防晒等功能性护肤品越来越受家长欢迎；此外，除了儿童以外，我国很多年轻女性和易过敏人群也会选购温和、无刺激的儿童护肤品。

中国新生代母婴群体人均年消费为5000至18000元，到2017年，中国母婴市场总量将达到2.5万亿元。可见，母婴市场已进入集中井喷状态。当前国内儿童护肤品市场总额有100亿元左右，还保持着每年30%的高增速，市场前景广阔。其中强生占据了半壁江山，市场份额高于50%；紧随其后的是国内品牌青蛙王子，约占据15%的市场；在第三阵营中，贝亲等一系列产品也正迎头赶上。目前，已经有很多企业意识到儿童护肤品的广阔前景，纷纷着力该细分市场。除儿童护肤品外，市场上还出现了越来越多的儿童用唇彩、粉饼、腮红、甲油、彩绘油等彩妆产品，以迎合80后年轻父母对小孩儿偶尔打扮以及各种表演场合下儿童化妆的需求。

护肤品是化妆品市场中发展最快的一个分类市场。由于产品的新概念不断涌现，产品细分化进程加快，目前，市场处于多品牌竞争状态，品牌起伏较大；中档产品的市场份额有较大幅度上升，表现出较佳的市场前景。目前还有越来越多的进口儿童护肤品正通过各种方式进入中国市场，而这些产品一般定位高端。目前除了原有的儿童护肤品企业加码投资外，做成人日化产品以及其他行业的企业也进入这一领域。随着新企业不断加入竞争，以及背后有资金支持的上市公司等企业加大投入，多年来被强生垄断的市场格局可能将被改写。当前，国

内儿童护肤品市场还处于发展初期。未来儿童护肤品市场将会进入一个发展的上升期。但与成人护肤品市场相比，儿童护肤品市场的开发尚有巨大空间。

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 2012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、日本人口出生率下降

第二节 2012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 2014-2018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 2012年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

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、计划生育四川省少生4千万人
- 二、计划生育30多年来上海少生700万人
- 三、"单独二胎"在河南可行

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、

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、2012年婴儿护肤品供给状况
- 二、2012年婴儿护肤品需求状况

三、2012年婴儿护肤品供需缺口分析

四、2014-2018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

一、婴儿面霜市场发展现状

二、2012年婴儿面霜销售分析

三、婴儿面霜市场焦点

四、婴儿面霜市场前景

第二节 婴儿洗发水

一、婴儿洗发水市场发展现状

二、2012年婴儿洗发水销售分析

三、婴儿洗发水市场焦点

四、婴儿洗发水市场前景

第三节 婴儿沐浴露

一、婴儿沐浴露市场发展现状

二、2012年婴儿沐浴露销售分析

三、婴儿沐浴露市场焦点

四、婴儿沐浴露市场前景

第四节 婴儿爽身粉

一、婴儿爽身粉市场发展现状

二、2012年婴儿爽身粉销售分析

三、婴儿爽身粉市场焦点

四、婴儿爽身粉市场前景

第五节 婴儿润肤油

一、婴儿润肤油市场发展现状

二、2012年婴儿润肤油销售分析

三、婴儿润肤油市场焦点

四、婴儿润肤油市场前景

第六节 婴儿护肤香皂

一、婴儿护肤皂市场发展现状

二、2012年婴儿护肤皂销售分析

三、婴儿护肤皂市场焦点

四、婴儿护肤皂市场前景

第七节 舒敏软膏（防过敏药膏）

一、舒敏软膏市场发展现状

二、2012年舒敏软膏销售分析

第八节 婴儿香水

一、婴儿香水市场发展现状

二、2012年婴儿香水销售分析

三、婴儿香水市场焦点

四、婴儿香水市场前景

第九节 婴儿润肤露

一、婴儿润肤露市场发展现状

二、2012年婴儿润肤露销售分析

三、婴儿润肤露市场焦点

四、婴儿润肤露市场前景

第八章 2012年中国婴儿护肤品行业进出口统计分析

第一节 2008-2013年中国护肤品进出口数据统计情况

一、护肤品进出口数量分析

二、护肤品进出口金额分析

三、护肤品进出口国家及地区分析

第二节 2012年我国婴儿护肤品面临的“反倾销”问题及应对措施

一、我国婴儿护肤品行业遭受“反倾销”调查的主要案例

二、应对反倾销调查的措施

第三节 2014-2018年中国婴儿护肤品进出口发展趋势分析

第九章 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

第十章 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、

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、

第十一章 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

第十二章 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、企业产品
- 三、发展历史

第二节 贝亲

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第三节 郁美净

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、市场策略及成绩

第四节 康贝

- 一、企业概况
- 二、企业愿景
- 三、发展历史

第五节 孩儿面

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第六节 NUK

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第七节 施巴

- 一、企业基本概况

二、企业产品

三、发展历史

第八节 婴姿坊

一、企业基本概况

二、企业产品

三、发展历史

第九节 爱得利

一、企业基本概况

二、企业产品

三、发展历史

第十节 贝蒂儿

一、企业基本概况

二、企业产品

第十一节 其它婴儿护肤品企业运行竞争力分析

一、青蛙王子

二、欧润芙

三、贝拉小蜜蜂

四、贝倍舒

五、朋禾

第十三章 2014-2018年婴儿护肤品行业发展前景预测分析

第一节 2014-2018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

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 2014-2018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 2014-2018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

第十四章 2014-2018年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 2012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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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

第六节 博思数据研究结论与建议

一、结论

二、建议

图表目录

图表：2012年-2013年中国国内生产总值增长速度

图表：2012年9月-2013年9月全国居民消费价格指数情况

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2013年9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅情况

图表：2013年9月份居民消费价格分类表环比情况

图表：2012年-2013年城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012年-2013年农村居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012年-2013年中国规模以上工业增加值增速情况

图表：2012年-2013年中国固定资产投资（不含农户）增收情况

图表：2012年各地区分孩次计划生育率情况

图表：2012年各地区人口出生率、死亡率和自然增长率情况

图表：2012年中国人口构成情况

图表：1985年至2011年全球化妆品行业的专利申请量变化情况

图表：1997年-2011年我国化妆品企业专利申请量的变化情况

图表：1997年-2011年我国不同功效化妆品专利申请量的变化情况

图表：2012年中国不同年龄段人口数量

图表：2012年中国婴幼儿数量情况

图表：2012年婴儿面霜市场口碑排行榜

图表：2012年婴儿面霜市场销售排行榜

图表：2012年婴儿洗发水市场口碑排行榜

图表：2012年婴儿洗发水市场销售排行榜

图表：2012年婴儿沐浴露市场销售排行榜

图表：2012年婴儿爽身粉市场使用排行榜

图表：2012年婴儿面霜市场使用排行榜

图表：2012年婴儿面霜市场销售排行榜

图表：2012年婴儿苏敏软膏市场销售排行榜

图表：2012年婴儿润肤露市场销售排行榜

图表：中国近几年化妆品进出口数量情况

图表：中国近几年化妆品进出口金额情况

图表：2013年上半年我国化妆品出口主要国际情况

图表：2013年上半年中国化妆品进口主要国家情况

图表：2008-2015年中国化妆品网购交易市场规模及预测

图表：中国化妆品B2C站点日均独立访问用户数

图表：2011年华北地区市场容量

图表：2012年华北地区市场容量

图表：2013年华北地区市场容量

图表：2012年中国华北地区日用化学产品制造亏损企业情况

图表：2012年中国华北地区日用化学产品制造主营业业务情况

图表：2012年中国华北地区日用化学产品制造资产情况

图表：2012年中国华北地区日用化学产品制造利润情况

图表：2012年中国华北地区日用化学产品制造工业销售产值情况

图表：2011年东北地区市场容量

图表：2012年东北地区市场容量

图表：2013年东北地区市场容量

图表：2012年中国东北地区日用化学产品制造亏损企业情况

图表：2012年中国东北地区日用化学产品制造主营业务情况

图表：2012年中国东北地区日用化学产品制造资产情况

图表：2012年中国东北地区日用化学产品制造利润情况

图表：2012年中国东北地区日用化学产品制造工业销售产值情况

图表：2011年华东地区市场容量

图表：2012年华东地区市场容量

图表：2013年华东地区市场容量

图表：2012年中国华东地区日用化学产品制造亏损企业情况

图表：2012年中国华东地区日用化学产品制造主营业务情况

图表：2012年中国华东地区日用化学产品制造资产情况

图表：2012年中国华东地区日用化学产品制造利润情况

图表：2012年中国华东地区日用化学产品制造工业销售产值情况

图表：2011年华中地区市场容量

图表：2012年华中地区市场容量

图表：2013年华中地区市场容量

图表：2012年中国华中地区日用化学产品制造亏损企业情况

图表：2012年中国华中地区日用化学产品制造主营业务情况

图表：2012年中国华中地区日用化学产品制造资产情况

图表：2012年中国华中地区日用化学产品制造利润情况

图表：2012年中国华中地区日用化学产品制造工业销售产值情况

图表：2011年华南地区市场容量

图表：2012年华南地区市场容量

图表：2013年华南地区市场容量

图表：2012年中国华南地区日用化学产品制造亏损企业情况

图表：2012年中国华南地区日用化学产品制造主营业务情况

图表：2012年中国华南地区日用化学产品制造资产情况
图表：2012年中国华南地区日用化学产品制造利润情况
图表：2012年中国华南地区日用化学产品制造工业销售产值情况
图表：2011年西南地区市场容量
图表：2012年西南地区市场容量
图表：2013年西南地区市场容量
图表：2012年中国西南地区日用化学产品制造亏损企业情况
图表：2012年中国西南地区日用化学产品制造主营业务情况
图表：2012年中国西南地区日用化学产品制造资产情况
图表：2012年中国西南地区日用化学产品制造利润情况
图表：2012年中国西南地区日用化学产品制造工业销售产值情况
图表：2011年西北地区市场容量
图表：2012年西北地区市场容量
图表：2013年西北地区市场容量
图表：2012年中国西北地区日用化学产品制造亏损企业情况
图表：2012年中国西北地区日用化学产品制造主营业务情况
图表：2012年中国西北地区日用化学产品制造资产情况
图表：2012年中国西北地区日用化学产品制造利润情况
图表：2012年中国西北地区日用化学产品制造工业销售产值情况
图表：C2C占化妆品网购7成份额
图表：化妆品线上销售渠道细分
图表：前期市场定位

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1402/H92716I5PT.html>