

2015-2020年中国婴幼儿用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

《2015-2020年中国婴幼儿用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/qitaqinggong1412/H92716F2XT.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】2014-12-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国婴幼儿用品市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国婴幼儿用品行业的概念，接着分析了中国婴幼儿用品行业发展环境，然后对中国婴幼儿用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴幼儿用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴幼儿用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

婴幼儿用品是给0-1岁婴儿这类特殊群体提供的专业健康产品。特殊的体质特殊的生理心理需求，对婴幼儿用品都提出了极高的要求。因此对婴幼儿用品的选择，要求十分严格。主要分类有：食品类、启智类、服装及布类、家具类、电子电器类等。

排名	品牌	公司介绍
1	贝亲Pigeon	贝亲婴儿用品（上海）有限公司于1949年日本，大型跨国集团公司，十大润肤霜品牌，妇女婴儿用品的领军企业，贝亲婴儿用品（上海）有限公司。
2	好孩子	好孩子（中国）商贸有限公司于1989年，中国驰名商标，曾获中国名牌，中国规模最大的专业儿童用品集团之一，好孩子（中国）商贸有限公司。
3	强生Johnson	强生（中国）投资有限公司成立于1886年美国，世界财富500强，世界上规模最大的消费者护理产品公司之一，强生（中国）投资有限公司。
4	妈咪宝贝	尤妮佳生活用品（中国）有限公司始于1961年日本，跨国公司，致力于婴儿用品、妇女用品等卫生产品生产企业，尤妮佳生活用品（中国）有限公司。
5	康贝Combi	康贝（上海）有限公司始于1957年日本，日本康贝株式会社旗下品牌，大型跨国企业，十大儿童推车-婴儿推车品牌，康贝（上海）有限公司。
6	好奇HUGGIES	金佰利（中国）有限公司始于1872年美国，全球500强企业，全球健康卫生护理领域领导者，大型跨国集团公司，金佰利中国投资有限公司。
7	帮宝适	宝洁（中国）有限公司始创于1837年美国，消费者最喜爱的品牌之一，世界500强企业，全球最大的日用品公司之一，宝洁（中国）有限公司。
8	NUK	哈琪森商贸（上海）有限公司创始于1947年德国，世界婴儿用品市场上享有较高声誉的品牌，十大婴儿用品品牌，哈琪森商贸（上海）有限公司。
9	新安怡AVENT	飞利浦（中国）投资有限公司于1984年在英国，世界品牌500强企业，世界著名的母婴护理品牌，大型跨国公司，飞利浦（中国）投资有限公司。
10	爱得利IVORY	厦门蒂尔特企业有限公司始于1975年台湾，中国驰名商标，福建省名牌产品，知名婴儿用品品牌，行业领先企业，厦门蒂尔特企业有限公司。

第一章世界婴儿用品运行环境及动态分析

第一节近两年国际人口生育状况分析

- 一、法国迎来最大婴儿潮
- 二、英国提倡一个家庭只生两个孩子
- 三、俄罗斯用经济手段提高生育率

第二节2014年国际婴儿用品市场运行分析

- 一、美国婴儿用品市场规模分析
- 二、中东婴儿用品市场分析
- 三、浅析欧盟婴儿护理用品市场

第三节2015-2020年世界婴儿用品产业发展趋势分析

第二章2013-2014年中国婴儿用品产业运行环境透析

第一节2014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
- 四、我国农村绝对贫困人口30年减少35亿

第二节2013-2014年中国人口结构情况分析

- 一、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2014年中国计划生育政策发展形势分析

第四节2014年中国居民收入情况分析

- 一、中国居民收入总体情况
- 二、城镇居民收入分配状况
- 三、农村居民收入分配状况
- 四、地区间居民收入分配状况

第五节2013-2014年中国婴儿用品产业政策解读

第三章 2014年中国婴儿用品行业运行形势分析

第一节2013-2014年中国婴儿用品行业现状分析

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

二、婴儿用品市场更趋成熟

三、婴儿用品市场潜力巨大

第二节2014年中国婴儿用品消费者购买行为分析

一、婴儿用品消费者特点

二、婴儿用品消费者购买行为的共性分析

三、对婴儿用品经营的启发

第三节2014年中国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

第四章2013-2014年中国婴儿奶粉行业运行动态分析

第一节2014年中国婴儿奶粉行业现状分析

一、婴儿奶粉行业事故频发

二、婴儿奶粉行业将出现高端混战

三、促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点

第二节2013-2014年中国婴儿奶粉市场概况

一、中国高档婴儿奶粉市场空间大

二、中国高档婴儿配方奶粉市场还有上升空间

三、消费者青睐洋品牌婴儿奶粉

第三节2013-2014年中国婴儿奶粉营销分析

一、婴儿奶粉企业打起营销模式战

二、数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用

三、4P组合在婴儿奶粉行业的应用状况

第四节2014年中国婴儿奶粉行业存在的问题

第五章2013-2014年中国婴儿食品其它细分市场运行剖析

第一节婴儿辅食

一、宝宝成长各阶段辅食各不同

- 二、母乳+辅食,“混搭”有讲究
- 三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率
- 四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破
- 五、婴儿辅食典型企业

- 1、亨氏
- 2、雀巢
- 3、青岛百乐麦食品公司

第二节 婴儿保健食品

- 一、中国医药发力孕婴保健市场
- 二、婴儿保健食品市场消费情况
- 三、婴儿保健食品需标注营养含量
- 四、婴儿保健食品研发现状
- 五、婴儿保健食品质量抽检情况
- 六、婴儿保健食品发展趋势

第六章 2013-2014年中国婴儿纸尿裤市场运行走势分析

第一节 2013-2014年中国婴儿纸尿裤产业发展概述

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

第二节 2013-2014年中国婴儿纸尿裤市场发展态势分析

- 一、中国纸尿裤市场进入高速增长期
- 二、小纸尿裤蕴含大市场
- 三、金佰利看好中国纸尿裤市场
- 四、全球婴儿纸尿裤市场展望

第三节 2014年中国纸尿裤的质量问题与对策分析

第七章 2013-2014年中国其它婴儿用品市场运行态势分析

第一节 奶瓶市场

第二节 童车市场

- 一、欧洲童车市场注重品质
- 二、平湖童车企业合力进军国际市场

- 三、童车的发展呈现三大趋向
- 四、婴儿推车的设计特点及分类选择
- 五、婴儿学步车的利弊辨析

第三节其他类

- 一、婴儿浴室市场空间大
- 二、婴儿泳疗介绍
- 三、婴儿枕头的学问
- 四、婴儿纪念品市场前景好

第八章2013-2014年中国婴儿用品产业竞争格局分析

第一节2013-2014年中外婴儿奶粉企业竞争分析

- 一、中国婴儿奶粉市场格局初步形成
- 二、高端婴儿奶粉市场酝酿变局
- 三、中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争

第二节2013-2014年婴儿奶粉本土企业竞争策略分析

- 一、国产品牌的机会在细分市场
- 二、本土企业应着力提升服务水平
- 三、合资不是婴儿奶粉企业的万能药方
- 四、中国企业竞争力及竞争策略分析

第三节2013-2014年中国部分城市婴儿用品市场分析

- 一、北京婴儿用品市场上演价格战
- 二、成都市婴儿用品市场广阔
- 三、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第九章 国外重点婴儿用品企业运行分析

第一节美赞臣

- 一、公司概况
- 二、美赞臣推出全新品牌策略
- 三、美赞臣用服务铸造品牌

第二节多美滋

- 一、公司概况
- 二、多美滋加大对华投资

三、多美滋成纽米克中国市场主打品牌

第三节雀巢

一、公司概况

二、雀巢调整策略加快进军国际市场步伐

三、雀巢成长奶粉再度出手中国

第四节强生

一、公司概况

二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象

三、解析强生公司网络营销策略

第五节宝洁

一、公司概况

二、帮宝适纸尿裤的历史

三、宝洁加强帮宝适和佳洁士两大品牌

第六节金佰利

一、公司概况

二、金佰利掘金中国“婴儿潮”

三、金佰利看好中国市场

第十章 中国婴儿用品重点企业竞争性财务分析

第一节企业一

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

第二节企业二

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

第三节企业三

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

第四节企业四

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

第五节企业五

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

第六节企业六

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

第七节企业七

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

第八节企业八

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

第九节企业九

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

第十节企业十

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

第十一章2015-2020年中国婴儿用品行业发展趋势前景分析

第一节2015-2020年中国婴儿用品及经营方式发展趋势

一、婴儿用品呈现四大发展趋势

二、安全成为婴儿服装的成为流行趋势

三、婴儿用品经营方式发展趋势

第二节2015-2020年中国婴儿用品行业前景预测分析

一、婴儿用品前景看好

二、婴幼儿用品市场前景广阔

三、婴儿用品蕴藏巨大市场

第三节2015-2020年中国婴儿用品产业盈利预测分析

第十二章2015-2020年中国婴儿用品产业投资机会与风险分析

第一节2015-2020年中国婴儿用品产业投资环境分析

第二节2015-2020年中国婴儿用品产业投资机会分析

第三节2015-2020年中国婴儿用品产业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：2013-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

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：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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014-2015年企业一主要经济指标走势

图表：2014-2015年企业一经营收入走势

图表：2014-2015年企业一盈利指标走势

图表：2014-2015年企业一负债情况

图表：2014-2015年企业一负债指标走势

图表：2014-2015年企业一运营能力指标走势

图表：2014-2015年企业一成长能力指标走势

图表：2014-2015年企业二主要经济指标走势

图表：2014-2015年企业二经营收入走势

图表：2014-2015年企业二盈利指标走势

图表：2014-2015年企业二负债情况

图表：2014-2015年企业二负债指标走势

图表：2014-2015年企业二运营能力指标走势

图表：2014-2015年企业二成长能力指标走势

图表：2014-2015年企业三主要经济指标走势

图表：2014-2015年企业三经营收入走势

图表：2014-2015年企业三盈利指标走势

图表：2014-2015年企业三负债情况

图表：2014-2015年企业三负债指标走势

图表：2014-2015年企业三运营能力指标走势

图表：2014-2015年企业三成长能力指标走势

图表：2014-2015年企业四主要经济指标走势

图表：2014-2015年企业四经营收入走势

图表：2014-2015年企业四盈利指标走势

图表：2014-2015年企业四负债情况

图表：2014-2015年企业四负债指标走势

图表：2014-2015年企业四运营能力指标走势

图表：2014-2015年企业四成长能力指标走势

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/qitaqinggong1412/H92716F2XT.html>