

# 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](http://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，对婴儿用品都提出了极高的要求。因此对婴儿用品的选择，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。

2014年婴幼儿用品十大品牌排名	排名	品牌	公司介绍
1	贝亲Pigeon	贝亲婴儿用品（上海）有限公司	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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,&ldquo;混搭&rdquo;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/qitaginggong1412/H92716F2XT.html>