

2016-2022年中国婴儿（儿童）护肤品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

《2016-2022年中国婴儿（儿童）护肤品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/rihua1510/R91894V4RW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-29

【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《2016-2022年中国婴儿（儿童）护肤品市场分析与投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了婴儿（儿童）护肤品行业相关概述、中国婴儿（儿童）护肤品产业运行环境、分析了中国婴儿（儿童）护肤品行业的现状、中国婴儿（儿童）护肤品行业竞争格局、对中国婴儿（儿童）护肤品行业做了重点企业经营状况分析及中国婴儿（儿童）护肤品产业发展前景与投资预测。您若想对婴儿（儿童）护肤品产业有个系统的了解或者想投资婴儿（儿童）护肤品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 2015年国内外婴儿用品产业运行新形势分析 1

第一节 2015年国际婴儿用品市场分析 1

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视 1

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代 2

三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管 3

四、欧盟婴儿护理用品市场浅析 5

五、中东婴儿用品市场分析 6

第二节 2015年中国婴儿用品行业现状 9

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性 9

二、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成 12

三、婴儿用品市场更趋成熟 13

第三节 2015年中国部分城市婴儿用品市场透析 16

一、上海 16

二、北京 20

三、成都 21

四、临沂市 23

第二章 2015年世界婴儿护肤品产业运行态势分析 24

第一节 2015年世界婴幼儿护肤品行业市场环境分析 24

一、英国提倡一个家庭只生两个孩 24

- 二、俄罗斯用经济手段提高生育率 25
- 三、法国迎来25年来最大婴儿潮 26
- 四、日本人口出生率下降 27
- 第二节 2015年世界婴儿护肤品市场运行态势 28
 - 一、世界婴儿护肤品行业发展成熟度分析 28
 - 二、世界婴儿护肤品特点分析 30
 - 三、主要国家婴儿护肤品市场现状 32
- 第三节 2016-2022年世界婴幼儿护肤品行业发展趋势分析 34

第三章 2015年中国婴儿护理品产业发展环境分析 36

- 第一节 2015年中国经济环境分析 36
 - 一、国民经济运行情况GDP 36
 - 二、消费价格指数CPI、PPI 37
 - 三、全国居民收入情况 41
 - 四、恩格尔系数 42
 - 五、工业发展形势 43
 - 六、固定资产投资情况 45
 - 七、中国汇率调整（人民币升值） 47
 - 八、对外贸易&进出口 48
- 第二节 2015年中国婴儿护理品产业政策发展环境分析 54
 - 一、中国婴幼儿化妆品无专门标准 54
 - 二、进一步规范婴幼儿用品安全标准 54
 - 三、婴幼儿日用化妆品应尽快立法 55
- 第三节 2015年中国婴儿护理品产业社会环境发展分析 57
 - 一、人口环境分析 57
 - 二、教育环境分析 58
 - 三、文化环境分析 59
 - 四、生态环境分析 59
 - 五、中国城镇化率 62
 - 六、居民的各种消费观念和习惯 64

第四章 中国婴幼儿护肤品人口环境分析 66

第一节 2015年中国人口出生率情况分析	66
一、中国人口出生率和生育率的地区差别	66
二、中国人口出生率呈持续下降趋势	71
三、中国的第四次生育高峰	72
第二节 2015年中国人口结构情况	75
一、2015年中国人口构成情况	75
二、中国人口年龄结构的不断变化	77
三、中国人口结构面临六大难题	79
第三节 2015年计划生育政策发展形势	80
一、计划生育四川省少生4千万人	80
二、计划生育30多年来上海少生700万人	81
三、“单独二胎”在河南可行	84
第五章 2015年中国婴儿护肤品行业生产现状分析	85
第一节 2015年中国婴儿护肤品业运行总况	85
一、婴儿护肤品热销背后暗藏隐忧	85
二、儿童护肤品制作要求高但标准缺失	86
三、2015年中国婴儿护肤品细分市场分析	87
1、护肤类	87
2、洗涤类	92
3、儿童爽身粉、花露水	95
第二节 2015年中国婴儿护肤品行业产能及增长情况分析	97
一、主要生产企业及其产能	97
二、婴儿护肤品行业产能扩张趋势	100
第三节 2015年中国婴儿护肤品行业成本结构分析	101
一、原材料成本	101
二、研发和设计成本	101
三、知识产权使用许可费	101
四、劳动力成本	106
五、其它成本	109
第四节 2015年中国婴儿护肤品行业生产中存在的主要问题	109

第六章 2015年中国婴儿护肤品市场供需态势分析 111

第一节 2015年中国婴儿护肤品消费需求特征分析 111

一、城镇和农村消费者需求特征 111

二、不同收入层次家庭需求特征 112

三、婴儿护肤品等细分产品的需求特征 114

四、婴儿护肤品消费的决策过程分析 116

第二节 2015年中国婴儿护肤品行业供需状况 116

一、2015年婴儿护肤品供给状况 116

二、2015年婴儿护肤品需求状况 117

三、2015年婴儿护肤品供需缺口分析 119

四、2016-2022年我国婴儿护肤品供需缺口变化趋势预测 119

第三节 2015年影响婴儿护肤品行业供需关系的主要因素 123

第七章 2015年中国婴儿护肤品细分市场分析 126

第一节 婴儿面霜 126

一、婴儿面霜市场发展现状 126

二、2015年婴儿面霜销售分析 126

三、婴儿面霜市场焦点 127

四、婴儿面霜市场前景 127

第二节 婴儿洗发水 127

一、婴儿洗发水市场发展现状 127

二、2015年婴儿洗发水销售分析 128

三、婴儿洗发水市场焦点 128

四、婴儿洗发水市场前景 128

第三节 婴儿沐浴露 129

一、婴儿沐浴露市场发展现状 129

二、2015年婴儿沐浴露销售分析 131

三、婴儿沐浴露市场焦点 132

四、婴儿沐浴露市场前景 132

第四节 婴儿爽身粉 133

一、婴儿爽身粉市场发展现状 133

二、2015年婴儿爽身粉销售分析 133

三、婴儿爽身粉市场焦点 133

四、婴儿爽身粉市场前景 134

第五节 婴儿润肤油 134

一、婴儿润肤油市场发展现状 134

二、2015年婴儿润肤油销售分析 135

三、婴儿润肤油市场焦点 135

四、婴儿润肤油市场前景 136

第六节 婴儿护肤香皂 138

一、婴儿护肤皂市场发展现状 138

二、2015年婴儿护肤皂销售分析 139

三、婴儿护肤皂市场焦点 139

四、婴儿护肤皂市场前景 140

第七节 舒敏软膏（防过敏药膏） 140

一、舒敏软膏市场发展现状 140

二、2015年舒敏软膏销售分析 141

第八节 婴儿香水 141

一、婴儿香水市场发展现状 141

二、2015年婴儿香水销售分析 142

三、婴儿香水市场焦点 144

四、婴儿香水市场前景 145

第九节 婴儿润肤露 145

一、婴儿润肤露市场发展现状 145

二、2015年婴儿润肤露销售分析 146

三、婴儿润肤露市场焦点 146

四、婴儿润肤露市场前景 146

第八章 2015年中国婴儿护肤品行业进出口统计分析 148

第一节 2009-2015年中国护肤品进出口数据统计情况 148

一、护肤品进出口数量分析 148

二、护肤品进出口金额分析 149

三、护肤品进出口国家及地区分析 150

第二节 2015年我国婴儿护肤品面临的“反倾销”问题及应对措施 152

一、我国婴儿护肤品行业遭受“反倾销”调查的主要案例	152
二、应对反倾销调查的措施	153
第三节 2016-2022年中国婴儿护肤品进出口发展趋势分析	156
第九章 2015年中国婴儿护肤品行业结构分析	160
第一节 2015年中国婴儿护肤品行业基本特征	160
一、婴儿护肤品行业主要细分产品	160
二、婴儿护肤品行业产业链分析	161
第二节 2015年中国婴儿护肤品行业竞争格局	168
一、婴儿护肤品行业主要企业和主要品牌	168
二、婴儿护肤品市场集中度分析	169
第三节 2015年中国婴儿护肤品行业的“波特五力模型”分析	170
一、现有企业间的竞争	170
二、潜在进入者分析	172
三、替代品威胁分析	173
四、供应商议价能力	174
五、客户议价能力	175
第十章 2015年中国婴儿护肤品行业市场营销分析	177
第一节 2015年婴儿用品消费者购买行为分析	177
一、婴儿用品消费者特点	177
二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征	177
三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯	178
四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性	179
五、对婴儿用品经营的启发	180
第二节 2015年婴儿护肤品主要营销模式分析	182
一、直营模式	182
二、代理经销商模式	183
三、大型综合连锁卖场模式	184
四、网络营销	187
第三节 2015年中国婴儿护肤品营销策略分析	189
一、从生产导向转向市场导向	189

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争	189
三、从产品营销到品牌营销和文化营销	190
四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化	190
第四节 2015年中国婴儿护肤品企业营销模式建议	191
一、药店销售渠道建设	191
二、直销渠道建设	192
三、俱乐部渠道建设	193
四、连锁渠道建设	195
第五节 各大婴儿护肤品品牌纷纷打起按年龄、时节细分的大旗策略点评	198
第十一章 2015年中国婴儿护肤品主要区域市场调查分析	202
第一节 华北地区	202
一、区域市场容量分析	202
二、区域市场成熟度和竞争状况	204
三、区域消费者偏好分析	205
四、区域市场前景	205
第二节 东北地区	206
一、区域市场容量分析	206
二、区域市场成熟度和竞争状况	208
三、区域消费者偏好分析	209
四、区域市场前景	209
第三节 华东地区	210
一、区域市场容量分析	210
二、区域市场成熟度和竞争状况	211
三、区域消费者偏好分析	212
四、区域市场前景	213
第四节 华中地区	213
一、区域市场容量分析	213
二、区域市场成熟度和竞争状况	215
三、区域消费者偏好分析	216
四、区域市场前景	216
第五节 华南地区	217

- 一、区域市场容量分析 217
- 二、区域市场成熟度和竞争状况 218
- 三、区域消费者偏好分析 219
- 四、区域市场前景 220

第六节 西南地区 220

- 一、区域市场容量分析 220
- 二、区域市场成熟度和竞争状况 222
- 三、区域消费者偏好分析 223
- 四、区域市场前景 223

第七节 西北地区 224

- 一、区域市场容量分析 224
- 二、区域市场成熟度和竞争状况 225
- 三、区域消费者偏好分析 226
- 四、区域市场前景 227

第十二章 2015年中国婴儿护肤品行业主要品牌企业竞争力分析 228

第一节 强生 228

- 一、企业概况 228
- 二、企业产品 228
- 三、发展历史 229

第二节 贝亲 231

- 一、企业概况 231
- 二、企业产品 232
- 三、发展历史 234

第三节 郁美净 237

- 一、企业概况 237
- 二、企业产品 238
- 三、市场策略及成绩 240

第四节 康贝 241

- 一、企业概况 241
- 二、企业愿景 242
- 三、发展历史 244

第五节 孩儿面 246

一、企业基本情况 246

二、企业产品 247

三、发展历史 249

第六节 NUK 250

一、企业基本情况 250

二、企业产品 250

三、发展历史 252

第七节 施巴 253

一、企业基本情况 253

二、企业产品 254

三、发展历史 255

第八节 婴姿坊 256

一、企业基本情况 256

二、企业产品 257

三、发展历史 258

第九节 爱得利 259

一、企业基本情况 259

二、企业产品 260

三、发展历史 260

第十节 贝蒂儿 261

一、企业基本情况 261

二、企业产品 262

第十一节 其它婴儿护肤品企业运行竞争力分析 263

一、青蛙王子 263

二、欧润芙 265

三、贝拉小蜜蜂 265

四、贝倍舒 267

五、朋禾 267

第十三章 2016-2022年婴儿护肤品行业发展前景预测分析 268

第一节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业市场预测分析 268

一、中国婴儿护肤品季节特征分析	268
二、中国婴儿护肤品产品趋势分析	269
三、中国婴儿护肤品竞争格局分析	271
第二节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业市场营销发展趋势	272
一、展望中国婴儿护肤品营销未来	272
二、未来婴儿护肤品营销模式发展趋势	273
第三节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业发展前景预测	277
一、中国婴儿护肤品市场供需预测分析	277
二、中国婴儿护肤品进出口贸易预测分析	278
三、中国婴儿护肤品盈利预测分析	278
第十四章 2016-2022年婴儿护肤品行业投资价值与投资策略分析	287
第一节 2015年中国婴儿护肤品投资环境分析	287
第二节 2015年中国婴儿护肤品行业投资周期分析	288
一、经济周期	288
二、增长性与波动性	292
三、成熟度分析	292
第三节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业投资价值分析	293
一、婴儿护肤品行业投资热点研究	293
二、婴儿护肤品行业投资盈利空间预测	294
三、婴儿护肤品区域投资潜力分析	295
四、投资价值综合分析	297
第四节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业投资风险分析	298
一、市场风险	298
二、竞争风险	300
三、原材料价格波动的风险	301
四、经营风险	302
五、政策风险	303
第五节 2016-2022年中国婴儿护肤品行业投资策略分析	308
一、市场定位	308
二、重点区域	312
第六节 博思数据研究结论与建议	312

一、结论 312

二、建议 313

图表目录：

图表：2014年-2015年中国国内生产总值增长速度 36

图表：2014年9月-2015年5月全国居民消费价格指数情况 37

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 38

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况 38

图表：2015年5月份居民消费价格分类别同比涨跌幅情况 40

图表：2015年5月份居民消费价格分类表环比情况 41

图表：2014年-2015年城镇居民人均可支配收入实际增长速度 42

图表：2014年-2015年农村居民人均可支配收入实际增长速度 42

图表：2014年-2015年中国规模以上工业增加值增速情况 45

图表：2014年-2015年中国固定资产投资（不含农户）增收情况 46

图表：2015年各地区分孩次计划生育率情况 66

图表：2015年各地区人口出生率、死亡率和自然增长率情况 67

图表：2015年中国人口构成情况 75

图表：1985年至2014年全球化妆品行业的专利申请量变化情况 102

图表：1997年-2014年我国化妆品企业专利申请量的变化情况 103

图表：1997年-2014年我国不同功效化妆品专利申请量的变化情况 104

图表：2015年中国不同年龄段人口数量 120

图表：2015年中国婴幼儿数量情况 122

图表：2015年婴儿面霜市场口碑排行榜 126

图表：2015年婴儿面霜市场销售排行榜 126

图表：2015年婴儿洗发水市场口碑排行榜 127

图表：2015年婴儿洗发水市场销售排行榜 128

图表：2015年婴儿沐浴露市场销售排行榜 131

图表：2015年婴儿爽身粉市场使用排行榜 133

图表：2015年婴儿面霜市场使用排行榜 135

图表：2015年婴儿面霜市场销售排行榜 139

图表：2015年婴儿苏敏软膏市场销售排行榜 141

图表：2015年婴儿润肤露市场销售排行榜 146

图表：中国近几年化妆品进出口数量情况 148

图表：中国近几年化妆品进出口金额情况 149

图表：2015年上半年我国化妆品出口主要国际情况 150

图表：2015年上半年中国化妆品进口主要国家情况 151

图表：2008-2015年中国化妆品网购交易市场规模及预测 187

图表：中国化妆品B2C站点日均独立访问用户数 188

图表：2013年华北地区市场容量 202

图表：2014年华北地区市场容量 203

图表：2015年华北地区市场容量 203

图表：2015年中国华北地区日用化学产品制造亏损企业情况 204

图表：2015年中国华北地区日用化学产品制造主营业业务情况 204

图表：2015年中国华北地区日用化学产品制造资产情况 204

图表：2015年中国华北地区日用化学产品制造利润情况 204

图表：2015年中国华北地区日用化学产品制造工业销售产值情况 205

图表：2013年东北地区市场容量 206

图表：2014年东北地区市场容量 207

图表：2015年东北地区市场容量 207

图表：2015年中国东北地区日用化学产品制造亏损企业情况 208

图表：2015年中国东北地区日用化学产品制造主营业业务情况 208

图表：2015年中国东北地区日用化学产品制造资产情况 208

图表：2015年中国东北地区日用化学产品制造利润情况 208

图表：2015年中国东北地区日用化学产品制造工业销售产值情况 208

图表：2013年华东地区市场容量 210

图表：2014年华东地区市场容量 210

图表：2015年华东地区市场容量 211

图表：2015年中国华东地区日用化学产品制造亏损企业情况 211

图表：2015年中国华东地区日用化学产品制造主营业业务情况 211

图表：2015年中国华东地区日用化学产品制造资产情况 212

图表：2015年中国华东地区日用化学产品制造利润情况 212

图表：2015年中国华东地区日用化学产品制造工业销售产值情况 212

图表：2013年华中地区市场容量 213

图表：2014年华中地区市场容量 214

图表：2015年华中地区市场容量 214

图表：2015年中国华中地区日用化学产品制造亏损企业情况 215

图表：2015年中国华中地区日用化学产品制造主营业务情况 215

图表：2015年中国华中地区日用化学产品制造资产情况 215

图表：2015年中国华中地区日用化学产品制造利润情况 215

图表：2015年中国华中地区日用化学产品制造工业销售产值情况 215

图表：2013年华南地区市场容量 217

图表：2014年华南地区市场容量 217

图表：2015年华南地区市场容量 218

图表：2015年中国华南地区日用化学产品制造亏损企业情况 218

图表：2015年中国华南地区日用化学产品制造主营业务情况 218

图表：2015年中国华南地区日用化学产品制造资产情况 218

图表：2015年中国华南地区日用化学产品制造利润情况 219

图表：2015年中国华南地区日用化学产品制造工业销售产值情况 219

图表：2013年西南地区市场容量 220

图表：2014年西南地区市场容量 221

图表：2015年西南地区市场容量 221

图表：2015年中国西南地区日用化学产品制造亏损企业情况 222

图表：2015年中国西南地区日用化学产品制造主营业务情况 222

图表：2015年中国西南地区日用化学产品制造资产情况 222

图表：2015年中国西南地区日用化学产品制造利润情况 222

图表：2015年中国西南地区日用化学产品制造工业销售产值情况 223

图表：2013年西北地区市场容量 224

图表：2014年西北地区市场容量 224

图表：2015年西北地区市场容量 225

图表：2015年中国西北地区日用化学产品制造亏损企业情况 225

图表：2015年中国西北地区日用化学产品制造主营业务情况 225

图表：2015年中国西北地区日用化学产品制造资产情况 226

图表：2015年中国西北地区日用化学产品制造利润情况 226

图表：2015年中国西北地区日用化学产品制造工业销售产值情况 226

图表：C2C占化妆品网购7成份额 272

图表：化妆品线上销售渠道细分 273

图表：前期市场定位 308

略.....

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/rihua1510/R91894V4RW.html>