

2012-2016年中国婴幼儿纸 尿裤市场深度调研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

《2012-2016年中国婴幼儿纸尿裤市场深度调研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/rihua1207/G716510F36.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】2012-07-24

【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年中国婴幼儿纸尿裤市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了国际婴幼儿纸尿裤市场运行形势、中国婴幼儿纸尿裤行业市场运行环境等，接着分析了中国婴幼儿纸尿裤市场运行的现状，然后介绍了中国婴幼儿纸尿裤市场行业竞争格局。随后，报告对中国婴幼儿纸尿裤做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴幼儿纸尿裤行业市场前景与投资预测。您若想对婴幼儿纸尿裤产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿纸尿裤行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国婴幼儿纸尿裤市场深度调研与投资前景研究报告》，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。

纸尿裤是一种抛弃式的尿裤。以不织布、纸、棉等材料制成。有幼儿专用与成人专用两种。最新研发的环保可循环再用的纸尿裤，以荞麦纤维提炼的原材料制造。中国每年有近2000万的婴儿出生，使用尿裤的0岁至2岁的婴儿达到4000多万。婴幼儿纸尿裤市场有着良好的发展前景。

目录

第一章 2010-2011年国际婴幼儿纸尿裤市场运行形势分析 1

第一节 2010-2011年世界人口生育状况 1

一、世界人口增长趋势分析 1

二、俄罗斯出生人口发展情况 2

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势 4

四、生育率提高推动法国人口快速增长 4

五、英国人口出生率大幅上升 5

六、德国人口出生状况 5

七、日本人口生育情况 5

第二节 2010-2011年国际婴儿用品市场分析 6

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视 6

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代	9
三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管	10
四、欧盟婴儿护理用品市场浅析	12
五、中东婴儿用品市场分析	12
第三节 2010-2011年国际纸尿裤市场发展状况分析	14
一、国际纸尿裤行业发展成熟度分析	14
二、纸尿裤市场供需状况分析	14
三、国际纸尿裤行业存在的问题	15
第四节 2010-2011年世界部分国家纸尿裤市场运行分析	16
一、英国	16
二、俄罗斯	16
三、法国	17
四、日本	17
第五节 2012-2016年世界纸尿裤业发展趋势分析	18
第二章 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤行业市场运行环境分析	20
第一节 2010年中国宏观经济环境分析	20
一、GDP历史变动轨迹分析	20
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	27
三、2012年中国经济发展预测分析	29
第二节 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤市场政策环境分析	32
一、纸尿裤/片/垫行业标准	32
二、十一五税改绿色理念	38
三、纸尿裤“环境保护与可持续发展”绿色战略	38
第三节 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤市场社会环境分析	39
第三章 2010-2011年中国婴儿用品业整体运行形势分析	43
第一节 2010-2011年中国婴儿用品业现状综述	43
一、婴儿用品行业所处阶段及其特性	43
二、中国婴儿用品行业的发展现状	43
三、中国婴儿产业的发展态势	45
四、中国婴儿用品行业发展的市场环境	45

第二节 2010-2011年中国婴儿用品市场运行简况 46

一、婴儿用品市场亮点分析 46

二、中国婴儿用品消费形态 46

三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成 46

四、婴儿用品市场更趋成熟 47

第三节 2010-2011年中国部分城市婴儿用品市场分析 47

一、上海婴儿用品市场发展分析 47

二、北京婴儿用品市场的发展动态 48

三、成都婴儿用品市场发展概况 48

四、临沂市婴儿用品市场发展迅速 48

第四节 2010-2011年中国婴儿用品消费者购买行为分析 49

一、婴儿用品消费者特点 49

二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征 49

三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯 52

四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性 52

五、对婴儿用品经营的启发 54

第五节 2010-2011年中国婴儿用品终端市场营销分析 57

一、婴儿用品的不同销售模式 57

二、婴儿用品店的五大误区 58

三、婴儿用品店生存法则 59

四、婴儿用品店必须转守为攻 60

第四章 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤市场运行形势分析 61

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述 61

一、结构设计 61

二、不同品牌纸尿裤的特点 61

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 62

第二节 2010-2011年中国纸尿裤行业市场运行综述 63

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期 63

二、小纸尿裤蕴含大市场 64

三、金佰利看好中国纸尿裤市场 64

第三节 2010-2011年中国纸尿裤行业基本特征 65

一、纸尿裤行业主要细分产品 65

二、纸尿裤行业产业链分析 65

第四节 2010-2011年中国纸尿裤的质量问题 66

一、纸尿裤质量连年下滑 66

二、纸尿裤的三项指标不合格 66

三、造成纸尿裤出现质量问题的原因 67

第五章 2010-2011年中国纸尿裤市场供需状况分析 68

第一节 2010-2011年中国纸尿裤消费需求特征分析 68

一、城镇和农村消费者需求特征 68

二、不同收入层次家庭需求特征 68

三、纸尿裤等细分产品的需求特征 69

四、纸尿裤消费的决策过程分析 70

第二节 2010-2011年中国纸尿裤行业供需状况 71

一、纸尿裤供给状况 71

二、纸尿裤需求状况 71

三、影响市场供需的因素分析 71

第三节 2010-2011年中国纸尿裤市场价格分析 72

一、国际品牌纸尿裤市场分析 72

二、国内品牌纸尿裤市场分析 76

三、价格同比分析 78

第六章 2010-2011年纸尿裤行业市场营销战略分析 79

第一节 2010-2011年纸尿裤行业主要营销模式分析 79

一、直营模式 79

二、代理经销商模式 79

三、大型综合连锁卖场模式 79

四、网络营销 79

第二节 2010-2011年纸尿裤行业营销策略分析 80

一、从生产导向转向市场导向 80

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争 81

三、从产品营销到品牌营销和文化营销 81

第三节 2012-2016年中国纸尿裤企业营销模式建议 82

一、纸尿裤企业的国内营销模式建议 82

二、纸尿裤企业海外营销模式建议 83

第四节 2012-2016年中国纸尿裤市场营销发展趋势 84

第七章 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤市场消费者调查分析 86

第一节 受访者基本情况分析 86

一、消费者年龄 86

二、消费者家庭收入情况 86

三、学历情况 87

四、受访者不用纸尿裤的原因分析 87

第二节 2010-2011年纸尿裤消费者使用习惯调查分析 88

一、消费者纸尿裤品牌使用情况分析 88

二、消费者购买纸尿裤渠道分析 91

三、消费者使用纸尿裤频率分析 92

四、消费者对纸尿裤使用的满意程度分析 93

五、消费者对纸尿裤价格敏感度分析 95

第三节 2010-2011年纸尿裤品牌信息传播渠道分析 95

一、消费者对纸尿裤促销方式偏好分析 95

二、消费者获取纸尿裤信息渠道分析 96

第四节 2010-2011年消费者购买纸尿裤时的选择要素分析 98

第八章 2010-2011年国际知名品牌纸尿裤企业运行分析 100

第一节 宝洁 100

一、公司基本概况 100

二、品牌竞争力分析 100

三、华市场销售情况分析 101

四、国际化战略发展分析 101

第二节 金佰利 104

一、公司基本概况 104

二、品牌竞争力分析 105

三、华市场销售情况分析 105

四、国际化战略发展分析 106

第三节 恒安 107

一、公司基本情况 107

二、品牌竞争力分析 107

三、华市场销售情况分析 107

四、国际化战略发展分析 108

第四节 尤妮佳 108

一、公司基本情况 108

二、品牌竞争力分析 109

三、华市场销售情况分析 109

四、国际化战略发展分析 110

第九章 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤市场行业竞争格局分析 112

第一节 2010-2011年纸尿裤行业竞争总况 112

一、纸尿裤市场竞争激烈 112

二、纸尿裤品牌竞争力分析 112

三、纸尿裤质量、价格竞争分析 113

第二节 2010-2011年中国纸尿裤行业集中度分析 114

一、纸尿裤区域集中度分析 114

二、纸尿裤品牌市场集中度分析 114

第三节 2010-2011年中国纸尿裤行业竞争策略分析 115

第四节 2012-2016年中国纸尿裤竞争趋势分析 116

第十章 2010-2011年中国婴幼儿纸尿裤优势企业竞争力分析 118

第一节 东莞市白天鹅纸业有限公司 118

一、企业概况 118

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营能力分析 120

六、企业成长能力分析 120

第二节 全日美实业(上海)有限公司 121

一、企业概况	121
二、企业主要经济指标分析	121
三、企业盈利能力分析	122
四、企业偿债能力分析	122
五、企业运营能力分析	123
六、企业成长能力分析	123
第三节 浙江华顺涤纶工业有限公司	123
一、企业概况	123
二、企业主要经济指标分析	124
三、企业盈利能力分析	124
四、企业偿债能力分析	125
五、企业运营能力分析	125
六、企业成长能力分析	125
第四节 晋江凤竹纸品实业有限公司	126
一、企业概况	126
二、企业主要经济指标分析	126
三、企业盈利能力分析	127
四、企业偿债能力分析	127
五、企业运营能力分析	128
六、企业成长能力分析	128
第五节 平顶山市舒莱卫生用品有限公司	128
一、企业概况	128
二、企业主要经济指标分析	129
三、企业盈利能力分析	129
四、企业偿债能力分析	130
五、企业运营能力分析	130
六、企业成长能力分析	130
第六节 北京倍舒特妇幼用品有限公司	131
一、企业概况	131
二、企业主要经济指标分析	132
三、企业盈利能力分析	132
四、企业偿债能力分析	133

五、企业运营能力分析	133
六、企业成长能力分析	133
第七节 漯河市鸿翔纸业有限公司	134
一、企业概况	134
二、企业主要经济指标分析	134
三、企业盈利能力分析	135
四、企业偿债能力分析	136
五、企业运营能力分析	136
六、企业成长能力分析	136
第八节 广西舒雅护理用品有限公司	137
一、企业概况	137
二、企业主要经济指标分析	137
三、企业盈利能力分析	138
四、企业偿债能力分析	138
五、企业运营能力分析	139
六、企业成长能力分析	139
第九节 恒安（中国）卫生用品有限公司	140
一、企业概况	140
二、企业主要经济指标分析	140
三、企业盈利能力分析	141
四、企业偿债能力分析	141
五、企业运营能力分析	141
六、企业成长能力分析	142
第十节 北京倍舒特实业发展有限公司	142
一、企业概况	142
二、企业主要经济指标分析	142
三、企业盈利能力分析	143
四、企业偿债能力分析	143
五、企业运营能力分析	144
六、企业成长能力分析	144
第十一节 佛山市顺德区舒乐卫生用品有限公司	144
一、企业概况	144

- 二、企业主要经济指标分析 144
- 三、企业盈利能力分析 145
- 四、企业偿债能力分析 145
- 五、企业运营能力分析 146
- 六、企业成长能力分析 146

第十一章 2012-2016年中国婴幼儿纸尿裤行业市场前景与投资预测分析 147

第一节 2012-2016年中国婴幼儿纸尿裤产品及经营方式发展趋势 147

- 一、婴幼儿纸尿裤呈现四大发展趋势 147
- 二、安全、卫生成为婴幼儿纸尿裤的流行趋势 147
- 三、婴儿用品经营方式发展趋势 148

第二节 2012-2016年中国婴幼儿纸尿裤市场前景预测 149

- 一、婴幼儿用品行业整体前景看好 149
- 二、纸尿裤市场前景广阔 150
- 三、纸尿裤蕴藏巨大市场 151

第三节 2012-2016年中国纸尿裤行业投资机会分析 151

第四节 2012-2016年中国纸尿裤行业投资风险分析 152

第五节 专家投资建议 153

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/rihua1207/G716510F36.html>