

2014-2018年中国婴幼儿用品 连锁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

《2014-2018年中国婴幼儿用品连锁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/maoyi1312/F74382IHJ3.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】2013-12-12

【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年中国婴幼儿用品连锁市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了婴幼儿用品连锁业相关概述、中国婴幼儿用品连锁行业运行环境等，接着分析了中国婴幼儿用品连锁整体运行的现状，然后介绍了中国婴幼儿用品连锁行业竞争格局。随后，报告对中国婴幼儿用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴幼儿用品连锁行业发展前景与投资预测。您若想对婴幼儿用品连锁产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿用品连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

由于我国各地区发展不平衡，消费意识和风土人情各不相同，在一个地区畅销的产品，不一定在别的地方就有销路。一般来说，居民收入水平是重要的决定因素，但气候，消费习惯，卫生习惯以及育婴方式也能影响购买。

所以在进入婴幼儿用品的连锁店之初，要摸清当地消费者的喜好之后，在进行加盟，在具体的连锁店经营中，还应当注意几个问题：1、人员管理；2、店面布置；3、营销策略；4、成本控制。

目前我国婴幼儿用品市场已形成高达1000亿元的规模。随着产品深度的逐步开发，市场的规模将有望得到进一步的拓展，婴幼儿用品连锁市场充满无限商机，随着网络时代的兴起，电子商务和各种网络营销模式给营销市场带来了革命性的变化，对婴幼儿用品市场来说网络营销，为企业和商家开辟了新的销售渠道。

第一章 婴幼儿用品连锁业相关概述

第一节 婴幼儿用品的几种连锁业态

第二节 婴幼儿用品连锁行业特征分析

一、行业发展迅速

二、适宜于个人投资

三、产品品质要求

四、品牌创立还处于初步尝试阶段

五、婴幼儿用品连锁行业生命周期分析

第三节 各种婴幼儿用品连锁优缺点比较

一、优缺点比较

二、结论

第二章 2013年国际婴儿用品行业运行态势分析

第一节 2013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
- 四、日本人口出生率回升

第二节 2013年国际婴儿用品市场运行态势分析

- 一、美国婴儿用品市场进入新时代
- 二、中东婴儿用品市场分析
- 三、欧盟婴儿护理用品市场浅析

第三节 2014-2018年国际婴儿用品行业发展趋势分析

第三章 2013年中国婴幼儿用品连锁行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国婴幼儿用品连锁行业政策环境分析

- 一、中国连锁行业发展政策
- 二、中国玩具标准与国际接轨
- 三、6类玩具将实施强制性产品认证
- 四、婴幼儿纺织品检测实行最严格的标准
- 五、婴幼儿食品安全危机与政府加强食品安全管理及处罚

第三节 2013年中国婴幼儿用品连锁行业社会环境分析

第四章 2013年中国婴幼儿用品连锁整体动态形势分析

第一节 2013年中国婴幼儿用品连锁行业运行总况

- 一、经营规模
- 二、婴幼儿用品连锁业所处发展阶段
- 三、连锁发展十分迅速
- 四、连锁的运营模式不断改进
- 五、连锁品牌还处于创建阶段

第二节 影响中国婴幼连锁发展因素分析

- 一、中国婴幼连锁行业发展的制约因素
- 二、中国婴幼连锁行业发展的有利因素

第五章 2013年中国婴幼儿用品连锁店信息化调研及案例分析

第一节 2013年中国婴幼儿用品连锁店信息化现状

- 一、婴幼儿用品连锁飞速发展的过程中产生了大量的信息化商机
- 二、传统的零售业管理软件在婴幼儿用品零售企业应用情况
- 三、信息化成婴幼儿用品零售企业品牌化、规模化发展的诉求
- 四、婴幼儿用品零售企业在信息化建设方面的需求
- 五、信息化管理工具应用成企业最具竞争力的管理模式
- 六、婴幼儿用品连锁业信息化发展瓶颈

第二节 婴幼儿用品连锁店信息化案例分析及方案点评

- 一、用户评价
- 二、方案特点
- 三、系统构成
 - 1、专卖店系统
 - 2、供应商关系管理系统（SRM）
 - 3、移动商务POS系统

第六章 2013年中国婴幼儿用品连锁行业竞争格局分析

第一节 2013年中国婴幼儿用品连锁行业竞争现状

- 一、婴幼儿用品品牌连锁经营显优势
- 二、政策将逐步引导、规范行业内的竞争行为
- 三、国内零售仍以百货等其他业态为主，不过专卖店迅速成长
- 四、购物地理环境局限大

第二节 2013年中国婴幼儿用品连锁业竞争行为

- 一、产品竞争
- 二、价格竞争
- 三、运营模式竞争
- 四、购物环境竞争
- 五、营销方式竞争
- 六、总部支持服务竞争

第三节 2014-2018年中国婴幼儿用品连锁业竞争趋势

第七章 2013年中国婴幼儿用品市场深度分析

第一节 2013年中国婴幼儿用品市场总况

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、中国婴幼儿用品市场规模分析
- 三、婴幼儿用品市场结构分析
- 四、婴幼儿用品市场品种齐全

第二节 2013年中国婴儿用品市场深度剖析

- 一、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 二、婴儿用品市场更趋成熟
- 三、婴儿用品消费者购买行为分析
- 四、婴儿用品终端市场营销分析

第三节 2013年中国婴儿用品部分区域市场分析

- 一、上海婴儿用品市场发展分析
- 二、北京婴儿用品市场的发展动态
- 三、成都婴儿用品市场发展概况

第八章 2013年中国婴幼儿用品细分市场分析

第一节 婴幼儿食品市场

- 一、婴幼儿食品进口关税下调
- 二、中国首部婴童行业CAS标准即将出台
- 三、中国婴幼儿食品市场现状及规模
- 四、中国婴幼儿食品市场营销渠道分布现状
- 五、婴幼食品市场竞争分析
- 六、婴幼食品连锁业态发展可行性分析
- 七、婴幼食品专卖店业态发展可行性分析

第二节 婴幼儿玩具市场

- 一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析
- 二、“婴儿潮”引爆“淘金潮”；市场规模约8500亿元
- 三、国内玩具市场年增长速度快
- 四、中国玩具市场亟待深耕细作

五、中国玩具市场期待建设大型零售连锁

第三节 婴幼儿服装纺织市场

- 一、童装发展成为服装业新的增长点
- 二、国内童装业优化布局已现雏形
- 三、中国童装产业结构及产业链分析
- 四、童装品牌加盟三大误区及五大策略分析
- 五、2013年中国童装产业优化布局分析

第四节 婴幼儿教育市场

- 一、我国婴幼儿教育市场发展现状
- 二、婴幼儿早期教育市场将成为投资新热点
- 三、婴幼儿在线教育市场呈现蓝海趋势

第五节 婴幼儿护理用品市场

- 一、婴幼儿日化品市场格局或将改变
- 二、儿童护理品产品趋势和发展瓶颈
- 三、我国婴儿用品呼吁加强管理

第九章 2013年中国婴幼儿用品连锁区域市场运行分析

第一节 华北地区

- 一、婴幼儿用品连锁市场发展特征分析
- 二、区域消费水平分析
- 三、婴幼儿用品市场业态分析
- 四、华北地区婴幼儿用品连锁业投资优势分析

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华中地区

第六节 华南地区

第五节 西南地区

第五节 西北地区

第十章 2013年中国婴幼儿用品主体供应商竞争力分析

第一节 伊利集团

- 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 恒安集团

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 好孩子公司

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 伟易达

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 强生公司

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 天津郁美净

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 2013年中国婴幼儿用品连锁企业主体竞争力分析

第一节 点亿科技的华婴连锁

一、企业发展概况

二、连锁经营产品目录

三、公司连锁经营模式分析

四、公司连锁业务发展现状

五、连锁业态厂商合作现状

第二节 贝奇贝贝佳

一、企业发展概况

二、连锁经营产品目录

三、公司连锁经营模式分析

四、公司连锁业务发展现状

五、连锁业态厂商合作现状

第三节 阳光贝贝

一、企业发展概况

二、连锁经营产品目录

三、公司连锁经营模式分析

四、公司连锁业务发展现状

五、连锁业态厂商合作现状

第四节 贝因美

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 爱婴岛

一、企业发展概况

二、连锁经营产品目录

三、公司连锁经营模式分析

四、公司连锁业务发展现状

五、连锁业态厂商合作现状

第十二章 2014-2018年中国婴幼儿用品连锁行业发展前景与投资预测分析

第一节 2014-2018年中国婴儿用品行业趋势前景分析

一、中国婴儿用品行业前景展望

二、婴儿用品及经营方式发展趋势

第二节 2014-2018年中国婴幼儿用品连锁行业发展前景分析

一、婴幼儿用品连锁市场前景预测

二、婴幼儿用品连锁业市场发展空间

三、健康和儿童连锁产业前景广阔

第三节 2014-2018年中国婴幼儿用品连锁行业市场预测分析

第四节 2014-2018年中国婴幼连锁业投资机会分析

第五节 2014-2018年中国婴幼连锁业投资风险分析

第六节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

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：居民消费价格同比上涨情况

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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/maoyi1312/F74382IHJ3.html>