

2016-2022年中国婴童用品 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

《2016-2022年中国婴童用品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/qitaqinggong1511/943827PDWN.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】2015-11-12

【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《2016-2022年中国婴童用品市场深度调研与投资前景研究报告》共七章。报告介绍了婴童用品行业相关概述、中国婴童用品产业运行环境、分析了中国婴童用品行业的现状、中国婴童用品行业竞争格局、对中国婴童用品行业做了重点企业经营状况分析及中国婴童用品产业发展前景与投资预测。您若想对婴童用品产业有个系统的了解或者想投资婴童用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着经济的改革，使得婴童用品消费市场的发展条件更加优越；随着生活水平的改善，我国婴童用品行业的发展得到了依托。如今，国内的婴童用品消费市场更加的活跃，居民的对婴童用品产品的消费需求也不断增加，这种趋势很好的推动了婴童用品消费市场的高速发展，让国内的婴童用品行业的水平得到了显著提高。未来几年，婴幼儿服装市场将继续保持强劲的发展势头，向品牌化、专业化方向转变，市场集中度将进一步提高。婴幼儿服饰市场有待进一步挖掘。目前即使是中高端婴幼儿服饰，也往往忽略在婴幼儿的生理特点和形体特点上深挖精耕，为婴幼儿量身定做适合其穿着的服饰。

报告目录：

第一章婴童用品行业发展综述 16

1.1婴童用品行业界定 16

1.1.1婴童用品行业概念界定 16

1.1.2婴童用品行业类别界定 16

1.2婴童用品行业发展背景分析 20

1.2.1家庭消费周期与消费特征分析 20

(1) 家庭消费生命周期界定 20

(2) 不同家庭消费生命周期的消费结构 24

1.2.2人口结构变迁与“婴儿潮”红利分析 24

(1) 我国人口结构变化特征 24

1) 出生人口速度减缓 24

2) 人口老龄化速度加快 25

(2) 人口结构变迁与消费品成长性影响 27

1.3婴童用品行业发展现状分析 41

- 1.3.1 婴童用品行业市场规模 41
- 1.3.2 婴童用品行业消费结构 41
- 1.3.3 婴童用品行业消费特性 42
- 1.4 婴童用品产业链利润分布 42
- 1.4.1 婴童用品行业制造环节利润分布 42
- 1.4.2 婴童用品行业销售环节利润分布 43

第二章中国婴童食品市场发展分析 44

- 2.1 婴幼儿奶粉市场分析 44
 - 2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况 44
 - 2.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境 46
 - (1) <乳品安全标准> 46
 - (2) 禁止人为添加三聚胺公告 56
 - (3) <母乳代用品管理办法（征求意见稿）> 57
 - (4) 食品营养强化剂标准（征求意见稿） 60
 - 2.1.3 婴幼儿奶粉市场发展特点 61
 - (1) 婴幼儿奶粉市场消费特点 61
 - (2) 婴幼儿奶粉市场运营特点 62
 - 2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场容量 63
 - 2.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局 64
 - (1) 婴幼儿奶粉市场发展阶段分析 64
 - (2) 婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局 65
 - (3) 婴幼儿奶粉产品价格区间分布 66
 - (4) 婴幼儿奶粉市场区域竞争格局 67
 - (5) 婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析 67
- 2.2 婴幼儿辅食市场分析 69
 - 2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况 69
 - 2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境 70
 - 2.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量 71
 - 2.2.4 婴幼儿奶粉市场竞争格局 72
 - (1) 婴幼儿辅食市场品牌竞争格局 72
 - (2) 婴幼儿辅食产品价格区间分布 73

- 2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景 73
- 2.3 婴童奶粉与辅食消费状况调查 73
 - 2.3.1 婴幼儿体质与奶粉消费调查 73
 - 2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查 74

第三章 中国婴童日用品市场分析 77

- 3.1 婴童洗护用品市场分析 77
 - 3.1.1 婴幼儿洗护用品市场发展概况 77
 - 3.1.2 婴幼儿洗护用品市场政策环境 77
 - 3.1.3 婴幼儿洗护用品市场发展特点 79
 - (1) 婴幼儿洗护用品市场产品结构特点 79
 - (2) 婴幼儿洗护用品市场消费特点 80
 - 3.1.4 婴幼儿洗护用品行业市场容量 81
 - 3.1.5 婴幼儿洗护用品市场竞争格局 81
 - (1) 婴幼儿洗护用品市场发展阶段分析 81
 - (2) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局 82
 - (3) 婴幼儿洗护用品市场渠道竞争分析 83
 - 3.1.6 婴幼儿洗护用品市场前景 84
- 3.2 婴童纸尿裤市场分析 85
 - 3.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况 85
 - 3.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境 86
 - 3.2.3 婴幼儿纸尿裤市场发展特点 86
 - (1) 婴幼儿纸尿裤市场消费特点 86
 - (2) 婴幼儿纸尿裤市场运营特点 88
 - 3.2.4 婴幼儿纸尿裤市场竞争格局 89
 - (1) 婴幼儿纸尿裤市场发展阶段分析 89
 - (2) 婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局 89
 - 3.2.5 婴幼儿纸尿裤企业投资情况 90
 - (1) 生产领域投资情况 90
 - (2) 销售领域投资情况 91
 - 3.2.6 婴幼儿纸尿裤市场前景 95
- 3.3 婴童车、床市场分析 95

- 3.3.1 婴幼儿车、床市场政策环境 95
 - (1) 童车安全要求国家标准 95
 - (2) <儿童家具通用技术条件> 99
- 3.3.2 婴幼儿车、床市场发展特点 108
 - (1) 婴幼儿车、床市场消费特点 108
 - (2) 婴幼儿车、床市场运营特点 108
- 1) 童车市场运营特点 108
- 2) 婴儿床市场运营特点 109
- 3.3.3 婴幼儿车、床市场竞争格局 109
 - (1) 婴幼儿车、床品牌竞争格局 109
 - (2) 婴幼儿车、床市场渠道竞争分析 110
- 3.3.4 婴幼儿车、床市场前景 111

第四章中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析 112

- 4.1 婴童服饰市场发展分析 112
 - 4.1.1 婴幼儿服饰市场发展概况 112
 - 4.1.2 婴幼儿服饰市场政策环境 113
 - (1) <婴幼儿服装标准> 113
 - (2) 中国3项童装国家标准正式实施 114
 - (3) 婴幼儿纺织品标准提高 114
 - 4.1.3 婴幼儿服饰市场发展特点 116
 - (1) 婴幼儿服饰市场产品结构特点 116
 - (2) 婴幼儿服饰市场消费特点 116
 - 4.1.4 婴幼儿服饰市场竞争格局 119
 - (1) 婴幼儿服饰市场发展阶段分析 119
 - (2) 婴幼儿服饰品牌竞争格局 120
 - (3) 婴幼儿服饰市场区域竞争格局 122
 - (4) 婴幼儿服饰市场渠道竞争分析 123
 - 4.1.5 婴幼儿服饰市场前景 125
- 4.2 婴童鞋产品市场发展分析 126
 - 4.2.1 婴幼儿鞋产品市场发展概况 126
 - 4.2.2 婴幼儿鞋产品市场政策环境 128

4.2.3婴幼儿鞋产品市场竞争格局 130

(1) 婴幼儿鞋产品市场发展阶段分析 130

(2) 婴幼儿鞋产品品牌竞争格局 132

(3) 婴幼儿鞋产品市场区域竞争格局 132

(4) 婴幼儿鞋产品市场渠道竞争分析 132

4.2.4婴幼儿鞋产品市场前景 136

4.3婴童玩具市场发展分析 136

4.3.1婴幼儿玩具市场发展概况 136

4.3.2婴幼儿玩具市场政策环境 137

(1) <充气玩具通用技术要求> 137

(2) <2015年玩具及儿童产品安全条例(修订附表1及2)公告> 138

(3) 美国修订ASTMF963-11标准 138

(4) 欧委会修改RoHSII指令 141

4.3.3婴幼儿玩具市场竞争格局 141

(1) 婴幼儿玩具市场发展阶段分析 141

(2) 婴幼儿玩具品牌竞争格局 142

第五章中国婴童用品行业市场营销分析 146

5.1营销模式优劣势及优秀案例分析 146

5.1.1婴童用品行业主要营销模式比较 146

(1) 直营模式 146

(2) 代理经销商模式 146

(3) 大型综合连锁卖场模式 146

(4) 网络营销模式 147

(5) 主要营销模式对比分析 147

5.1.2婴童用品行业优秀营销模式案例分析 148

5.1.3婴童用品行业营销模式创新建议 149

(1) 渠道建设方面的建议 149

(2) 产业集群方面的建议 150

(3) 虚拟社区方面的建议 151

(4) 专业连锁方面的建议 153

5.2销售渠道优势对比分析 154

5.2.1	医务渠道	154
5.2.2	商超渠道	154
5.2.3	品牌专卖渠道	154
5.2.4	专营店渠道	154
5.2.5	加盟连锁渠道	155
5.2.6	网络渠道	155
5.2.7	批发市场渠道	155
5.2.8	不同销售渠道优势对比	156
5.3	优秀营销案例分析	157
5.3.1	贝因美营销案例分析	157
(1)	贝因美品牌定位	157
(2)	贝因美产品定位	158
(3)	贝因美广告营销	159
(4)	贝因美传播策略	163
5.3.2	强生营销案例分析	164
(1)	强生品牌定位	164
(2)	强生产品定位	165
(3)	强生广告营销	165
(4)	强生渠道策略	166
5.3.3	童装品牌营销案例分析	166
(1)	巴拉巴拉营销案例	166
(2)	派克兰帝营销案例	167
(3)	水孩儿营销案例	168
(4)	金童王营销案例	169
(5)	嗒嘀嗒营销案例	173
5.3.4	童鞋品牌营销案例分析	179
(1)	七波辉营销案例	179
(2)	卡西龙营销案例	181
(3)	ABC营销案例	187
(4)	路豹营销案例	187
(5)	巴布豆营销案例	190
5.3.5	玩具品牌营销案例	191

- (1) 乐高营销案例 191
- (2) 奥迪营销案例 192
- (3) 好孩子营销案例 193

第六章中国婴童用品行业领先企业经营分析 196

6.1中国婴童食品领先企业分析 196

6.1.1双城雀巢有限公司经营情况分析 196

- (1) 企业发展简况分析 196
- (2) 企业产销能力分析 197
- (3) 企业盈利能力分析 197
- (4) 企业运营能力分析 197
- (5) 企业偿债能力分析 198
- (6) 企业发展能力分析 198
- (7) 企业奶粉种类及特性分析 198
- (8) 企业销售渠道与网络 199
- (9) 企业经营状况优劣势分析 199
- (10) 2015年企业最新发展动向分析 199

6.1.2广东雅士利集团股份有限公司经营情况分析 202

6.1.3美赞臣营养品(中国)有限公司经营情况分析 208

6.1.4浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析 213

6.1.5黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析 225

6.1.6黑龙江飞鹤乳业有限公司经营情况分析 230

6.1.7内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司经营情况分析 232

6.1.8光明乳业股份有限公司经营情况分析 237

6.1.9圣元营养食品有限公司经营情况分析 248

6.1.10上海惠氏营养品有限公司经营情况分析 253

6.1.11北京味全食品有限公司经营情况分析 254

6.1.12亨氏联合有限公司经营情况分析 255

6.1.13广州市合生元生物制品有限公司经营情况分析 256

6.2中国婴童日用品领先企业分析 256

6.2.1广州宝洁有限公司经营情况分析 256

- (1) 企业发展简况分析 256

(2) 企业产销能力分析	257
(3) 企业盈利能力分析	257
(4) 企业运营能力分析	258
(5) 企业偿债能力分析	258
(6) 企业发展能力分析	258
(7) 企业产品结构及新产品动向	259
(8) 企业销售渠道与网络	259
(9) 企业经营状况优劣势分析	259
(10) 2015年企业最新发展动向分析	260
6.2.2 强生(中国)有限公司经营情况分析	260
6.2.3 贝亲婴儿用品(上海)有限公司经营情况分析	261
6.2.4 天津郁美净集团有限公司经营情况分析	263
6.2.5 恒安(中国)卫生用品有限公司经营情况分析	264
6.2.6 尤妮佳生活用品(中国)有限公司经营情况分析	264
6.2.7 中山瑞德卫生纸品有限公司经营情况分析	265
6.2.8 全日美实业(上海)有限公司经营情况分析	266
6.2.9 北京金佰利个人卫生用品有限公司经营情况分析	266
6.2.10 宁波好孩子儿童用品有限公司经营情况分析	267
6.2.11 厦门帝尔特企业有限公司经营情况分析	267
6.2.12 宁波康贝儿童用品有限公司经营情况分析	267
6.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析	268
6.3.1 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析	268
(1) 企业发展简况分析	268
(2) 企业产销能力分析	268
(3) 企业盈利能力分析	269
(4) 企业运营能力分析	269
(5) 企业偿债能力分析	269
(6) 企业发展能力分析	270
(7) 企业产品结构及新产品动向	270
(8) 企业销售渠道与网络	270
(9) 企业经营状况优劣势分析	270
6.3.2 东莞市小猪班纳服饰有限公司经营情况分析	271

6.3.3红黄蓝集团有限公司经营情况分析	271
6.3.4天门市叮当猫服饰有限公司经营情况分析	272
6.3.5上海巴布豆儿童用品有限公司经营情况分析	273
6.3.6宁波一休有限责任公司经营情况分析	273
6.3.7晋江市大黄蜂体育用品有限公司经营情况分析	274
6.3.8广东奥飞动漫文化股份有限公司经营情况分析	274
6.3.9东莞康贝童车玩具有限公司经营情况分析	276
6.3.10浙江百利威玩具有限公司经营情况分析	276

第七章中国婴童用品行业发展前景分析 278

7.1中国婴童用品行业发展前景分析	278
7.1.1婴童用品行业发展趋势分析	278
7.1.2婴童用品行业市场前景分析	279
7.2中国婴童用品行业投资前景分析	279
7.2.1婴童用品行业投资现状分析	279
7.2.2婴童用品行业投资前景分析	280

图表目录：

图表1：婴童用品主要细分市场	16
图表2：家庭生命周期阶段的划分	22
图表3：家庭财务生命周期	23
图表4：不同家庭消费生命周期的消费结构	24
图表5：2010-2014年国内生产总值及其增长速度	27
图表6：2014年居民消费价格月度涨跌幅度	28
图表7：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度	28
图表8：2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比	29
图表9：2010-2014年全部工业增加值及其增长速度	30
图表10：2014年主要工业产品产量及其增长速度	31
图表11：2010-2014年全社会固定资产投资	33
图表12：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度	33
图表13：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力	34
图表14：2010-2014年全国一般公共财政收入	34

图表15：2010-2014年全年社会消费品零售总额 35

图表16：2010-2014年货物进出口总额 36

图表17：2014年货物进出口总额及其增长速度 36

图表18：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度 37

图表19：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度 37

图表20：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 38

图表21：2011-2015年婴童用品市场规模分析 41

图表22：2011-2015年中国婴幼儿奶粉行业市场容量 63

图表23：目前国内婴幼儿奶粉产品价格分布图（单位：%） 66

图表24：单独二胎政策放开对婴儿出生的影响 70

图表25：2011-2015年中国婴幼儿辅食行业市场容量 71

图表26：中国婴幼儿辅食市场份额分布（单位：%） 72

图表27：不同年龄段辅食消费量 74

图表28：婴幼儿洗护用品分类 79

图表29：2011-2015年中国婴幼儿洗护用品行业市场容量 81

图表30：纸尿裤相关标准 86

图表31：童装市场竞争格局 121

图表32：企业产销能力分析 197

图表33：企业盈利能力分析 197

图表34：企业运营能力分析 197

图表35：企业偿债能力分析 198

图表36：企业成长能力分析 198

图表37：企业财务指标分析 204

图表38：企业资产负债分析 205

图表39：企业利润分析 206

图表40：企业资产负债分析 208

图表41：企业利润表分析 210

图表42：企业资产负债表分析 214

图表43：企业利润表分析 219

图表44：企业财务指标分析 222

图表45：企业财务指标分析 233

图表46：企业资产负债表分析 234

图表47：企业利润表分析 235
图表48：企业资产负债表分析 237
图表49：企业利润表分析 243
图表50：企业财务指标分析 245
图表51：企业资产负债表分析 249
图表52：企业利润表分析 251
图表53：企业产销能力分析 257
图表54：企业盈利能力分析 257
图表55：企业运营能力分析 258
图表56：企业偿债能力分析 258
图表57：企业成长能力分析 258
图表58：企业产销能力分析 268
图表59：企业盈利能力分析 269
图表60：企业运营能力分析 269
图表61：企业偿债能力分析 269
图表62：企业成长能力分析 270

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/qitaqinggong1511/943827PDWN.html>