

2017-2022年中国婴童用品 行业监测及投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国婴童用品行业监测及投资战略咨询报告》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.cction.com/report/201709/142139.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

婴童作为家庭中最核心的消费点，使得婴童产业的市场前景值得看好，到2017年整个产业规模有望达到25803亿元。中国每年新增人口1600万，数字背后是孕婴童领域庞大的市场。

在整个婴童产业的市场结构中，婴童商品占整个婴童产业的56%，其中商品的制造和零售分别占46%和10%；儿童教育产品和服务业占据15%，儿童医疗卫生服务业占14%；儿童文化体育及休闲娱乐占比为7%。

婴童用品消费结构

中企顾问网发布的《2017-2022年中国婴童用品行业监测及投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了婴童用品行业市场发展环境、婴童用品整体运行态势等，接着分析了婴童用品行业市场运行的现状，然后介绍了婴童用品市场竞争格局。随后，报告对婴童用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴童用品行业发展趋势与投资预测。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。

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。

报告目录：

第1章：婴童用品行业发展综述 22

1.1 婴童用品行业界定 22

1.1.1 婴童用品行业概念界定 22

1.1.2 婴童用品产品种类界定 22

1.2 婴童用品行业发展背景分析 22

1.2.1 家庭消费周期与消费特征分析 22

(1) 家庭消费生命周期界定 22

(2) 不同生命周期的消费特征 23

1.2.2 中国婴儿出生情况分析 24

1.3 婴童用品行业发展现状分析 24

1.3.1 婴童用品行业市场规模 24

1.3.2 婴童用品行业消费结构 25

1.3.3 婴童用品行业消费特性 26

1.4 婴童用品产业链利润分布 26

第2章：中国婴童食品市场发展分析 27

2.1 婴幼儿奶粉市场分析 27

2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况 27

2.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境 27

2.1.3 婴幼儿奶粉市场发展特点 28

(1) 婴幼儿奶粉市场消费特点 28

(2) 婴幼儿奶粉市场运营特点 29

1) 婴幼儿奶粉企业费用率刚性特点 29

2) 主要婴幼儿奶粉企业费用率比较 29

2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场规模 30

2010-2020年中国配方奶粉市场规模统计及预测

2.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局 31

(1) 婴幼儿奶粉市场发展现状分析 31

(2) 婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局 32

(3) 婴幼儿奶粉产品价格区间分布 33

(4) 婴幼儿奶粉市场区域竞争格局 33

(5) 婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析 34

2.2 婴幼儿辅食市场分析 36

2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况 36

2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境 36

2.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量 37

2.2.4 婴幼儿辅食市场竞争格局 37

(1) 婴幼儿辅食市场品牌竞争格局 37

(2) 婴幼儿辅食产品价格区间分布 38

2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景 42

2.3 婴童奶粉与辅食消费状况调查 43

2.3.1 婴幼儿体质与奶粉消费调查 43

2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查 46

第3章：中国婴童日用品市场分析 51

3.1 婴童洗护用品市场分析 51

3.1.1 婴幼儿洗护用品市场发展概况 51

3.1.2 婴幼儿洗护用品市场政策环境 51

3.1.3 婴幼儿洗护用品市场发展特点 52

(1) 婴幼儿洗护用品市场产品结构 52

(2) 婴幼儿洗护用品市场消费特点 52

3.1.4 婴幼儿洗护用品行业市场规模 53

3.1.5 婴幼儿洗护用品市场竞争格局 53

(1) 婴幼儿洗护用品发展现状分析 53

(2) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局 54

(3) 婴幼儿洗护用品渠道竞争分析 54

3.1.6 婴幼儿洗护用品市场前景 55

3.2 婴童纸尿裤市场分析 56

3.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况 56

3.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境 57

3.2.3 婴幼儿纸尿裤市场发展特点 57

(1) 婴幼儿纸尿裤市场消费特点 57

(2) 婴幼儿纸尿裤市场运营特点 57

3.2.4 婴幼儿纸尿裤市场竞争格局 58

(1) 婴幼儿纸尿裤市场发展现状 58

2012-2020年中国婴儿纸尿裤市场的零售额走势

(2) 婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局 58

3.2.5 婴幼儿纸尿裤市场前景 60

3.3 婴童车、床市场分析 60

3.3.1 婴幼儿车、床市场政策环境 60

3.3.2 婴幼儿车、床市场发展特点 61

(1) 婴幼儿车、床市场消费特点 61

(2) 婴幼儿车、床市场运营特点 62

1) 童车市场运营特点 62

- 2) 婴儿床市场运营特点 62
- 3.3.3 婴幼儿车、床市场竞争格局 63
 - (1) 婴幼儿车、床品牌竞争格局 63
 - (2) 婴幼儿车、床市场渠道竞争 63
- 3.3.4 婴幼儿车、床市场前景 64

第4章：中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析 65

- 4.1 婴童服饰市场发展分析 65
 - 4.1.1 婴幼儿服饰市场发展概况 65
 - 4.1.2 婴幼儿服饰市场政策环境 65
 - 4.1.3 婴幼儿服饰市场发展特点 67
 - (1) 婴幼儿服饰产品结构特点 67
 - (2) 婴幼儿服饰市场消费特点 67
 - 4.1.4 婴幼儿服饰市场竞争格局 67
 - (1) 婴幼儿服饰品牌竞争格局 67
 - (2) 婴幼儿服饰区域竞争格局 68
 - (3) 婴幼儿服饰市场渠道竞争 68
 - 4.1.5 婴幼儿服饰市场前景 69
- 4.2 婴童鞋产品市场发展分析 70
 - 4.2.1 婴幼儿鞋产品市场发展概况 70
 - 4.2.2 婴幼儿鞋产品市场政策环境 70
 - 4.2.3 婴幼儿鞋产品市场竞争格局 71
 - (1) 婴幼儿鞋产品品牌竞争格局 71
 - (2) 婴幼儿鞋产品区域竞争格局 71
 - (3) 婴幼儿鞋市场渠道竞争分析 72
 - 4.2.4 婴幼儿鞋产品市场前景 72
- 4.3 婴童玩具市场发展分析 73
 - 4.3.1 婴幼儿玩具市场发展概况 73
 - 4.3.2 婴幼儿玩具市场政策环境 75
 - (1) 国内标准 75
 - (2) 国外标准 75
 - 4.3.3 婴幼儿玩具市场竞争格局 77

(1) 婴幼儿玩具发展阶段分析 77

(2) 婴幼儿玩具品牌竞争格局 77

4.3.4 婴幼儿玩具市场前景 77

第5章：中国婴童用品行业营销分析 79

5.1 营销模式分析 79

5.1.1 婴童用品行业主要营销模式比较 79

(1) 直接营销模式 79

(2) 代理经销模式 79

(3) 连锁卖场模式 79

(4) 网络营销模式 80

(5) 主要营销模式对比分析 80

5.1.2 婴童用品行业优秀营销模式案例分析 81

(1) 直接营销模式优秀案例分析 81

(2) 代理经销模式优秀案例分析 81

(3) 连锁卖场模式优秀案例分析 82

(4) 网络营销模式优秀案例分析 82

5.1.3 婴童用品行业营销模式创新建议 82

(1) 渠道品牌化 82

(2) 虚拟社区化 83

(3) 专业连锁化 83

5.2 销售渠道分析 84

5.2.1 医务渠道 84

5.2.2 商超渠道 85

5.2.3 品牌专卖渠道 85

5.2.4 专营店渠道 85

5.2.5 加盟连锁渠道 85

5.2.6 网络渠道 86

5.2.7 批发市场渠道 86

5.2.8 不同销售渠道优劣势对比 86

5.3 营销案例分析 87

5.3.1 贝因美营销案例分析 87

- (1) 贝因美品牌定位 87
- (2) 贝因美产品定位 88
- (3) 贝因美广告营销 88
- (4) 贝因美传播策略 89

5.3.2 强生营销案例分析 90

- (1) 强生品牌定位 90
- (2) 强生产品定位 90
- (3) 强生广告营销 90

5.3.3 童装品牌营销案例分析 90

- (1) 巴拉巴拉营销案例 91
- (2) 派克兰帝营销案例 92
- (3) 水孩儿营销案例 93
- (4) 今童王营销案例 95
- (5) 嗒嘀嗒营销案例 96

5.3.4 童鞋品牌营销案例分析 97

- (1) 七波辉营销案例 97
- (2) 卡西龙营销案例 98
- (3) ABC营销案例 99
- (4) 路豹营销案例 100
- (5) 巴布豆营销案例 101

5.3.5 玩具品牌营销案例 101

- (1) 乐高营销案例 101
- (2) 奥迪营销案例 102
- (3) 好孩子营销案例 102

第6章：中国婴童用品行业领先企业经营分析 106

6.1 中国婴童食品领先企业分析 106

6.1.1 双城雀巢有限公司经营情况分析 106

- (1) 企业发展简况分析 106
- (2) 企业产销能力分析 106
- (3) 企业盈利能力分析 107
- (4) 企业运营能力分析 107

- (5) 企业偿债能力分析 108
- (6) 企业发展能力分析 108
- (7) 企业奶粉种类及特性分析 109
- (8) 企业销售渠道与网络 110
- (9) 企业经营状况优劣势分析 110
- 6.1.2 广东雅士利集团股份有限公司经营情况分析 111
 - (1) 企业发展简况分析 111
 - (2) 主要经济指标分析 111
 - (3) 企业盈利能力分析 112
 - (4) 企业运营能力分析 113
 - (5) 企业偿债能力分析 113
 - (6) 企业发展能力分析 114
 - (7) 企业奶粉种类及特性分析 114
 - (8) 企业销售渠道与网络 115
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 116
 - (10) 企业最新发展动向分析 116
- 6.1.3 美赞臣营养品(中国)有限公司经营情况分析 117
 - (1) 企业发展简况分析 117
 - (2) 企业产销能力分析 117
 - (3) 企业盈利能力分析 118
 - (4) 企业运营能力分析 118
 - (5) 企业偿债能力分析 119
 - (6) 企业发展能力分析 119
 - (7) 企业奶粉种类及特性分析 120
 - (8) 企业销售渠道与网络 120
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 121
- 6.1.4 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析 121
 - (1) 企业发展简况分析 121
 - (2) 主要经济指标分析 122
 - (3) 企业盈利能力分析 122
 - (4) 企业运营能力分析 123
 - (5) 企业偿债能力分析 123

(6) 企业发展能力分析 124

(7) 企业奶粉种类及特性分析 124

(8) 企业销售渠道与网络 125

(9) 企业经营状况优劣势分析 126

(10) 企业最新发展动向分析 126

6.1.5 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析 126

(1) 企业发展简况分析 126

(2) 企业产销能力分析 127

(3) 企业盈利能力分析 127

(4) 企业运营能力分析 128

(5) 企业偿债能力分析 128

(6) 企业发展能力分析 129

(7) 企业奶粉种类及特性分析 129

(8) 企业销售渠道与网络 130

(9) 企业经营状况优劣势分析 131

(10) 企业最新发展动向分析 131

6.2 中国婴童日用品领先企业分析 171

6.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析 171

(1) 企业发展简况分析 171

(2) 企业产销能力分析 172

(3) 企业盈利能力分析 172

(4) 企业运营能力分析 173

(5) 企业偿债能力分析 173

(6) 企业发展能力分析 173

(7) 企业产品结构及新产品动向 174

(8) 企业销售渠道与网络 174

(9) 企业经营状况优劣势分析 175

(10) 企业最新发展动向分析 175

6.2.2 强生(中国)有限公司经营情况分析 175

(1) 企业发展简况分析 175

(2) 企业产销能力分析 176

(3) 企业盈利能力分析 176

- (4) 企业运营能力分析 177
- (5) 企业偿债能力分析 177
- (6) 企业发展能力分析 178
- (7) 企业产品结构及新产品动向 178
- (8) 企业销售渠道与网络 179
- (9) 企业经营状况优劣势分析 179
- (10) 企业最新发展动向分析 179
- 6.2.3 贝亲婴儿用品(上海)有限公司经营情况分析 179
 - (1) 企业发展简况分析 179
 - (2) 企业产销能力分析 180
 - (3) 企业盈利能力分析 181
 - (4) 企业运营能力分析 181
 - (5) 企业偿债能力分析 182
 - (6) 企业发展能力分析 182
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 183
 - (8) 企业销售渠道与网络 183
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 183
 - (10) 企业最新发展动向分析 183
- 6.2.4 天津郁美净集团有限公司经营情况分析 184
 - (1) 企业发展简况分析 184
 - (2) 企业产销能力分析 184
 - (3) 企业盈利能力分析 185
 - (4) 企业运营能力分析 185
 - (5) 企业偿债能力分析 186
 - (6) 企业发展能力分析 186
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 187
 - (8) 企业销售渠道与网络 187
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 188
- 6.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析 219
 - 6.3.1 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析 219
 - (1) 企业发展简况分析 219
 - (2) 企业产销能力分析 219

- (3) 企业盈利能力分析 220
- (4) 企业运营能力分析 221
- (5) 企业偿债能力分析 221
- (6) 企业发展能力分析 221
- (7) 企业产品结构及新产品动向 222
- (8) 企业销售渠道与网络 222
- (9) 企业经营状况优劣势分析 222
- 6.3.2 东莞市小猪班纳服饰有限公司经营情况分析 223
 - (1) 企业发展简况分析 223
 - (2) 企业产销能力分析 223
 - (3) 企业盈利能力分析 224
 - (4) 企业运营能力分析 224
 - (5) 企业偿债能力分析 225
 - (6) 企业发展能力分析 225
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 226
 - (8) 企业销售渠道与网络 226
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 226
- 6.3.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析 227
 - (1) 企业发展简况分析 227
 - (2) 企业产销能力分析 227
 - (3) 企业盈利能力分析 228
 - (4) 企业运营能力分析 228
 - (5) 企业偿债能力分析 229
 - (6) 企业发展能力分析 229
 - (7) 企业组织架构分析 230
 - (8) 企业产品结构及新产品动向 230
 - (9) 企业销售渠道与网络 231
 - (10) 企业经营状况优劣势分析 231

第7章：中国婴童用品行业前景分析 259 (ZY GXH)

7.1 中国婴童用品行业发展前景分析 259

7.1.1 婴童用品行业发展趋势分析 259

7.1.2 婴童用品行业市场前景分析	259
7.2 中国婴童用品行业投资前景分析	260
7.2.1 婴童用品行业投资现状分析	260
7.2.2 婴童用品行业投资前景分析	261 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：婴童用品行业概念界定	22
图表2：家庭消费生命周期	23
图表3：不同生命周期的家庭消费特征	23
图表4：2012-2016年中国出生人口数量（单位：万人）	24
图表5：2011-2017年0-12岁婴童用品市场规模及预测（单位：亿元）	25
图表6：中国婴童用品消费结构（单位：%）	25
图表7：中国婴童用品产业链利润分布（单位：%）	26
图表8：婴幼儿奶粉相关政策	28
图表9：2012-2016年贝因美销售费用率走势（单位：%）	29
图表10：2011-2016年主要婴幼儿奶粉上市公司销售费用率比较（单位：%）	30
图表11：2012-2016年中国奶粉市场规模（单位：亿元）	30
图表12：2012-2016年中国母乳率与婴儿人均奶粉消费量情况（单位：千克，%）	31
图表13：2012-2016年中国乳制品行业企业数量（单位：家）	32
图表14：中国婴幼儿配方奶粉品牌阶梯	32
图表15：2012-2016年国内婴幼儿奶粉产品结构（单位：%）	33
图表16：中国婴幼儿配方奶粉生产企业分布（单位：%）	34
图表17：主要奶粉品牌企业销售区域分布	34
图表18：国产品牌和外资品牌在不同类型城市销售占比（单位：%）	35
图表19：2016年婴幼儿奶粉各销售渠道占比（单位：%）	35
图表20：婴幼儿辅食种类	36
图表21：中国婴幼儿辅食市场份额分布（单位：%）	37
图表22：中国婴幼儿辅食市场品牌排名	38
图表23：主要婴幼儿辅食产品价位	39
图表24：受访家庭婴幼儿上火比例（单位：%）	43
图表25：受访家庭婴幼儿上火症状（单位：%）	44
图表26：受访家庭婴幼儿上火后的处理措施（单位：%）	44

图表27：受访家庭对奶粉产品的关注点（单位：%） 45

图表28：受访家庭在不同阶段对婴幼儿奶粉产品的关注点（单位：%） 46

图表29：过去一年经常购买的婴幼儿辅食品牌（单位：%） 46

图表30：过去一年经常购买婴幼儿辅食品牌的不同家庭收入情况（单位：%） 47

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142139.html>