

2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/110742.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

母婴用品是孕妇、0-1岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。我国母婴用品行业运行目前发展形势良好，随着我国母婴用品行业运行需求市场的不断扩大，我国母婴用品行业运行将会迎来一个新的发展机遇。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》共十六章。首先介绍了母婴用品产业相关概述、中国母婴用品产业运行环境等，接着分析了中国母婴用品市场发展的现状，然后介绍了中国母婴用品市场竞争格局。随后，报告对中国母婴用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国母婴用品发展前景预测。您若想对母婴用品产业有个系统的了解或者想投资v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。

目 录

第一章 母婴用品产业相关概述 1

第一节 母婴用品概况 1

一、妈妈用品 1

二、宝宝日常用品 1

三、宝宝衣物 2

第二节 母婴用品其他知识 6

一、奶瓶和奶嘴种类 6

二、纸尿裤和传统尿片对比分析 8

三、国内排名前五位的纸尿裤品牌 8

四、宝宝护肤品的选择与使用 9

第二章 中国母婴用品产业运行环境分析 11

第一节 国内宏观经济环境分析 11

一、GDP历史变动轨迹分析 11

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 19

三、2012年中国宏观经济发展预测分析 20

第二节 中国母婴用品行业政策环境分析 24

一、中华人民共和国母婴保健法 24

二、城市儿童保健工作要求 28

三、农村儿童保健工作要求 31

第三章 中国母婴用品市场发展新形势分析 35

第一节 中国母婴用品市场发展状况 35

一、中国母婴用品市场发展特点分析 35

二、萧山母婴用品市场或将面临洗牌 36

三、惠州母婴用品市场分析 37

第二节 中国母婴用品市场运行态势分析 40

一、婴幼儿用品市场分析 40

二、中国母婴产品市场商机分析 41

三、婴幼儿用品价格分析 42

第三节 中国部分城市母婴用品市场情况 43

一、北京市 43

二、上海市 44

三、深圳市 45

第四章 中国婴儿服装鞋帽市场发展分析 47

第一节 中国婴儿服装鞋帽行业发展综述 47

一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾 47

二、中国婴儿服装鞋帽标准已达国际先进水平 50

三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析 51

第二节 婴儿服装鞋帽市场运行综述 51

一、婴儿服装鞋帽市场特点分析 51

二、婴儿服装鞋帽市场规模分析 52

三、儿童家纺市场缺口依然存在 52

第三节 中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析 54

一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进 54

二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展 54

三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂 56

第四节 中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题 57

一、婴儿服装鞋帽成人化趋势明显 57

二、婴儿服装鞋帽价格偏贵 57

三、国产婴儿服装鞋帽“无牌”设计 58

四、批发市场婴儿服装鞋帽质量堪忧 59

五、婴儿服装鞋帽市场的“重女轻男”现象 60

第五章 中国婴儿玩具市场运行态势分析 61

第一节 中国婴儿玩具市场动态分析 61

一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析 61

二、“婴儿潮”引爆“淘金潮” 市场规模 62

第二节 中国玩具产业运行总况 63

一、国内玩具市场年增长速度快 63

二、中国玩具市场亟待深耕细作 64

三、中国玩具市场期待建设大型零售连锁 66

第三节 中国婴儿玩具市场分析 70

一、国内婴儿玩具市场特点分析 70

二、中国婴儿玩具市场的需求规模 71

三、国内婴儿玩具市场销售特点 72

四、国内婴儿玩具消费市场潜力大 72

五、国内婴儿玩具市场安全隐患多 73

第六章 中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析 75

第一节 中国婴幼儿奶粉市场发展分析 75

一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状 75

二、中国乳制品产量情况 76

三、中国婴儿配方奶粉市场调查探讨 78

第二节 婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析 84

第三节 中国婴幼儿奶粉营销分析 85

一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析 85

二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究 90

三、婴幼儿奶粉三种成功营销模式 96

第四节 中国奶粉进出口情况分析 96

第七章 中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析 100

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述 100

一、结构设计 100

二、不同品牌纸尿裤的特点 100

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 102

第二节 中国纸尿裤行业市场运行综述 102

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期 102

二、小纸尿裤蕴含大市场 103

三、金佰利看好中国纸尿裤市场 104

第三节 中国纸尿裤消费需求特征分析 104

一、城镇和农村消费者需求特征 104

二、不同收入层次家庭需求特征 105

三、纸尿裤等细分产品的需求特征 105

四、纸尿裤消费的决策过程分析 105

第四节 中国纸尿裤市场价格分析 106

一、国际品牌纸尿裤市场分析 106

二、国内品牌纸尿裤市场分析 107

三、价格同比分析 108

第五节 中国纸尿裤的质量问题 109

一、纸尿裤质量连年下滑 109

二、纸尿裤的三项指标不合格 110

三、造成纸尿裤出现质量问题的原因 111

第八章 其他母婴用品市场运行走势分析 112

第一节 孕妇装 112

一、中国孕妇装业发展历史 112

二、中国孕妇装品牌分析 112

三、孕妇装成行业新亮点 115

四、未来中国孕妇装市场前景分析 117

第二节 婴儿奶瓶 117

一、新型电子显温奶瓶市场透析 117

二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位 120

三、奶瓶质量良莠不齐 121

四、义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场 121

五、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠 122

六、2009年加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶 123

七、2010年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析 123

第三节 婴儿床 125

一、婴儿床产业热点聚焦 125

二、中国婴儿床品牌状况 125

三、中国婴儿床价格情况分析 126

四、婴儿床产品研发情况分析 126

五、婴儿床市场需求消费情况分析 126

第四节 婴儿护肤品 127

第九章 中国母婴用品市场竞争格局分析 129

第一节 中国母婴用品行业竞争结构分析 129

一、行业内现有企业的竞争 129

二、新进入者的威胁 130

三、替代品的威胁 131

四、供应商的讨价还价能力 131

五、购买者的讨价还价能力 131

第二节 中国婴幼儿奶粉竞争分析 132

一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析 132

二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况 134

三、2009年婴幼儿奶粉市场竞争分析 134

第三节 中国童装行业竞争分析 138

一、高科技竞争 138

二、品牌竞争 139

三、渠道竞争 140

四、管理竞争 140

五、创新竞争 140

六、人力资源竞争 140

七、理念竞争 141

八、资讯竞争 141

九、竞争的弱化趋势 141

第十章 中国母婴用品市场营销战略分析 143

第一节 中国母婴用品营销分析 143

一、中国母婴用品“目录直销”模式营销分析 143

二、中国母婴用品网络营销分析 143

三、中国母婴用品店营销问题 145

四、中国母婴用品营销渠道探讨 147

第二节 中国童装营销分析 147

一、童装销售渠道分析 147

二、中国童装市场生产营销情况 151

三、童装的网络营销策略 153

四、童装营销品牌传播策略 154

第十一章 中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析 157

第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司 157

一、企业概况 157

二、企业主要经济指标分析 157

三、企业盈利能力分析 158

四、企业偿债能力分析 160

五、企业运营能力分析 160

六、企业成长能力分析 161

第二节 广东高乐玩具股份有限公司 161

- 一、企业概况 161
- 二、企业主要经济指标分析 162
- 三、企业盈利能力分析 163
- 四、企业偿债能力分析 164
- 五、企业运营能力分析 165
- 六、企业成长能力分析 166

第三节 广东骅威玩具工艺股份有限公司 166

- 一、企业概况 166
- 二、企业主要经济指标分析 167
- 三、企业盈利能力分析 168
- 四、企业偿债能力分析 169
- 五、企业运营能力分析 170
- 六、企业成长能力分析 170

第四节 汕头市迪士嘉玩具厂有限公司 171

- 一、企业概况 171
- 二、企业主要经济指标分析 172
- 三、企业盈利能力分析 172
- 四、企业偿债能力分析 172
- 五、企业运营能力分析 173
- 六、企业成长能力分析 173

第五节 中山市隆成日用制品有限公司 173

- 一、企业概况 173
- 二、企业主要经济指标分析 174
- 三、企业盈利能力分析 174
- 四、企业偿债能力分析 175
- 五、企业运营能力分析 175
- 六、企业成长能力分析 175

第十二章 中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析 176

第一节 北京三元食品股份有限公司 176

- 一、企业概况 176
- 二、企业主要经济指标分析 177
- 三、企业盈利能力分析 178
- 四、企业偿债能力分析 179
- 五、企业运营能力分析 180

六、企业成长能力分析 180

第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 181

一、企业概况 181

二、企业主要经济指标分析 182

三、企业盈利能力分析 183

四、企业偿债能力分析 183

五、企业运营能力分析 183

六、企业成长能力分析 184

第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司 184

一、企业概况 184

二、企业主要经济指标分析 184

三、企业盈利能力分析 185

四、企业偿债能力分析 185

五、企业运营能力分析 185

六、企业成长能力分析 186

第四节 澳优乳品(湖南)有限公司 186

一、企业概况 186

二、企业主要经济指标分析 186

三、企业盈利能力分析 187

四、企业偿债能力分析 187

五、企业运营能力分析 187

六、企业成长能力分析 188

第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 188

一、企业概况 188

二、企业主要经济指标分析 189

三、企业盈利能力分析 189

四、企业偿债能力分析 190

五、企业运营能力分析 190

六、企业成长能力分析 190

第十三章 中国童装行业重点企业竞争力分析 191

第一节 青岛绮丽佳美制衣有限公司 191

一、企业概况 191

二、企业主要经济指标分析 191

三、企业盈利能力分析 191

四、企业偿债能力分析 192

五、企业运营能力分析 192

六、企业成长能力分析 192

第二节 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司 193

一、企业概况 193

二、企业主要经济指标分析 193

三、企业盈利能力分析 194

四、企业偿债能力分析 194

五、企业运营能力分析 194

六、企业成长能力分析 195

第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司 195

一、企业概况 195

二、企业主要经济指标分析 195

三、企业盈利能力分析 196

四、企业偿债能力分析 196

五、企业运营能力分析 196

六、企业成长能力分析 197

第四节 上海丽婴房婴童用品有限公司 197

一、企业概况 197

二、企业主要经济指标分析 197

三、企业盈利能力分析 198

四、企业偿债能力分析 198

五、企业运营能力分析 198

六、企业成长能力分析 199

第五节 威海奥威服装有限公司 199

一、企业概况 199

二、企业主要经济指标分析 199

三、企业盈利能力分析 200

四、企业偿债能力分析 200

五、企业运营能力分析 200

六、企业成长能力分析 201

第十四章 2012-2016年中国母婴用品发展前景与趋势分析 202

第一节 2012-2016年中国母婴用品发展前景分析 202

一、中国母婴用品市场发展前景 202

二、中国童鞋市场前景 202

三、中国童装产量预测分析 203

第二节 2012-2016年中国母婴用品发展趋势分析 204

一、2010年中国母婴用品市场发展预测 204

二、今后中国童装市场发展趋势 204

三、童装市场整体发展趋势 205

四、童装流行趋势 206

五、中国童装消费趋势 207

六、未来婴幼儿奶粉市场发展趋势 208

第三节 2012-2016年中国母婴用品市场盈利预测分析 209

第十五章 2012-2016年中国母婴用品发展策略分析 211

第一节 母婴用品行业品牌战略分析 211

一、品牌的基本含义 211

二、品牌战略在企业发展中的重要性 211

三、母婴用品品牌的特性和作用 212

四、母婴用品品牌的价值战略 212

五、中国母婴用品品牌竞争趋势 213

六、母婴用品企业品牌发展战略 214

七、母婴用品行业品牌竞争策略 214

第二节 2012-2016年中国母婴用品企业经营管理策略 215

一、企业经营策略综述 215

二、企业产品经营策略 216

三、企业渠道经营策略 216

四、企业并购策略分析 217

五、经济危机下企业经营管理策略 217

第十六章 2012-2016年中国母婴用品投资战略分析 219

第一节 母婴用品投资特点与潜力分析 219

一、母婴用品投资特点 219

二、孕妇装市场投资潜力 219

三、童装市场的投资特性 220

第二节 2012-2016年中国母婴用品行业投资战略研究 223

第三节 金融危机下母婴用品发展与投资策略分析 223

一、对症下药 223

二、程序科学 224

三、控制成本 224

四、以市场为中心 224

五、讲求效益 224

六、可持续发展 225

七、遵守法律 225

通过《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》，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。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/110742.html>