

2017-2022年中国母婴用品行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国母婴用品行业市场研究及发展前景预测报告》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/303355.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

母婴用品是指为孕产期女性与0-3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品。孕产期女性与0-3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。

2010-2018年中国母婴用品交易规模及增长率

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：

第一章 母婴用品产业相关概述 18

第一节 母婴用品概况 18

一、妈妈用品 18

二、宝宝日常用品 18

三、宝宝衣物 25

第二节 母婴用品其他知识 28

一、奶瓶和奶嘴种类 28

1、奶瓶 28

2、奶瓶用奶嘴 29

二、纸尿裤和传统尿片对比分析 30

三、国内排名前五位的纸尿裤品牌 31

四、宝宝护肤品的选择与使用 32

第二章 2013-2016年中国母婴用品产业运行环境分析 34

第一节 2013-2016年中国宏观经济环境分析 34

一、全球经济贸易发展形势 34

二、国内经济稳步向前发展 40

1、国民经济运行情况GDP(季度更新) 40

2、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 41

3、全国居民收入情况（季度更新） 43

4、恩格尔系数（年度更新） 43

5、工业发展形势（季度更新）	44
6、固定资产投资情况（季度更新）	48
7、中国汇率调整（人民币升值）	50
8、对外贸易&进出口	50
第二节 2013-2016年中国母婴用品产业政策环境分析	52
一、中华人民共和国母婴保健法	52
二、城市儿童保健工作要求	56
三、农村儿童保健工作要求	58
第三节 中国人口出生率情况	61
一、1949-2013年中国人口增长率及阶段发展	61
二、中国人口数量2014全国各省人口排名	66
第四节 中国人口增长及结构分析	67
一、人口总量及人口结构	67
二、中国新生儿母乳喂养率	68
第三章 2013-2016年中国母婴用品市场发展新形势分析	69
第一节 2013-2016年中国母婴用品市场发展状况	69
一、中国母婴用品市场发展特点分析	69
二、2016年家电巨头布局母婴家电市场争食大蛋糕	70
第二节 2013-2016年中国母婴用品市场运行态势分析	71
一、婴幼儿用品市场分析	71
二、中国母婴产品市场商机分析	72
第三节 2013-2016年中国部分城市母婴用品市场情况	72
一、北京市	72
二、上海市	73
三、成都市	73
四、临沂市	73
第四章 2013-2016年中国婴儿服装鞋帽市场发展分析	74
第一节 2013-2016年中国婴儿服装鞋帽行业发展综述	74
一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾	74
二、新国标强制规范婴幼儿服装	75
三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析	75
第二节 2013-2016年婴儿服装鞋帽市场运行综述	75
一、婴儿服装鞋帽市场特点分析	75

- 二、婴儿服装鞋帽市场规模分析 76
- 三、儿童家纺市场缺口依然存在 80
- 第三节 2013-2016年中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析 81
 - 一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进 81
 - 二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展 82
 - 三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂 82
- 第四节 2013-2016年中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题 83
 - 一、婴儿服装鞋帽成人化趋势明显 83
 - 二、婴儿服装鞋帽零售运营主要存在的问题 83
 - 三、应对措施 84

第五章 2013-2016年中国婴儿玩具市场运行态势分析 84

- 第一节 2013-2016年中国婴儿玩具市场动态分析 84
 - 一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析 84
 - 二、“婴儿潮”引爆“淘金潮” 市场规模 86
- 第二节 2013-2016年中国玩具产业运行总况 87
 - 一、国内玩具市场年增长速度快 87
 - 二、中国玩具市场亟待深耕细作 88
- 第三节 2013-2016年中国婴儿玩具市场分析 89
 - 一、国内婴儿玩具市场特点分析 89
 - 二、中国婴儿玩具市场的需求规模 89
 - 三、国内婴儿玩具市场销售特点 92
 - 四、国内婴儿玩具市场竞争热点与发展趋势 93
 - 五、国内婴儿玩具市场潜力 93
 - 六、国内婴儿玩具市场安全隐患多 99

第六章 2013-2016年中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析 99

- 第一节 2013-2016年中国婴幼儿奶粉市场发展分析 99
 - 一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状 99
 - 二、中国乳制品产量情况 100
 - 三、婴儿配方奶粉在中国市场的商业风险 102
- 第二节 2013-2016年婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析 103
- 第三节 2013-2016年中国婴幼儿奶粉营销分析 104
 - 一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析 104
 - 二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究 110

三、婴幼儿奶粉三种成功营销模式 114

第四节 2013-2016年全球奶粉进出口情况分析 118

第七章 2013-2016年中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析 121

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述 121

一、结构设计 121

二、不同品牌纸尿裤的特点 123

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 124

第二节 2013-2016年中国纸尿裤行业市场运行综述 124

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期 124

二、环境利好催热纸尿裤 125

三、1200个品牌扎堆 126

四、未来门槛将提高 127

第三节 2013-2016年中国纸尿裤消费需求特征分析 128

一、城镇和农村消费者需求特征 128

二、不同收入层次家庭需求特征 128

三、纸尿裤等细分产品的需求特征 128

四、纸尿裤消费的决策过程分析 129

第四节 2013-2016年中国纸尿裤市场趋势分析 130

一、国际品牌纸尿裤市场分析 130

二、国内品牌纸尿裤市场分析 130

三、全球纸尿裤市场发展趋势 132

第五节 2013-2016年中国纸尿裤的质量问题 135

一、纸尿裤质量连年下滑 135

二、纸尿裤的三项指标不合格 136

三、造成纸尿裤出现质量问题的原因 136

第八章 2013-2016年其他母婴用品市场运行走势分析 137

第一节 孕妇装 137

一、中国孕妇装业发展历史 137

二、中国孕妇装品牌分析 137

三、孕妇装成行业新亮点 138

四、未来中国孕妇装市场前景分析 140

第二节 婴儿奶瓶 141

一、新型电子显温奶瓶市场透析 141

- 二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位 142
- 三、奶瓶质量良莠不齐 143
- 四、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠 144
- 五、2013-2016年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析 145
- 第三节 婴儿床 146
 - 一、婴儿床产业热点聚焦 146
 - 二、中国婴儿床品牌状况 147
 - 三、贝安诺婴儿床打入中国市场的几大优势 148
 - 四、婴儿床产品研发情况分析 149
- 第四节 婴儿护肤品 150

第九章 2013-2016年中国母婴用品市场竞争格局分析 156

第一节 2013-2016年中国母婴用品行业竞争结构分析 156

- 一、行业内现有企业的竞争 156
- 二、新进入者的威胁 157
- 三、替代品的威胁 157
- 四、供应商的讨价还价能力 157
- 五、购买者的讨价还价能力 158

第二节 2013-2016年中国婴幼儿奶粉竞争分析 158

- 一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析 158
- 二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况 159
- 三、婴幼儿奶粉市场竞争分析 161

第三节 2013-2016年中国童装行业竞争分析 161

- 一、高科技竞争 161
- 二、品牌竞争 162
- 三、渠道竞争 162
- 四、管理竞争 163
- 五、创新竞争 163
- 六、人力资源竞争 163
- 七、理念竞争 163
- 八、资讯竞争 164
- 九、竞争的弱化趋势 164

第十章 2013-2016年中国母婴用品市场营销战略分析 164

第一节 2013-2016年中国母婴用品营销分析 164

一、中国母婴用品“目录直销”模式营销分析 164

二、中国母婴用品网络营销分析 166

三、中国母婴用品店营销问题 168

四、中国母婴用品营销渠道探讨 170

第二节 2013-2016年中国童装营销分析 171

一、童装销售渠道分析 171

二、中国童装市场生产营销情况 174

三、童装的网络营销策略 175

四、童装营销品牌传播策略 177

第十一章 2013-2016年中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析 180

第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司 180

一、企业概况 180

二、企业主要经济指标分析 180

三、企业盈利能力分析 181

四、企业偿债能力分析 182

五、企业运营能力分析 183

六、企业成长能力分析 184

第二节 好孩子集团有限公司 184

一、企业概况 184

二、企业主要经济指标分析 185

三、企业盈利能力分析 185

四、企业偿债能力分析 186

五、企业运营能力分析 186

第三节 广东骅威玩具工艺股份有限公司 187

一、企业概况 187

二、企业主要经济指标分析 188

三、企业盈利能力分析 188

四、企业偿债能力分析 189

五、企业运营能力分析 190

六、企业成长能力分析 191

第四节 星辉互动娱乐股份有限公司 191

一、企业概况 191

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 196

六、企业成长能力分析 196

第五节 广东群兴玩具股份有限公司 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 199

五、企业运营能力分析 200

六、企业成长能力分析 200

第十二章 2013-2016年中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析 201

第一节 北京三元食品股份有限公司 201

一、企业概况 201

二、企业主要经济指标分析 202

三、企业盈利能力分析 203

四、企业偿债能力分析 203

五、企业运营能力分析 204

六、企业成长能力分析 205

第二节 光明乳业股份有限公司 205

一、企业概况 205

二、企业主要经济指标分析 207

三、企业盈利能力分析 207

四、企业偿债能力分析 208

五、企业运营能力分析 209

六、企业成长能力分析 210

第三节 贝因美 210

一、企业概况 210

二、企业主要经济指标分析 213

三、企业盈利能力分析 213

四、企业偿债能力分析 214

五、企业运营能力分析 215

六、企业成长能力分析 216

第四节 澳优乳品有限公司 216

一、企业概况 216

二、企业主要经济指标分析 217

三、企业偿债能力分析 218

四、企业运营能力分析 218

第五节 蒙牛乳业（集团）股份有限公司 219

一、企业概况 219

二、企业主要经济指标分析 219

三、企业偿债能力分析 220

四、企业运营能力分析 220

第十三章 2013-2016年中国童装行业重点企业竞争力分析 221

第一节 温州市森马童装有限公司 221

一、企业概况 221

二、企业主要经济指标分析 222

三、企业盈利能力分析 223

四、企业偿债能力分析 223

五、企业运营能力分析 225

六、企业成长能力分析 225

第二节 维蓓芭服饰有限公司 226

一、企业概况 226

二、企业主要经济指标分析 227

三、企业偿债能力分析 227

四、企业运营能力分析 228

第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司 228

一、企业概况 228

二、企业主要经济指标分析 229

三、企业盈利能力分析 229

四、企业偿债能力分析 230

五、企业运营能力分析 231

六、企业成长能力分析 232

第四节 厦门市立达信服装有限公司 232

一、企业概况 232

二、企业主要经济指标分析 233

三、企业盈利能力分析 234

四、企业偿债能力分析 234

五、企业运营能力分析 236

六、企业成长能力分析 236

第五节 福州新谊礼品有限公司 237

一、企业概况 237

二、企业主要经济指标分析 237

三、企业盈利能力分析 238

四、企业运营能力分析 239

五、企业偿债能力分析 239

六、企业成长能力分析 241

第十四章 2017-2022年中国母婴用品发展前景与趋势分析 242

第一节 2017-2022年中国母婴用品发展前景分析 242

一、中国母婴用品市场前景 242

二、中国童鞋市场前景 243

三、中国童装产量预测分析 246

第二节 2017-2022年中国母婴用品发展趋势分析 247

一、中国母婴用品市场发展预测 247

二、中国婴幼儿用品市场发展预测 248

三、童装整体市场营销发展趋势 249

四、2016年童装流行趋势 252

五、中国童装消费趋势 254

六、未来婴幼儿奶粉市场发展趋势 255

第三节 2017-2022年中国母婴用品市场盈利预测分析 256

第十五章 2017-2022年中国母婴用品发展策略分析 259

第一节 母婴用品行业品牌战略分析 259

一、品牌的基本含义 259

二、品牌战略在企业发展中的重要性 259

三、企业如何构建品牌战略 260

1、企业领导首先要树立现代品牌战略意识。 260

2、要重视树立自己的品牌 261

3、要努力用好自己的品牌 261

4、要大力宣传自己的品牌 261

5、要积极保护自己的品牌。 261

6、要更多取得产品“通行证”来强化品牌。 261

第二节 2017-2022年中国母婴用品企业经营管理策略 262

一、企业文化战略 262

二、研发战略 262

三、营销战略 263

四、名牌战略 264

五、引导市场战略 264

六、危机管理战略 265

第十六章 2017-2022年中国母婴用品投资战略分析 266

第一节 母婴用品投资特点与潜力分析 266

一、母婴用品投资特点 266

二、孕妇装市场投资潜力 267

三、童装市场的投资特性 267

第二节 2017-2022年中国母婴用品行业投资战略研究 269

一、稳定性投资战略 269

二、扩张性投资战略 270

三、紧缩性投资战略 270

四、混合性投资战略 270

第三节 金融危机下母婴用品发展与投资策略分析 270

一、对症下药 270

二、程序科学 271

三、控制成本 271

四、以市场为中心 271

五、讲求效益 271

六、可持续发展 271

七、遵守法律 272

部分图表目录： 图表：2009-2016年中国GDP数据 40

图表：2006-2016年中国GDP增速走势图 41

图表：2013-2016年中国CPI数据表 42

图表：2013-2016年中国PPI数据表 42

图表：2013-2016年全国城镇固定资产投资情况 49

图表：2009-2016年全国城镇固定资产投资情况 49

图表：2012年-2016年中国进出口贸易数据表 50

图表：2008年-2016年中国进出口贸易走势图 51

图表：2013年年末全国人口数及其构成 62

图表：中国历年人口出生率?死亡率?自然增长率?人口密度和城镇人口比重统计（1978—2012） 62

图表：2016年中国人口数量及各省人口排名 66

图表：2016年婴幼儿零售渠道比例 76

图表：2006-2016年中国婴幼儿服饰品市场规模走势及预测 77

图表：2006-2016年中国3岁以下婴幼儿服饰品市场规模走势及预测 78

图表：2016年1～全国乳制品月度产量及同比 100

图表：2016年全国乳制品产量分省市汇总表 101

图表：主要出口国牛奶产量增长情况（%） 118

图表：主要出口国2013年牛奶产量月度增长情况（%） 118

图表：主要国家奶粉出口量 119

图表：新西兰奶粉出口主要目的国（单位：万吨） 119

图表：恒天然报价明显影响国内奶价 120

图表：纸尿裤消费的决策过程 129

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司经济指标 180

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司盈利能力 181

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司偿债能力 182

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司运营能力 183

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303355.html>