

2019-2025年中国婴童用品行业市场调查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《2019-2025年中国婴童用品行业市场调查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/403556.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

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 婴童用品行业发展综述

第一节 婴童用品行业相关概述

一、婴童用品行业界定

二、婴童用品行业特征

第二节 中国婴童用品行业发展背景

一、中国宏观经济及社会发展分析

（一）中国GDP增长情况分析

（二）社会消费品零售额分析

（三）城乡居民收入水平分析

（四）城市化促婴童用品消费

二、中国人口及婴幼儿结构分析

（一）人口及结构总体情况

（二）人口出生率情况分析

（三）婴童总数情况分析

三、中国“婴儿潮”及其影响

（一）中国的历次“婴儿潮”

（二）“婴儿潮”的影响分析

四、独生子女家庭消费行为特征研究

（一）独生子女家庭生命周期

（二）独生子女家庭消费热点

（三）独生子女家庭消费方式

（四）独生子女家庭消费模式

第三节 中国单独二胎生育政策分析

一、“单独二胎”核心内容

二、单独二胎政策的适用范围

三、单独二胎政策的实施方式

四、实施单独二胎政策的时间

第二章 中国婴童用品行业市场发展分析

第一节 中国婴童用品市场规模分析

一、婴童用品总体市场规模

二、高端婴童用品市场规模

三、中端婴童用品市场规模

四、低端婴童用品市场规模

第二节 中国婴童用品消费市场分析

一、婴童用品消费市场概况

二、家庭对婴童用品消费额

三、婴童消费品的市场结构

四、婴儿用品地区消费差异

第三节 中国婴童用品市场利润分析

一、婴童用品利润来源分析

二、婴童用品行业盈利现状

三、婴童用品产业链利润分析

第四节 婴童用品行业SWOT分析

一、婴童用品行业优势分析

二、婴童用品行业劣势分析

三、婴童用品行业机会分析

四、婴童用品行业威胁分析

第五节 中国婴童用品行业问题分析

一、婴童用品销售不完善

二、婴童用品大众品牌少

三、婴儿用品的安全问题

四、婴儿用品的质量问题

第三章 中国婴童食品市场发展分析

第一节 中国婴幼儿食品市场发展分析

第二节 中国婴幼儿奶粉市场发展分析

一、中国婴幼儿奶粉行业政策分析

（一）乳品奶粉安全国家标准

（二）三聚氰胺检测国家标准

（三）奶业整顿振兴规划纲要

(四) 乳品质量安全管理条例

(五) 《食品安全法》的影响

(六) 婴幼儿奶粉的卫生指标

二、中国乳制品产业发展分析

(一) 中国奶类及牛奶产量分析

(二) 中国乳制品行业发展概况

(三) 中国乳制品产量增长分析

三、婴幼儿奶粉市场发展态势分析

(一) 中国奶粉市场特点分析

(二) 婴幼儿奶粉代购发展分析

四、中国婴幼儿奶粉市场规模分析

(一) 婴幼儿配方奶粉市场规模

(二) 婴幼儿配方奶粉市场结构

(三) 标准婴儿配方奶粉市场规模

(四) 幼儿配方奶粉市场规模分析

(五) 后续配方婴儿奶粉市场规模

五、中国婴幼儿奶粉市场竞争分析

(一) 婴幼儿奶粉企业竞争分析

(二) 婴幼儿奶粉品牌竞争格局

(三) 国内外品牌竞争现状分析

(四) 中高端婴幼儿奶粉竞争格局

第三节 中国婴幼儿辅食市场发展分析

一、婴幼儿辅食市场发展概述

二、婴幼儿辅食市场规模分析

三、婴幼儿辅食市场结构分析

四、婴幼儿辅食市场竞争要素

五、婴幼儿辅食市场进入壁垒

六、婴幼儿辅食市场发展策略

七、婴幼儿辅食消费调查分析

(一) 辅食消费环境调查分析

(二) 辅食品牌消费者购买调查

(三) 辅食品牌信誉度调查分析

(四) 辅食品牌消费者选择原因

(五) 消费者购买辅食考虑因素

第四章 中国婴童日用品市场分析

第一节 婴童洗护用品市场分析

- 一、婴幼儿洗护用品市场发展概况
 - (一) 婴幼儿洗护用品市场发展现状
 - (二) 婴幼儿洗护用品市场政策环境
 - (三) 婴幼儿洗护用品所属行业市场规模
- 二、婴幼儿洗护用品细分市场分析
 - (一) 婴幼儿保湿乳液市场规模
 - (二) 婴幼儿沐浴洗发市场规模
 - (三) 儿童口腔护理的市场规模
- 三、婴幼儿洗护用品市场竞争格局
 - (一) 婴幼儿洗护用品市场发展历程
 - (二) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局
 - (三) 婴幼儿洗护用品市场渠道竞争

第二节 婴儿纸尿裤市场分析

- 一、婴儿纸尿裤市场基本情况
 - (一) 婴儿纸尿裤定义和特性
 - (二) 婴儿纸尿裤的发展历程
 - (三) 婴儿纸尿裤的划分方法
 - (四) 纸尿裤和纸尿片的区别
- 二、全球纸尿裤市场发展情况
 - (一) 全球纸尿裤市场成熟度
 - (二) 全球纸尿裤市场发展现状
 - (三) 全球纸尿裤市场竞争格局
- 三、中国纸尿裤市场发展情况
 - (一) 婴儿纸尿裤市场发展现状
 - (二) 国内外婴儿纸尿裤差距
 - (三) 中国婴儿纸尿裤市场规模
- 四、婴儿纸尿裤市场发展前景

第三节 婴童车床市场分析

- 一、婴童车市场政策环境
 - (一) 婴童车安全要求国家标准
 - (二) 《儿童家具通用技术条件》
 - (三) 国家质检总局童车质量抽查
- 二、国内外童车床市场发展情况

(一) 北美童车床市场规模

(二) 欧洲童车床市场规模

(三) 中国童车床生产基地

(四) 中国童车床市场规模

三、童车床细分产品市场发展

(一) 婴童手推车市场规模

(二) 婴儿床市场规模分析

(三) 儿童汽车安全座规模

四、童车床海外市场拓展

(一) 童车海外市场拓展现状

(二) 好孩子海外市场拓展经验

(三) 童车海外市场拓展问题

(四) 童车海外市场拓展对策

五、童车床市场发展前景

第五章 中国童装行业发展态势分析

第一节 童装行业相关概述

一、童装行业定义及产品分类

二、童装产业的发展特征分析

第二节 中国童装产业集群的发展

一、中国童装产业集群发展特点

二、浙江织里童装生产基地分析

三、佛山环市镇童装产业分析

四、福建石狮凤里童装基地分析

五、中国童装产业集群的发展对策

第三节 中国童装市场发展现状分析

一、中国童装市场规模增长分析

二、中国低档童装市场规模分析

三、中国中档童装市场规模分析

四、中国高档童装市场规模分析

五、中国中高档童装市场竞争分析

第四节 中国童装市场消费分析

一、中国童装消费主要特点

二、童装市场消费需求特征

三、中国童装市场消费层次

四、中国童装消费观念变化

五、中国童装消费趋势分析

第五节 中国童装市场价格分析

一、影响儿童服装价格的因素

二、童装价格居高原因分析

第六节 童装品牌细分市场策略

一、以年龄层次细分市场

二、以个性定位细分市场

三、以功能定位细分市场

四、以设计定位细分市场

五、以童装价格细分市场

六、以品牌文化形象细分

第六章 中国儿童玩具行业发展态势分析

第一节 全球儿童玩具行业发展情况

一、全球儿童玩具市场发展情况

二、全球儿童玩具市场供需分析

三、全球儿童玩具区域市场需求

四、全球儿童玩具行业技术分析

五、全球主要儿童玩具品牌分析

第二节 中国儿童玩具行业发展情况

一、中国儿童玩具行业发展状况

二、中国儿童玩具行业发展态势

三、中国儿童玩具零售连锁渠道

四、中国儿童玩具行业技术情况

五、儿童玩具行业的市场化分析

六、儿童玩具企业品牌的国际化

七、中国儿童玩具行业发展态势

八、中国儿童玩具技术发展趋势

第三节 中国儿童玩具市场供需分析

一、儿童玩具产品需求特点分析

二、中国儿童玩具市场供给分析

三、中国儿童玩具市场需求分析

四、儿童玩具零售市场规模分析

（一）户外运动玩具零售规模

(二) 毛绒玩具市场零售规模

(三) 无线电遥控玩具零售额

(四) 童车玩具市场零售规模

第四节 中国儿童玩具行业竞争分析

一、中国儿童玩具市场竞争分析

二、中国儿童玩具竞争格局分析

三、中国儿童玩具的竞争力分析

第五节 中国儿童玩具市场消费调查

一、儿童玩具市场消费调查概况

二、儿童玩具市场消费潜力调查

三、儿童玩具市场消费需求方向

第六节 中国儿童玩具批发集散地分析

一、中国儿童玩具批发市场格局

二、中国儿童玩具五大核心市场

(一) 义乌玩具批发市场

(二) 广州玩具批发市场

(三) 郑州玩具批发市场

(四) 沈阳玩具批发市场

(五) 成都玩具批发市场

三、中国儿童玩具五大区域中心

(一) 临沂玩具批发市场

(二) 北京及石家庄市场

(三) 乌鲁木齐玩具市场

(四) 哈尔滨的玩具市场

(五) 西安玩具批发市场

第七章 中国婴童用品行业市场营销分析

第一节 婴童用品行业营销模式分析

一、婴童用品主要营销模式比较

(一) 直销直营模式

(二) 代理经销模式

(三) 连锁卖场模式

(四) 网络营销模式

(五) 品牌营销模式

二、婴童用品营销模式创新分析

(一) 渠道品牌化

(二) 产业集群化

(三) 虚拟社区化

(四) 专业连锁化

三、婴童用品的P营销分析

(一) 产品和需求

(二) 价格和价值

(三) 渠道和方便

(四) 促销和传播

第二节 婴童用品市场协同营销分析

一、协同营销紧迫性分析

二、协同营销的优势分析

三、协同营销的市场影响

第三节 婴童用品行业营销策略选择

一、提高婴童用品产品质量

二、采用多渠道并宣传销售

三、加强品牌意识及其推广

四、改进并且提高服务水平

五、知识与产品营销相结合

六、深度分销和人性的管理

第四节 中国婴童用品行业消费分析

一、婴童用品消费群体定位分析

(一) 消费群体准确定位为妈妈

(二) 分解消费者需求点与特征

二、婴童用品消费者行为分析

(一) 消费的影响因素分析

(二) 消费者信息渠道分析

(三) 消费者品牌偏好分析

(四) 消费者特殊行为分析

三、婴童用品消费者购买渠道调查

(一) 婴童用品的销售渠道分析

(二) 奶粉购买渠道消费者调查

(三) 营养品购买渠道消费调查

(四) 日用品购买渠道消费调查

(五) 童装购买渠道消费者调查

(六) 玩具购买渠道消费者调查

第五节 中国婴童用品企业营销案例分析

一、婴幼儿奶粉企业营销案例分析

(一) 美赞臣营销案例分析

(二) 贝因美营销案例分析

(三) 雀巢的营销案例分析

(四) 雅培的营销案例分析

(五) 多美滋营销案例分析

(六) 伊利的营销案例分析

二、婴幼儿日用品企业营销案例分析

(一) 强生的营销案例分析

(二) 宝洁的营销案例分析

(三) 恒安的营销案例分析

(四) 丽婴房营销案例分析

(五) 哇哈哈营销案例分析

三、婴幼儿童装企业营销策案例分析

(一) 派克兰帝营销案例分析

(二) 加菲猫营销案例分析

(三) 红黄蓝营销案例分析

(四) 兔仔唛营销案例分析

(五) 七波辉营销案例分析

(六) 卡西龙营销案例分析

(七) ABC 营销案例分析

(八) 路豹的营销案例分析

四、婴幼儿玩具企业营销案例分析

(一) 乐高的营销案例分析

(二) 好孩子营销案例分析

(三) 奥迪玩具营销案例分析

(四) 银辉玩具营销案例分析

(五) 芭比娃娃营销案例分析

第八章 中国婴童用品品牌竞争力分析

第一节 多美滋

一、消费者购买频率分析

二、消费者购买渠道分析

三、多美滋品牌广告途径

四、多美滋的竞争力分析

第二节 美赞臣

第三节 惠氏

第四节 雀巢

第五节 雅培

第六节 伊利

第九章 中国重点城市婴童用品消费者调研分析

第一节 重点城市总体婴童用品消费调查

一、婴幼儿奶粉消费调查

二、辅助食品的消费调查

三、婴儿纸尿裤消费调查

四、婴童洗护品消费调查

第二节 北京

一、北京婴幼儿奶粉消费调查

二、北京市辅助食品消费调查

三、北京婴儿纸尿裤消费调查

四、北京婴童洗护品消费调查

第三节 上海

第四节 广州

第五节 成都

第六节 天津

第七节 沈阳

第八节 济南

第九节 南京

第十节 武汉

第十章 中国婴童用品行业重点企业发展分析

第一节 婴幼儿奶粉企业分析

一、内蒙古伊利实业集团股份有限公司

（一）企业发展基本情况

（二）企业经营情况分析

（三）企业经济指标分析

（四）企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

(八) 企业发展前景展望

二、内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

三、光明乳业股份有限公司

四、圣元营养食品有限公司

五、澳优乳业股份有限公司

六、浙江贝因美科工贸股份有限公司

第二节 中国儿童玩具企业分析

一、骅威科技股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

二、广东星辉车模股份有限公司

三、广东高乐玩具股份有限公司

四、广东群兴玩具股份有限公司

五、广东奥飞动漫文化股份有限公司

第三节 中国婴童日用品企业分析

一、福建恒安集团有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

二、好孩子国际控股有限公司

三、博士蛙国际控股有限公司

四、青蛙王子国际控股有限公司

五、宁波神马集团有限公司

六、强生（中国）有限公司

第四节 中国童装重点企业分析

一、NIKE

（一）企业发展基本情况

（二）企业童装产品分析

（三）市场占有份额情况

（四）企业竞争优势分析

二、ADIDAS

三、PAW IN PAW

四、巴拉巴拉

五、安奈儿

六、衣恋

七、派克兰帝

八、丽婴房

九、史努比

十、小猪班纳

第十一章 2019-2025年中国婴童用品行业发展趋势及前景预测

第一节 2019-2025年中国婴童用品发展趋势分析

一、婴童用品行业总体发展趋势

二、婴幼儿奶粉业发展趋势分析

三、中国童装行业发展趋势分析

四、中国童车行业发展趋势分析

五、儿童玩具行业发展趋势分析

六、婴童洗护用品发展趋势分析

第二节 2019-2025年中国婴童用品行业前景展望

一、中国居民家庭消费潜力分析

二、中国婴童数量增长潜力分析

三、中国婴童用品种类发展前景

第三节 2019-2025年中国婴童用品市场预测分析

一、婴童用品总体市场规模预测

二、婴童食品市场规模预测分析

三、童装所属行业市场规模预测分析

四、儿童玩具市场规模预测分析

五、婴童洗护用品市场规模预测

六、婴幼儿纸尿裤市场规模预测

第十二章 2019-2025年中国婴童用品行业投资机会及策略分析

第一节 2019-2025年中国婴童用品行业投资潜力分析

一、婴童用品行业投资环境分析

二、婴童用品行业区域投资潜力

三、婴童用品行业投资前景分析

第二节 2019-2025年中国婴童用品行业投资机会分析

一、婴童食品投资机会分析

二、童装行业投资机会分析

三、儿童玩具投资机会分析

四、婴儿纸尿裤投资机会分析

五、婴童洗护品投资机会分析

第三节 2019-2025年中国婴童用品行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、行业政策风险

三、市场竞争风险

四、产品质量风险

第四节 2019-2025年中国婴童用品行业投资策略分析

第十三章 中国婴童用品企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 婴童用品企业融资渠道与选择分析

一、婴童用品企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 婴童用品企业境内IPO上市目的及条件

一、婴童用品企业境内上市主要目的

二、婴童用品企业上市需满足的条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 婴童用品企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

第四节 婴童用品企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节 婴童用品企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表 2012-2018年中国-岁人口数量及占比情况

图表 婴儿潮人口在各个主要历史时期所处的位置

图表 2012-2018年中国婴童用品市场规模情况

图表 2012-2018年中国高端婴童用品市场规模及占比情况

图表 2012-2018年中国中端婴童用品市场规模及占比情况

图表 2012-2018年中国低端婴童用品市场规模及占比情况

图表 2012-2018年中国城市家庭对婴童消费品户均年度消费额

图表 中国婴童各产品类型市场份额

图表 2012-2018年中国婴幼儿食品零售规模统计

图表 乳制品和婴幼儿食品标准

图表 奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/403556.html>