

2018-2023年中国婴儿润肤露产业市场竞争格局研究及投资方向评估分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国婴儿润肤露产业市场竞争格局研究及投资方向评估分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302042302042.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

婴儿护肤品是指专门针对婴儿皮肤研制，用于婴儿日常清洁、保护皮肤的护理产品。婴儿护肤品主要功效是保湿、滋润。

我国婴幼儿用品市场进入高速发展期，平均每年递增10%以上，随着产品深度的逐步开发，这个市场的规模将有望得到进一步的拓展。随着人们生活水平和受教育程度的日益提高，人们的思维方式和生活观念都在发生着改变。其中很明显的一点就是人们越来越关注对孩子的培养和教育问题，在育儿观念等方面也正在发生着巨大的改变。

近年来，我国婴儿护肤品零售额增长较快。我国婴儿护肤品零售额从2009年的25亿左右，到2014年的55亿左右，零售额比2009年翻了一番。

目前市场上比较知名的婴儿护肤产品主要有：强生婴儿牛奶润肤霜、强生婴儿保湿滋润霜、贝亲婴儿润肤霜、Aveeno baby婴儿燕麦舒缓润肤霜、加州宝宝金盏草万用乳霜、N UK婴儿润肤霜、贝倍舒宝宝润肤霜、爱护婴儿牛奶嫩肤霜、爱护滋润保湿霜、雅漾润面霜、郁美净儿童霜等等，这些都是销量比较好并且受到多数妈妈们认同的产品。

未来几年，中国婴儿护肤品产业发展的步伐还会继续加快。近年本土婴儿护肤品企业跃跃欲试，企业上市的步伐明显加快，这对婴儿护肤品行业的融资来说是一个利好。另外，在扩大内需的宏观政策支持、民族品牌崛起的倡导下，本土婴儿护肤品企业的发展将会获得地方政府的资金支持和网络整合的政策支持。

儿童产品大众及高端占比 资料来源：观研天下数据中心整理

儿童产品的增速很快，成长性好：特别是随着人口高峰的到来，迎来儿童产品的需求快速提升。同时，随着消费升级，儿童产品的渗透率提升迅速，目前的渗透率预计在50%左右。

从儿童产品的渠道结构来看，呈现了和成人产品差异化的特征：网购的比重达13.7%，是美容和个人护理用品各品类中占比最高的，儿童产品特有的母婴商店渠道占比也较高，达5.9%，而传统渠道中的百货商场占比较小。渠道结构也反映了儿童产品独特的消费习惯。

儿童产品对于安全性的要求极高：这是由于儿童产品的独特人群所决定的，因此安全性是消费购买决策中的第一位因素，任何品牌若在这点上存在疏漏，不仅是对销售的影响，更是对品牌有致命性的伤害。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国婴儿润肤露产业市场竞争格局研究及投资方向评估分析报告》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及

相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 国内外婴儿润肤露行业发展环境分析

第一节 中国人口结构分析

- 一、中国人口出生情况
- 二、中国人口地区分布状况
- 三、中国人口结构面临的六大问题

第二节 国内经济和社会环境分析

- 一、近年来我国国民经济发展概况
- 二、城市化和人民生活水平

第三节 国际婴儿润肤露市场分析

- 一、国际婴儿润肤露行业发展成熟度分析
- 二、国际婴儿润肤露行业发展趋势
- 三、主要国家婴儿润肤露市场现状

第二章 2015-2017年婴儿润肤露行业结构分析

第一节 婴儿润肤露行业基本特征

- 一、婴儿润肤露行业主要细分产品
- 二、婴儿润肤露行业产业链分析

第二节 婴儿润肤露行业竞争格局

- 一、婴儿润肤露行业主要企业和主要品牌
- 二、婴儿润肤露市场集中度分析

第三节 婴儿润肤露行业的“波特五力模型”分析

- 一、现有企业间的竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三章 2015-2017年中国婴儿润肤露行业生产状况分析

第一节 2015-2017年婴儿润肤露产量增长情况

第二节 婴儿润肤露行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿润肤露行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

第三节 婴儿润肤露行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

第四节 婴儿润肤露行业生产中存在的主要问题

第四章 2017-2022年中国婴儿润肤露市场供需状况预测分析

第一节 婴儿润肤露消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、婴儿润肤露等细分产品的需求特征

四、婴儿润肤露消费的决策过程分析

第二节 2015-2017年婴儿润肤露行业供需状况

一、2015-2017年婴儿润肤露供给状况

二、2015-2017年婴儿润肤露需求状况

三、2015-2017年婴儿润肤露供需缺口分析

四、2017-2022年我国婴儿润肤露供需缺口变化趋势预测

第三节 2017-2022年中国婴儿润肤露消费量分析

一、2015-2017年我国婴儿润肤露消费量

二、2015-2017年婴儿润肤露各细分产品消费量

三、2017-2022年我国婴儿润肤露消费量预测

第四节 影响婴儿润肤露行业供需关系的主要因素

第五章 2015-2017年主要区域市场分析

第一节 华北地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好分析

第二节 东北地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好分析

第三节 华东地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第四节 华中地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第五节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第六节 西南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第七节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第六章 2017-2022年婴儿润肤露行业市场营销预测分析

第一节 主要营销模式分析

- 一、直营模式
- 二、代理经销商模式
- 三、大型综合连锁卖场模式
- 四、网络营销

第二节 营销策略分析

- 一、从生产导向转向市场导向
- 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争
- 三、从产品营销到品牌营销和文化营销

第三节 婴儿润肤露企业营销模式建议

- 一、婴儿润肤露企业的国内营销模式建议
 - (一) 婴儿润肤露企业的渠道建设
 - (二) 婴儿润肤露企业的品牌建设
- 二、婴儿润肤露企业海外营销模式建议

(一) 婴儿润肤露企业的海外细分市场选择

(二) 婴儿润肤露企业的海外经销商选择

第四节 婴儿润肤露行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴儿润肤露营销未来

二、未来婴儿润肤露营销模式发展趋势

第七章 2017-2022年婴儿润肤露行业进出口分析

第一节 婴儿润肤露进出口现状

一、进口规模及产品结构

二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国婴儿润肤露面临的“反倾销”问题及应对措施

一、我国婴儿润肤露行业遭受“反倾销”调查的主要案例

二、应对反倾销调查的措施

第三节 2017-2022年中国婴儿润肤露进出口发展趋势预测分析

第八章 2017-2022年中国婴儿润肤露行业市场预测分析

第一节 2017-2022年中国婴儿润肤露季节特征预测分析

第二节 2017-2022年中国婴儿润肤露产品趋势预测分析

第三节 2017-2022年中国婴儿润肤露价格走势预测

第四节 2017-2022年中国婴儿润肤露竞争格局预测分析

第九章 2015-2017年婴儿润肤露行业主要品牌企业分析

第一节 强生

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第二节 贝亲

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第三节 郁美净

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第四节 新安怡

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第五节 孩儿面

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第六节 NUK

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第七节 金盏花

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第八节 婴姿坊

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第九节 爱得利

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第十节 贝蒂儿

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第十一节 好孩子

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第十章 2017-2022年婴儿润肤露行业投资价值与投资策略分析

第一节 婴儿润肤露行业投资价值分析

一、婴儿润肤露行业发展前景分析

二、婴儿润肤露行业盈利能力预测

三、投资机会分析

四、投资价值综合分析

第二节 婴儿润肤露行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

第三节 中,智,林:婴儿润肤露行业投资策略分析

一、市场定位

二、重点区域

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302042302042.html>