

2011-2015年中国婴儿护肤品市场监测与投资战略 研究报告

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《2011-2015年中国婴儿护肤品市场监测与投资战略研究报告》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/103504103504.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

我国婴儿护肤品行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步向产业化、规模化发展，专业、高效、节能是我国婴儿护肤品行业运行的发展方向，我国婴儿护肤品行业运行生产的产品品质具备国际市场竞争力。随着我国婴儿护肤品行业运行下游需求市场的不断扩大以及出口增长，我国婴儿护肤品行业运行迎来一个新的发展机遇。

中国报告网发布的《2011-2015年中国婴儿护肤品市场监测与投资战略研究报告》共十章。首先介绍了中国婴幼儿护肤品市场运行环境、世界婴儿护肤品产业运行态势等，接着分析了中国婴儿护肤品行业的现状，然后介绍了中国婴儿护肤品行业市场营销、中国婴儿护肤品主要区域市场调查。随后，报告对中国婴儿护肤品行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴儿护肤品行业发展前景与投资预测。您若想对婴儿护肤品产业有个系统的了解或者想投资婴儿护肤品行业，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。

第一章 2010年中国婴幼儿护肤品市场运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国人口出生率情况分析

- 一、中国人口出生率和生育率的地区差别
- 二、中国人口出生率呈持续下降趋势
- 三、中国的第四次生育高峰

第三节 2010年中国人口结构情况

- 一、2010年中国人口构成情况
- 二、中国人口年龄结构的不断变化
- 三、中国人口结构面临六大难题

第四节 2010年计划生育政策发展形势

- 一、计划生育上海少生近半数人
- 二、广州鼓励独生子女生两小孩
- 三、河南不享受独生子女夫妇生二胎政策

第五节 2010年中国婴幼儿护肤品社会环境分析

- 一、人们消费观念

二、人们生活品质的提高

第二章 2010年国内外婴儿用品产业运行形势分析

第一节 2010年国际婴儿用品市场分析

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代

三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管

四、欧盟婴儿护理用品市场浅析

五、中东婴儿用品市场分析

第二节 2010年中国婴儿用品行业现状

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

二、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

三、婴儿用品市场更趋成熟

第三节 2010年中国部分城市婴儿用品市场透析

一、上海

二、北京

三、成都

四、临沂市

第三章 2010年世界婴儿护肤品产业运行态势分析

第一节 2010年世界婴幼儿护肤品行业市场环境分析

一、英国提倡一个家庭只生两个孩

二、俄罗斯用经济手段提高生育率

三、法国迎来25年来最大婴儿潮

四、日本人口出生率回升

第二节 2010年世界婴儿护肤品市场运行态势

一、世界婴儿护肤品行业发展成熟度分析

二、世界婴儿护肤品特点分析

三、主要国家婴儿护肤品市场现状

第三节 2011-2015年世界婴幼儿护肤品行业发展趋势分析

第四章 2010年中国婴儿护肤品行业生产现状分析

第一节 2010年中国婴儿护肤品业运行总况

一、婴儿护肤品热销背后暗藏隐忧

二、儿童护肤品制作要求高 但标准缺失

三、2010年中国婴儿护肤品细分市场分析

1、护肤类

2、洗涤类

3、儿童爽身粉、花露水

第二节 2010年中国婴儿护肤品行业产能及增长情况分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿护肤品行业产能扩张趋势

第三节 2010年中国婴儿护肤品行业成本结构分析

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 2010年中国婴儿护肤品行业生产中存在的主要问题

第五章 2010年中国婴儿护肤品市场供需态势分析

第一节 2010年中国婴儿护肤品消费需求特征分析

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、婴儿护肤品等细分产品的需求特征

四、婴儿护肤品消费的决策过程分析

第二节 2010年中国婴儿护肤品行业供需状况

一、2010年婴儿护肤品供给状况

二、2010年婴儿护肤品需求状况

三、2010年婴儿护肤品供需缺口分析

四、2011-2015年我国婴儿护肤品供需缺口变化趋势预测

第三节 2010年影响婴儿护肤品行业供需关系的主要因素

第六章 2010年中国婴儿护肤品行业结构分析

第一节 2010年中国婴儿护肤品行业基本特征

一、婴儿护肤品行业主要细分产品

二、婴儿护肤品行业产业链分析

第二节 2010年中国婴儿护肤品行业竞争格局

一、婴儿护肤品行业主要企业和主要品牌

二、婴儿护肤品市场集中度分析

第三节 2010年中国婴儿护肤品行业的“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

第七章 2010年中国婴儿护肤品行业市场营销分析

第一节 2010年婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴儿用品消费者特点
- 二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征
- 三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯
- 四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性
- 五、对婴儿用品经营的启发

第二节 2010年婴儿护肤品主要营销模式分析

- 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

第三节 2010年中国婴儿护肤品营销策略分析

- 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
- 四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第四节 2010年中国婴儿护肤品企业营销模式建议

- 一、药店销售渠道建设
- 二、直销渠道建设
- 三、俱乐部渠道建设
- 四、连锁渠道建设

第五节 各大婴儿护肤品品牌纷纷打起按年龄、时节细分的大旗策略点评

第八章 2010年中国婴儿护肤品主要区域市场调查分析

第一节 华北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第二节 东北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第三节 华东地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第四节 华中地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第五节 华南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第六节 西南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第七节 西北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第九章 2010年中国婴儿护肤品行业优势企业竞争力分析

第一节 强生

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

第二节 贝亲

- 一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第三节 郁美净

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 康贝

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第五节 孩儿面

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第六节 NUK

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第七节 施巴

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第八节 婴姿坊

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业综合竞争力分析

四、企业未来发展新方向

第九节 爱得利

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第十节 贝蒂儿

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业综合竞争力分析
- 四、企业未来发展新方向

第十章 2011-2015年中国婴儿护肤品行业发展前景与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业市场预测分析

- 一、中国婴儿护肤品季节特征分析
- 二、中国婴儿护肤品产品趋势分析
- 三、中国婴儿护肤品竞争格局分析

第二节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业市场营销发展趋势

- 一、展望中国婴儿护肤品营销未来
- 二、未来婴儿护肤品营销模式发展趋势

第三节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业发展前景预测

- 一、中国婴儿护肤品市场供需预测分析
- 二、中国婴儿护肤品进出口贸易预测分析

第四节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业投资机会分析

第五节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业投资风险分析

第六节 2011-2015年中国婴儿护肤品行业投资策略分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：婴幼儿消费最让人担忧的领域结构图

图表：婴幼儿护肤品的品牌忠诚度

图表：消费者愿意尝试质量比较好的新产品

图表：婴儿护肤品功能偏好调查

图表：消费者最能接受的价格调研

图表：婴儿护肤日用品销售渠道认知度调查

图表：华北地区婴儿护肤品购买频率调查

图表：华北地区婴儿护肤品使用频率

图表：华北地区婴儿护肤品消费者偏好

图表：东北地区婴儿护肤品购买频率

图表：东北地区婴儿护肤品使用状况

图表：东北地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：华东地区婴儿护肤品购买频率

图表：华东地区婴儿护肤品使用状况

图表：华东地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：2004-2008年浙江省城镇居民收入情况

图表：2004-2008年浙江省农村居民收入情况

图表：截至2008年末福建省人口构成情况

图表：2008年江西省人口构成情况

图表：2008年山东人口年龄构成

图表：华中地区婴儿护肤品购买频率

图表：华中地区婴儿护肤品使用状况

图表：华中地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：2010年中国华中地区各省区人口统计情况

图表：2010年华中地区人口出生率对比情况 单位：‰

图表：2008年华中地区各省市出生人口及所占比例对比图

图表：2008年华中地区各省市出生人口所占比例结构图

图表：华南地区婴儿护肤品购买频率

图表：华南地区婴儿护肤品使用状况

图表：华南地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：西南地区婴儿护肤品购买频率

图表：西南地区婴儿护肤品使用状况

图表：西南地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：西北地区婴儿护肤品购买频率

图表：西北地区婴儿护肤品使用状况

图表：西北地区婴儿护肤品品牌偏好

图表：强生主要经济指标走势图

图表：强生经营收入走势图

图表：强生盈利指标走势图

图表：强生负债情况图

图表：强生负债指标走势图

图表：强生运营能力指标走势图

图表：强生长能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司主要经济指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司经营收入走势图

图表：天津郁美净集团有限公司盈利指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司负债情况图

图表：天津郁美净集团有限公司负债指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司运营能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司成长能力指标走势图

图表：康贝品牌管理结构图

图表：2008年MAPA公司盈利状况

图表：婴姿坊产品一览表

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/103504103504.html>