

中国婴童护理行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2023-2030年）

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《中国婴童护理行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668158.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

婴童护理产品是指专门针对婴幼儿和儿童皮肤研发，用于婴幼儿和儿童日常清洁、保护皮肤的护理产品，主要包括沐浴液、润肤露、按摩油、乳液、湿巾等。近年来我国婴童护理市场规模不断增长。数据显示，2017-2022年我国婴童护理市场规模从186.02亿元增长到了297.11亿元。

数据来源：观研天下整理

根据市场分析，目前我国婴童护理市场主要受人口出生率变动、消费水平升级以及移动互联网的崛起等因素影响。

人口出生率方面：虽然近年来我国新生儿数量在不断下降，但总体基数仍旧较大，每年新生儿数量达1000万人以上。而且目前国家已经全面放开三胎政策，在2022年的两会上又开始讨论起鼓励生育的政策。可以看出，未来国家的政策方向肯定是要促进人口增长的，儿童数量也将会增加。2022年我国全年出生人口956万人，出生率为6.77‰。

数据来源：观研天下整理

消费水平升级方面：近年居民人均可支配收入以及消费支出不断增加为婴童护理行业的稳定发展奠定良好的经济基础。数据显示，2022年我国居民人均可支配收入36883元，比上年增长5.0%；居民人均消费支出24538元，比上年增长1.8%。随着婴童家庭消费能力的提升，叠加精细化育儿观念逐步被人们接受。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

根据《轻工业发展规划（2016-2020年）》显示，“重点发展安全高效、无害健康的家庭卫生杀虫用品”，温和、不刺激、健康无害或已经成为了人们对个人健康卫生产品的要求。伴随着新生代家庭群体的迭代，消费者更加注重婴童护理产品的品质安全，在科学育儿观念的影响下，细分消费需求层出不穷。“为品质买单”的消费观念将持续成为国内个人健康卫生产品及婴童护理产品的源动力。

移动互联网的崛起方面：借力互联网，新型消费崛起。如今是大数据时代，不少企业借助互联网的东风抵达彼岸，消费主力和消费对象转移格局渐显，新需求变化不断，消费场域亦在变迁。由此在人们消费观念、消费结构的升级下，不断促进互联网母婴行业规模不断壮大。互联网零售、电商直播等迅猛发展，带动母婴护理市场扩展。在此背景下，婴童护理线上渠道占比不断增长。有数据显示，2022年我国婴童护理线上市场规模130.94亿元，占整个市场的比例约为44.07%，预计到2027年这一比例将达到64.3%。

数据来源：观研天下整理

综上所述，未来我国婴童护理市场依旧有望稳健增长。预计到2027年我国婴童护理市场规模将达到511.19亿元。

数据来源：观研天下整理

目前我国婴童护理市场企业有上海家化联合股份有限公司、润本生物技术股份有限公司、上海上美化妆品股份有限公司、云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司、天津郁美净集团有限公司、无锡戴可思生物科技有限公司、强生(中国)有限公司等。

企业名称

竞争优势

上海家化联合股份有限公司

研发创新优势：上海家化研发秉承以消费者为中心,依托全流程的项目管理和整链式研发模式,用匠心打造致美的产品和服务。从基础研究、应用创新以及产品价值塑造三个维度实现科技赋能。

专利优势：目前公司授权有效专利374项,其中发明89项,实用新型20项,外观设计265项。

渠道进阶优势：线上业务:1、加速电商增长:电商渠道以精细化运营推动多平台布局,实现同比快速健康增长:其中天猫旗舰店平台通过加强布局店铺自播进一步丰富直播矩阵,整体保持稳健增长的同时提升了运营能力;京东平台业务经过优化调整后开始实现快速增长并扭亏;拼多多平台首批入围“超新星计划”、兴趣电商平台创新探索人货场新玩法,业务均呈现快速增长。2、拓展特殊渠道:特渠在受到平安寿险改革影响导致团购业务下降的背景下,主动进行集团内多平台拓展,并向零售业务转型。线下业务:1、拥抱智慧零售:积极拓展新零售业务,商超、百货、CS(化妆品专营店)等渠道通过到家、到店、云店等形式促进线下业务线上化,新零售业务报告期同比增速超过100%,占国内线下业务占比超10%,减缓了线下流量下降对主营业务的影响。2、优化效率:百货渠道继续策略性闭店缩编,2021年共关闭111家低单产专柜及门店,截至年底现存专柜及门店数合计866家,同时通过四季SPA业务线上化,成功扭亏为盈;CS渠道通过传统CS重建和屈臣氏增利,使得渠道盈利能力改善。

润本生物技术股份有限公司

客户群体优势：公司产品覆盖居家生活、出游踏青、四季护肤、沐浴清洁等多元应用场景,建立了一个庞大、忠诚且持续增长的客户群体,优质的国货品牌形象深入人心。

营销渠道优势：公司建立了以线上销售为驱动的全渠道销售网络,多维度触达终端消费者。公司通过与消费者深度互动,分析消费者的购买习惯和新品使用反馈,精准制定以消费者喜好为导向的产品开发和营销策略,持续强化公司产品的创新能力。线上渠道对公司的成功至关重要。公司与天猫、京东等国内成熟电商平台合作多年,积累了巨大的客户流量优势。线下渠道是公司未来布局的重点。为提供更优质的购物体验,增加客户触点,公司不断建设社区团购等线下销售渠道,积极与全国知名连锁商超、便利店、百货商店建立合作关系,进一步加快

市场渗透。

质量优势：公司始终坚持以产品质量为自身发展之根基,严格按照国家相关质量标准和要求,建立完善生产质量管理体系。经Intertek9评估,公司化妆品生产质量管理体系符合“ISO22716:2007(E)化妆品-良好操作规范(GMP)指南”和“美国食品和药品管理局《化妆品良好操作规范指南》2020”的要求,并根据以上标准制定了一套完善、细致、可操作性强的《质量手册》。

研发优势：公司持续引进高端技术人才,不断提高产品研发能力,努力提升包括稳定性、功效性在内的各项产品性能。

原料优势：公司与罗伯特、德之馨、扬农化工、道达尔、默克等国内外知名原料企业合作,严格控制原材料质量,从源头确保产品品质。

售前生产和售后服务优势：公司坚持精细化管理,利用信息化管理系统对生产过程、成品管理、销售管理、风险信息管理、产品召回等多个环节进行有效记录,确保各环节产品信息的可追溯性,严把生产质量关。

上海上美化妆品股份有限公司

品牌优势：公司拥有多个知名品牌,如韩束、一叶子、红色小象等。

研发优势：企业在全中国自建两大研发中心。经过近20年的研发努力,积累了深厚的经验,并形成了完善、稳健的研发体系,拥有研发科学家和青年人才、基础研发能力、成熟的技术平台及研发管理流程、设备和仪器。目前上美集团仍每年保持比例可观的科研投入。

供应链优势：企业在全中国自建两大供应链,接轨国际化;配备了数字化设备,满足柔性生产需求;产能充沛,保障绝大部分自产需求,如上美科技园总面积150亩,2021年设计产能超44000吨。

团队优势：截至2021年9月30日,上美拥有227人研发团队,团队拥有不同的专业背景,包括生物、化学、药学及化学工程。

专利优势：截至2021年9月30日,公司在海外拥有17项专利。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

品牌优势：公司以研发护理敏感肌肤的产品作为主要切入点,旗下“薇诺娜”品牌主打专注敏感肌肤护理,利用云南高原特色植物活性成分,促进皮肤屏障自我修复,实现对敏感肌肤的护理。经过多年的品牌塑造,“薇诺娜”品牌在消费者群体中已经具备了较高的知名度,并积累了一批忠实用户群体。凭借着在电商平台优异的表现,2018年-2020年,公司旗下“薇诺娜”品牌已连续三年获得天猫金妆奖。除“薇诺娜”外,公司还拥有“WINONABaby”、“痘痘康”、“BeautyAnswers”、“资润”等品牌,满足不同年龄、不同偏好的消费者需求。

研发优势：公司目前的研发团队汇集了药物制剂、药物分析、中药学、生物制药、药理学、生物工程、高分子化学、精细化工、设计等不同学科的各类专业人才,使公司在配方开发、植物提取研究、产品开发和评估技术、包装设计等方面处于行业领先地位。公司研发团队一直专注于化妆品领域的研发创新,先后获得云南省科学技术进步一等奖、云南省创新团队一等奖等多项荣誉。

专利优势：目前公司拥有境内有效专利46项,其中14项为发明专利,14项为实用新型专利,18项为外观设计专利。

技术优势：公司已在植物基础研究、现代配方技术等方面处于国内领先地位,特别是在利用高原特色植物提取物有效成分制备和生产敏感肌肤护理产品方面具有较强的技术优势。

产品品质优势：公司建立了覆盖产品研发、原材料采购、产品生产、物流运输、仓储管理在内的全面质量管理体系,公司的质量管理体系符合GB/T19001-2016/ISO9001:2015的认证标准。公司严格按照各项法律法规的规定,并同时遵照GMPC和GB/T19001-2016/ISO9001:2015的要求,组织生产工作,实现全面质量管理的目的。

天津郁美净集团有限公司

销售优势：迄今为止,郁美净儿童霜已畅销40余年,据统计,1990年至2022年累计销量已超过45亿袋【注:由中审众环会计事务所(特殊普通合伙)天津分所提供确认】。

技术优势：多年来,集团与国内多所知名高等院校开展产学研合作,目前已拥有200余项专利及多项自主研发技术,先后获得各类省部级科技奖项。郁美净致力于通过现代技术手段革新儿童护肤品生产工艺技术,推动中国护肤品行业天然成分应用技术的提升。

无锡戴可思生物科技有限公司

产品线优势：目前公司产品线已覆盖婴幼儿肌肤护理品、3岁以上儿童肌肤护理产品、生活日用品、孕产妇护理产品等。

品牌销售渠道优势：线上电商：在天猫、京东、抖音均设有官方旗舰店,红孩子等母婴垂直电商也设有旗舰店。线下渠道：戴可思已入驻孩子王等头部知名母婴品牌连锁,盒马等商超渠道,累计合作门店近万家,遍布全国200+多个城市的核心商圈。

品牌优势：2020年,上榜腾讯智慧育儿2020年度家长信赖母婴产品。2020年,母婴行业观察樱桃大赏最具潜力大奖。2021年,获年度天猫母婴亲子节-天猫金婴奖-最具发展潜力新锐奖。2021年,京东超市宝贝趴 最具潜力店铺奖。

强生(中国)有限公司

全球化优势：目前公司在全球60个国家地区拥有260多家运营公司。

人才优势：目前公司全球员工超过13万人。

供应链优势：目前公司拥有9大供应链基地,分布于北京、上海、广州、苏州、西安等城市

品牌优势：AVEENOBaby艾惟诺婴儿、CLEAN&CLEAR可伶可俐、NEUTROGENA露得清、DABAO大宝等均为旗下品牌。

资料来源：观研天下整理(WW)

注：上述信息仅供参考,具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国婴童护理行业发展现状分析与投资前景研究报告(2023-2030年)》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国婴童护理行业发展概述

第一节 婴童护理行业发展情况概述

一、婴童护理行业相关定义

二、婴童护理特点分析

三、婴童护理行业基本情况介绍

四、婴童护理行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、婴童护理行业需求主体分析

第二节 中国婴童护理行业生命周期分析

一、婴童护理行业生命周期理论概述

二、婴童护理行业所属的生命周期分析

第三节 婴童护理行业经济指标分析

一、婴童护理行业的赢利性分析

二、婴童护理行业的经济周期分析

三、婴童护理行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球婴童护理行业市场发展现状分析

第一节 全球婴童护理行业发展历程回顾

第二节 全球婴童护理行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲婴童护理行业地区市场分析

一、亚洲婴童护理行业市场现状分析

- 二、亚洲婴童护理行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲婴童护理行业市场前景分析
- 第四节北美婴童护理行业地区市场分析
 - 一、北美婴童护理行业市场现状分析
 - 二、北美婴童护理行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美婴童护理行业市场前景分析
- 第五节欧洲婴童护理行业地区市场分析
 - 一、欧洲婴童护理行业市场现状分析
 - 二、欧洲婴童护理行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲婴童护理行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界婴童护理行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球婴童护理行业市场规模预测

第三章 中国婴童护理行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对婴童护理行业的影响分析
- 第三节中国婴童护理行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对婴童护理行业的影响分析
- 第五节中国婴童护理行业产业社会环境分析

第四章 中国婴童护理行业运行情况

- 第一节中国婴童护理行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国婴童护理行业市场规模分析
 - 一、影响中国婴童护理行业市场规模的因素
 - 二、中国婴童护理行业市场规模
 - 三、中国婴童护理行业市场规模解析
- 第三节中国婴童护理行业供应情况分析
 - 一、中国婴童护理行业供应规模
 - 二、中国婴童护理行业供应特点

第四节中国婴童护理行业需求情况分析

一、中国婴童护理行业需求规模

二、中国婴童护理行业需求特点

第五节中国婴童护理行业供需平衡分析

第五章 中国婴童护理行业产业链和细分市场分析

第一节中国婴童护理行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、婴童护理行业产业链图解

第二节中国婴童护理行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对婴童护理行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对婴童护理行业的影响分析

第三节我国婴童护理行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国婴童护理行业市场竞争分析

第一节中国婴童护理行业竞争现状分析

一、中国婴童护理行业竞争格局分析

二、中国婴童护理行业主要品牌分析

第二节中国婴童护理行业集中度分析

一、中国婴童护理行业市场集中度影响因素分析

二、中国婴童护理行业市场集中度分析

第三节中国婴童护理行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国婴童护理行业模型分析

第一节中国婴童护理行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国婴童护理行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国婴童护理行业SWOT分析结论

第三节中国婴童护理行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国婴童护理行业需求特点与动态分析

第一节中国婴童护理行业市场动态情况

第二节中国婴童护理行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节婴童护理行业成本结构分析

第四节婴童护理行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国婴童护理行业价格现状分析

第六节中国婴童护理行业平均价格走势预测

一、中国婴童护理行业平均价格趋势分析

二、中国婴童护理行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国婴童护理行业所属行业运行数据监测

第一节 中国婴童护理行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国婴童护理行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国婴童护理行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国婴童护理行业区域市场现状分析

第一节 中国婴童护理行业区域市场规模分析

一、影响婴童护理行业区域市场分布的因素

二、中国婴童护理行业区域市场分布

第二节 中国华东地区婴童护理行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婴童护理行业市场分析

(1) 华东地区婴童护理行业市场规模

(2) 华南地区婴童护理行业市场现状

(3) 华东地区婴童护理行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区婴童护理行业市场分析

(1) 华中地区婴童护理行业市场规模

(2) 华中地区婴童护理行业市场现状

(3) 华中地区婴童护理行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区婴童护理行业市场分析

(1) 华南地区婴童护理行业市场规模

(2) 华南地区婴童护理行业市场现状

(3) 华南地区婴童护理行业市场规模预测

第五节 华北地区婴童护理行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区婴童护理行业市场分析

(1) 华北地区婴童护理行业市场规模

(2) 华北地区婴童护理行业市场现状

(3) 华北地区婴童护理行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区婴童护理行业市场分析

(1) 东北地区婴童护理行业市场规模

(2) 东北地区婴童护理行业市场现状

(3) 东北地区婴童护理行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区婴童护理行业市场分析

(1) 西南地区婴童护理行业市场规模

(2) 西南地区婴童护理行业市场现状

(3) 西南地区婴童护理行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区婴童护理行业市场分析

(1) 西北地区婴童护理行业市场规模

(2) 西北地区婴童护理行业市场现状

(3) 西北地区婴童护理行业市场规模预测

第十一章 婴童护理行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国婴童护理行业发展前景分析与预测

第一节 中国婴童护理行业未来发展前景分析

一、婴童护理行业国内投资环境分析

二、中国婴童护理行业市场机会分析

三、中国婴童护理行业投资增速预测

第二节 中国婴童护理行业未来发展趋势预测

第三节 中国婴童护理行业规模发展预测

一、中国婴童护理行业市场规模预测

二、中国婴童护理行业市场规模增速预测

三、中国婴童护理行业产值规模预测

四、中国婴童护理行业产值增速预测

五、中国婴童护理行业供需情况预测

第四节中国婴童护理行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国婴童护理行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国婴童护理行业进入壁垒分析

- 一、婴童护理行业资金壁垒分析
- 二、婴童护理行业技术壁垒分析
- 三、婴童护理行业人才壁垒分析
- 四、婴童护理行业品牌壁垒分析
- 五、婴童护理行业其他壁垒分析

第二节婴童护理行业风险分析

- 一、婴童护理行业宏观环境风险
- 二、婴童护理行业技术风险
- 三、婴童护理行业竞争风险
- 四、婴童护理行业其他风险

第三节中国婴童护理行业存在的问题

第四节中国婴童护理行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国婴童护理行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国婴童护理行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国婴童护理行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 婴童护理行业营销策略分析

- 一、婴童护理行业产品策略
- 二、婴童护理行业定价策略
- 三、婴童护理行业渠道策略
- 四、婴童护理行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议