

2016-2022年中国婴幼儿护理品产业规模调查与投资 决策分析报告

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《2016-2022年中国婴幼儿护理品产业规模调查与投资决策分析报告》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/fangzhi/238235238235.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国婴幼儿护理品产业规模调查与投资决策分析报告》首先介绍了婴幼儿护理品行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 婴儿护理品行业的相关概述 10

1.1 婴儿用品概述 10

1.1.1 婴儿皮肤的特性 10

1.1.2 婴儿用品的概念 10

1.1.3 婴儿用品的分类 10

1.2 婴儿护理品概述 11

1.2.1 婴儿护理品的概念 11

1.2.2 婴儿护理品的分类 11

1.2.3 婴儿护肤系列概述 12

第二章 2014-2015年世界婴儿护理品行业发展态势分析 13

2.1 2014-2015年世界婴儿护理品发展环境分析 13

2.1.1 2015年世界儿童人口状况分析 13

2.1.2 英国新生儿出生率创新高 15

2.1.3 2015年美国出生率创新低 15

2.1.4 2015年俄罗斯鼓励生育初见成效 16

2.1.5 其他国家鼓励生育的政策 16

2.2 2014-2015年世界婴儿护理品市场发展状况分析 17

2.2.1 世界婴儿护理品市场现状分析 17

2.2.2 世界婴儿护理品原料的选择 18

2.2.3 世界婴儿护理品推陈出新 19

第三章 2014-2015年中国婴儿护理品行业发展环境分析 21

3.1 2014-2015年中国宏观经济环境分析 21

3.1.1 2014-2015年中国GDP增长情况分析 21

3.1.2 2014-2015年中国居民消费价格走势 21

3.1.3 2015年中国居民消费与恩格尔系数分析 22

3.1.4 2015年中国城镇居民人均可支配收入分析 23

3.1.5 2015年中国社会消费品零售总额分析 23

3.2 2014-2015年中国婴儿护理品政策环境分析 24

- 3.2.1 中国婴幼儿化妆品无专门标准 24
- 3.2.2 进一步规范婴幼儿用品安全标准 24
- 3.2.3 婴幼儿日用化妆品应尽快立法 24
- 3.3 2015年中国婴儿护理用品社会环境分析 25
 - 3.3.1 2015年中国人口数量及构成情况 25
 - 3.3.2 2015年中国人口地区分布状况 26
 - 3.3.3 2015年中国儿童人口总体状况 28
 - 3.3.4 2015年中国母婴电子商务B2C 市场分析 30
- 第四章 2014-2015年中国婴儿护理品市场发展分析 33
 - 4.1 2015年中国婴儿护理品市场概况 33
 - 4.1.1 2015年中国婴儿护理品市场规模 33
 - 4.1.2 2015年中国婴儿护理品市场结构 33
 - 4.1.3 2015年中国婴儿护理品市场特点 34
 - 4.1.4 2015年中国婴儿护理品品牌市场份额 35
 - 4.2 2014-2015年中国婴儿护理品行业市场营销分析 36
 - 4.2.1 婴儿护理品直营模式 36
 - 4.2.2 婴儿护理品代理经销商模式 37
 - 4.2.3 婴儿护理品大型综合连锁卖场模式 39
 - 4.2.4 婴儿护理品连锁专卖店模式 39
 - 4.2.5 婴儿护理品网络营销渠道 40
 - 4.3 2014-2015年中国婴儿护理品发展面临的问题和对策 41
 - 4.3.1 婴儿护理品的产品安全问题 41
 - 4.3.2 制定行业标准促进婴儿护理品发展 41
- 第五章 2014-2015年中国婴儿护理细分市场发展分析 42
 - 5.1 2014-2015年中国婴儿护肤用品市场发展分析 42
 - 5.1.1 2015年中国婴儿护肤用品市场规模 42
 - 5.1.2 2015年婴儿护肤用品品牌竞争状况 42
 - 5.2 2014-2015年中国婴儿防晒用品市场发展分析 43
 - 5.2.1 2015年中国婴儿防晒用品市场规模 43
 - 5.2.2 2015年婴儿防晒用品品牌竞争状况 44
 - 5.3 2014-2015年中国婴儿洗护用品市场发展分析 44
 - 5.3.1 2015年中国婴儿洗浴用品市场规模 44
 - 5.3.2 2015年中国婴儿护发用品市场规模 45
 - 5.4 2014-2015年中国婴儿纸尿裤/布市场发展分析 45
 - 5.4.1 婴儿纸尿裤/布概述 45

- 5.4.2 中国婴儿纸尿裤/布市场现状分析 46
- 5.4.3 中国婴儿纸尿裤/布市场竞争分析 47
- 5.5 2015年中国儿童牙膏市场发展分析 48
 - 5.5.1 中国儿童牙齿保健的三个阶段 48
 - 5.5.2 中国儿童牙膏产品同质化严重 49
 - 5.5.3 2015年中国儿童牙膏市场规模 51
- 5.6 2015年中国儿童牙刷市场发展分析 51
 - 5.6.1 中国儿童牙刷市场发展现状 51
 - 5.6.2 2015年中国儿童牙刷市场规模 52
 - 5.6.3 2015年中国儿童牙刷市场份额 52
- 5.7 2014-2015年中国奶嘴市场发展分析 53
- 第六章 2014-2015年中国婴儿护理品品牌和产品消费调研 55
 - 6.1 贝亲婴儿沐浴露消费调研 55
 - 6.1.1 贝亲婴儿沐浴露消费者购买习惯分析 55
 - 6.1.2 贝亲婴儿沐浴露各方面性能分析 57
 - 6.1.3 贝亲婴儿沐浴露优势分析 61
 - 6.2 郁美净高级儿童霜消费调研 61
 - 6.2.1 郁美净高级儿童霜消费者购买习惯分析 62
 - 6.2.2 郁美净高级儿童霜各方面性能分析 64
 - 6.2.3 郁美净高级儿童霜优势分析 68
 - 6.3 雀氏婴儿纸尿裤消费调研 69
 - 6.3.1 雀氏婴儿纸尿裤消费者购买习惯调查 69
 - 6.3.2 雀氏婴儿纸尿裤各方面性能分析 71
 - 6.3.3 雀氏婴儿纸尿裤优势分析 75
- 第七章 2014-2015年婴儿护理品重点企业分析 76
 - 7.1 美国强生 76
 - 7.1.1 公司简介 76
 - 7.1.2 强生(中国)公司主要产品简介 76
 - 7.1.3 2015年强生公司全球经营情况 77
 - 7.1.4 2015年强生婴儿护理品经营状况 79
 - 7.2 日本贝亲 80
 - 7.2.1 企业概况 80
 - 7.2.2 贝亲公司婴儿护理主要产品简介 80
 - 7.2.3 2015年贝亲婴儿护理品经营状况 81
 - 7.3 德国汉高 82

7.3.1	公司简介	82
7.3.2	公司主要产品简介	83
7.3.3	2015年汉高公司全球经营状况	84
7.3.4	2015年汉高婴儿护理品经营状况	87
7.4	天津郁美净集团有限公司	88
7.4.1	公司简介	88
7.4.2	公司婴儿护理主要产品简介	88
7.4.3	2015年公司经营状况分析	89
7.4.4	2015年公司婴儿护理品经营状况	91
7.4.5	天津郁美净集团科技研发创佳绩	91
7.5	上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	91
7.5.1	公司简介	91
7.5.2	公司婴儿护理主要产品简介	92
7.5.3	2015年暖呵公司婴儿护理品经营情况	92
7.5.4	2015年暖呵推出首款母婴无添加护肤品	93
7.6	上海丽婴房婴童用品有限公司	94
7.6.1	公司简介	94
7.6.2	2015年丽婴房婴儿护理品经营情况	95
7.6.3	2015年丽婴房携手努比谋划中国市场	95
7.6.4	丽婴房和好孩子鏖战婴儿护理品市场	96
7.7	苏州德宝婴童用品有限公司	96
7.7.1	公司简介	96
7.7.2	NUK品牌介绍	96
7.7.3	2015年苏州德宝婴儿护理品经营状况	97
7.8	雀氏(中国)日用品有限公司	97
7.8.1	雀氏(中国)公司简介	97
7.8.2	雀氏中国婴幼儿主要产品	97
第八章	2016-2022年中国婴儿护理品市场前景预测分析	99
8.1	2016-2022年中国婴儿护理品发展前景分析	99
8.1.1	中国婴儿护理品逐渐扩大至儿童护理品	99
8.1.2	中国婴儿护理品可延伸至青少年护理品	99
8.1.3	未来中国高级婴儿护理品逐渐走俏市场	100
8.2	2016-2022年中国婴儿护理品市场规模预测	101
8.2.1	2016-2022年中国婴儿护理品市场规模预测	101
8.2.2	2016-2022年中国婴儿护肤用品市场规模预测	101

- 8.2.3 2016-2022年中国婴儿护发用品市场规模预测 102
- 8.2.4 2016-2022年中国婴儿洗浴用品市场规模预测 102
- 8.2.5 2016-2022年中国婴儿防晒用品市场规模预测 103
- 第九章 2016-2022年中国婴儿护理品投资机会及策略分析 104
- 9.1 2016-2022年中国婴儿护理品投资机会分析 104
- 9.1.1 中国婴儿护理品投资前景分析 104
- 9.1.2 婴儿护理品企业市场机会分析 104
- 9.2 2016-2022年中国婴儿护理品行业投资风险分析 105
- 9.2.1 产业政策风险 105
- 9.2.2 经济波动风险 105
- 9.2.3 市场竞争风险 106
- 9.2.4 产品质量风险 106
- 9.3 2016-2022年中国婴儿护理品行业投资策略分析 106
- 9.3.1 中国婴儿护理品市场定位策略 106
- 9.3.2 把握婴儿护理品的发展潮流 107

图表目录

- 图表 1 婴儿用品分类 11
- 图表 2 婴儿护理品分类 11
- 图表 3 2015年世界各国儿童人口排名状况 14
- 图表 4 2013-2015年中国国内生产总值及增长速度 21
- 图表 5 2013-2015年中国CPI指数走势分析 22
- 图表 6 2013-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数 22
- 图表 7 2013-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 23
- 图表 8 2013-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长率 23
- 图表 9 2013-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 24
- 图表 10 2015年中国人口数及其构成情况 25

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/238235238235.html>