

# 中国婴儿用品市场专项调研及盈利空间预测报告 (2012-2016)

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国婴儿用品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》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/139139139139.html>

报告价格：电子版: 7000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

随着20世纪七八十年代独生子女普遍进入适龄生育期，在人文观念、社会事件和巨大的人口基数等多重因素影响下，我国进入又一次持续时间更长的生育高峰期，经历第四波婴儿潮，时间将持续到2015年。这股婴儿潮将全面冲涨起容量巨大的中国婴儿用品产业市场，形成一个0-6岁婴幼儿的衣、食、住、行、育、玩等生活消费品的庞大产业群。

近几年，随着经济水平的不断提高和新生儿数量的增加，婴儿用品的需求量越来越大，品牌不断增多。孕妇及婴儿的健康和护理越来越受社会的关注，对孕妇和婴儿的生活用品的品质要求越来越高。家人及朋友的关心及爱护，使孕婴幼儿用品形成了庞大的消费群体。年轻的父母在选择孩子的衣物、玩具和食物时，通常把安全和质量放在首位，常把一些品牌形象好、价格相对较贵的产品作为首选，这也间接推动了婴儿用品市场朝着健康、高速的方向发展。婴儿用品产业正成为拉动中国GDP增长的动力源泉之一，也是收益丰厚的产业之一。

统计显示，从中国近三年新生儿数量看，2008年至2009年中国0-3岁婴儿有6000万，孕妇数量达2000万，母婴消费迎来黄金时代。而按现有人口推算，中国新生儿高峰期大约出现在2016年，届时将迎来第五轮“婴儿潮”，预计市场销售额将达1万亿元。换言之，持续增长的消费群，加上新的消费意识、育儿理念带来的消费提升，将促成中国婴儿用品市场迎来20年的牛市。

中国报告网发布的《中国婴儿用品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》共九章。首先介绍了中国婴儿用品行业的概念，接着分析了中国婴儿用品行业发展环境，然后对中国婴儿用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴儿用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴儿用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 报告目录

#### 第一章 宏观环境分析

##### 第一节 国际人口生育状况

- 一、世界人口增长趋势分析
- 二、俄罗斯出生人口发展情况
- 三、美国人口出生率发展情况
- 四、2011年法国人口出生情况
- 五、2011年英国人口出生情况
- 六、2011年德国人口出生状况

## 七、2011年日本人口出生情况

### 第二节 中国人口出生率情况

#### 一、中国人口出生率发展情况

#### 二、中国的第四次生育高峰

#### 三、2011年中国人口出生率

#### 四、2012年迎来龙年生育高峰

### 第三节 中国人口增长及结构分析

#### 一、人口总量及人口结构

#### 二、中国人口发展取得的成就

#### 三、中国人口发展面临的挑战

### 第四节 计划生育政策发展形势

#### 一、中国计划生育政策发展回顾

#### 二、计划生育政策对中国的贡献

#### 三、计划生育政策成为新的议点

#### 四、2011年全国人口和计划生育事业发展公报

### 第五节 中国居民收入及宏观经济发展情况

#### 一、中国城镇居民收入增长情况

#### 二、中国居民收入分配问题分析

#### 三、2011年中国宏观经济运行分析

#### 四、2012年经济运行形势分析及展望

#### 五、2012-2015年中国经济发展预测

## 第二章 婴儿用品行业分析

### 第一节 国际婴儿用品市场分析

#### 一、全球婴儿用品市场安全问题

#### 二、美国婴儿用品市场分析

#### 三、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 中国婴儿用品发展分析

#### 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

#### 二、中国婴儿用品市场基本状况

#### 三、2012年中国婴儿用品细分市场分析

#### 四、2012年中国婴儿用品网上市场分析

#### 五、2012年私募股权投资看好中国婴儿用品行业

### 第三节 部分城市婴儿用品市场

## 一、上海婴儿用品市场发展分析

## 二、北京婴儿用品市场发展分析

## 三、成都婴儿用品市场发展概况

## 四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

### 第四节 婴儿用品消费者购买行为分析

#### 一、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征

#### 二、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

#### 三、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

#### 四、对婴儿用品经营的启发

### 第五节 婴儿用品终端市场营销分析

#### 一、婴儿用品的不同销售模式

#### 二、婴儿用品店的五大误区

#### 三、婴儿用品店生存法则

#### 四、婴儿用品店营销策略

## 第三章 婴幼儿奶粉市场分析

### 第一节 婴幼儿奶粉概述

#### 一、婴幼儿奶粉营养成分

#### 二、婴幼儿配方奶粉的分类

#### 三、婴儿奶粉技术发展进程

### 第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况

#### 一、中国婴儿奶粉总市场规模

#### 二、中国婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代

#### 三、中国婴幼儿奶粉市场步入高质量时代

#### 四、2012年奶粉市场受惠龙年婴儿潮

#### 五、2012年婴幼儿奶粉市场涨价情况分析

#### 六、奶粉市场需回归良性发展

#### 七、2012年9月起婴幼儿食品禁添加牛初乳

### 第三节 婴幼儿配方奶粉剖析

#### 一、婴幼儿配方奶粉的定义

#### 二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义

#### 三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征

#### 四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法

#### 五、2011年全国婴幼儿配方奶粉市场占有率

#### 六、2012年婴幼儿配方奶粉产量增幅预计

#### 七、2015年婴幼儿配方奶粉市场销售预计

## 八、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

### 第四节 婴幼儿奶粉市场竞争分析

- 一、婴幼儿奶粉竞争现状
- 二、2012年中国奶粉市场竞争升级
- 三、2012年外资在华抢建奶源基地
- 四、2012年洋奶粉冲击国内婴幼儿奶粉市场
- 五、中国婴儿奶粉行业市场竞争趋势分析

### 第五节 婴幼儿奶粉中的4P营销分析

- 一、产品开发是第一要素
- 二、价格和价值的审视
- 三、营销渠道是一大关键点
- 四、促销手段扩大知名度
- 五、需求才是营销的中心
- 六、奶粉新营销组合因素产生和发展

## 第四章 婴儿纸尿裤市场

### 第一节 概述

- 一、定义及结构设计
- 二、不同品牌纸尿裤的特点
- 三、纸尿裤和纸尿片的主要区别

### 第二节 纸尿裤市场发展态势

- 一、中国纸尿裤市场的发展现状
- 二、中国纸尿裤市场商机无限
- 三、中国纸尿裤消费市场分析
- 四、发展中国家纸尿裤市场发展潜力大

### 第三节 中国纸尿裤发展分析

- 一、拥有技术优势国外品牌占据大部分市场
- 二、研发能力较弱国内企业缺乏专利成软肋
- 三、中国纸尿裤企业发展策略

## 第五章 其它婴儿用品市场

### 第一节 奶瓶

- 一、中国新型电子显温奶瓶市场概述
- 二、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠
- 三、PES材质奶瓶市场前景可期
- 四、2011年禁止使用双酚A奶瓶

### 第二节 童车市场

- 一、中国童车业企业的生存现状
- 二、中国童车行业的发展策略分析
- 三、中国童车行业的发展趋势分析
- 四、婴儿推车的设计特点及分类选择
- 五、婴儿学步车的利弊辨析

### 第三节 婴儿食品

- 一、婴儿的营养需求
- 二、婴儿辅助食品市场有金可挖
- 三、婴儿营养食品蛋白质含量偏高
- 四、中国婴儿食品须标注营养成分

### 第四节 其他类

- 一、婴儿浴室市场空间大
- 二、婴儿泳疗介绍
- 三、婴儿枕头的学问
- 四、中国婴儿纪念品市场前景广阔
- 五、婴幼儿小家电市场
- 六、婴儿湿巾市场规模

## 第六章 国外重点企业分析

### 第一节 美赞臣

- 一、公司简介
- 二、美赞臣实施全程安全管理
- 三、2012年美赞臣加码中国市场
- 四、2012年美赞臣经营状况分析

### 第二节 多美滋

- 一、公司简介
- 二、多美滋的优势
- 三、多美滋中国发展分析
- 四、2012年多美滋首推创新“优阶”配方奶粉

### 第三节 雀巢

- 一、雀巢集团简介
- 二、雀巢企业的发展史
- 三、雀巢的模块组合营销经营优势
- 四、2011年雀巢经营状况分析
- 五、2012年雀巢收购惠氏
- 六、2012年中国成为雀巢的重要市场

#### 第四节 强生

- 一、公司简介
- 二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象
- 三、解析强生公司网络营销策略
- 四、2012年强生经营状况分析

#### 第五节 宝洁

- 一、公司简介
- 二、2012年宝洁经营状况分析
- 三、2012年宝洁日化品牌营销活动研究分析

#### 第六节 金佰利

- 一、公司简介
- 二、金佰利婴儿产品创新发展提升市场亲和力
- 三、2011年金佰利经营状况分析
- 四、2012年金佰利经营状况分析
- 五、2012年金佰利推进亚太区市场发展
- 六、2012年金佰利将深耕中国市场

#### 第七章 国内重点企业分析

##### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011年伊利股份经营状况分析
- 三、2012年伊利股份经营状况分析
- 四、2007-2012年企业财务数据分析
- 五、2012年伊利股份发展展望及战略
- 六、伊利婴幼儿市场发展分析

##### 第二节 杭州贝因美集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、贝因美公司的优势
- 三、2011年贝因美经营状况分析
- 四、2012年贝因美经营状况分析
- 五、2007-2012年企业财务数据分析
- 六、2012年贝因美发展展望及战略

##### 第三节 雅士利

- 一、公司简介
- 二、2011年雅士利经营状况分析
- 三、2007-2011年企业财务数据分析



#### 四、2012年雅士利荣获2012“中国消费市场最具影响力品牌”

##### 第四节 好孩子

- 一、公司简介
- 二、2011年好孩子经营状况分析
- 三、2007-2011年企业财务数据分析
- 四、2012年好孩子经营状况分析
- 五、2012年好孩子发展策略分析
- 六、2012年“好孩子”在全球树立中国标准

##### 第五节 恒安集团

- 一、公司简介
- 二、2011年恒安国际经营状况分析
- 三、2007-2011年企业财务数据分析
- 四、2011年恒安国际生活用纸业务分析
- 五、2012年恒安国际发展展望及战略
- 六、恒安集团升级策略
- 七、2012年恒安集团创新变革成就

##### 第六节 立志美丽

- 一、公司简介
- 二、宝宝金水实现民族品牌的市场突围
- 三、宝宝金水的市场营销策略
- 四、宝宝金水品牌延伸的失误

#### 第八章 政策法规

##### 第一节 政策解读

- 一、国家实行婴幼儿奶粉召回退市制
- 二、《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布
- 三、中国婴幼儿配方食品国家标准将较大程度修改
- 四、婴儿睡眠用品输欧须符合安全新标准
- 五、卫生部办公厅关于牛初乳产品适用标准问题的复函

##### 第二节 相关法规介绍

- 一、乳品质量监督管理条例（2008）
- 二、婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定（2008）
- 三、婴儿配方乳粉生产许可证审查细则
- 四、GB10765-1989婴儿食品婴儿配方乳粉I
- 五、GB10766-1989婴儿食品婴儿配方乳粉II
- 六、纸尿裤片垫行业标准

## 第九章 婴儿用品行业趋势前景分析

### 第一节 中国婴儿用品行业前景展望

- 一、中国婴儿用品市场潜力巨大
- 二、中国婴儿用品市场前景广阔
- 三、中国婴儿用品市场将迎来新一轮“淘金潮”
- 四、2015年中国婴幼儿服饰市场预测

### 第二节 婴儿用品及经营方式发展趋势

- 一、婴儿用品市场四大发展趋势
- 二、婴儿用品行业发展趋势
- 三、孕婴用品店经营趋势

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/139139139139.html>