

中国幼儿护理行业盈利现状调查与企业发展战略 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《中国幼儿护理行业盈利现状调查与企业发展战略分析报告》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/diaochang/229615229615.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

随着经济的高速发展，新生代父母消费观正逐渐转变，在孩子保健护理方面的投入越显阔绰。最新数据显示，2012年中国0至12岁的婴童护理用品市场总规模约为127亿元。近几年，婴童护理用品市场年复合增长率将保持17.2%左右的高速增长，到2015年可能会达到206亿元的规模。未来，中国将成为全球最大的孕婴童消费市场，幼儿护理加盟产业也将成为国民经济支柱型产业。

毫无疑问，没有比这一产业更加的诱人。根据最新一次人口普查的统计，中国0至14岁人口已经达到2.2亿，而且又将迎来新一轮的人口出生高峰，消费群体的数量将不断增长。对于婴童行业而言，品牌建设一直被企业视为争夺市场的重要拼图，而婴童行业因其特殊的消费人群，其品牌推广模式也存在着极大的不同。各大婴童品牌都在不断创新自己的品牌推广模式，大打民族文化、情感关怀、社会公益等模式。以青蛙王子为例，动漫与公益相结合的品牌推广模式为他们获得了良好的市场口碑与社会形象。

真正的营销就是卖品牌，而营销的根本则在于品质。针对现阶段行业的发展，需要多元化的渠道建设。可以尝试逐渐推行跨界营销，如文化创意及数字营销等方式，拓展渠道的差异化。一个品牌的渠道成功了，它的品牌就成功了。目前为止，商超仍然是最大的销售渠道。此外，电商对实体店的冲击是必然的，甚至会影响到厂商与经销商之间的关系。但如果要进行细分推广的方式，电商与实体店却有很大的差别。厂商可以针对这些特性，发展差异化推广模式，即持续思考革新实体店，又创新发展电商渠道，使两者有效地区隔开来。

三线城市目前新兴的销售渠道是母婴店和育婴店，门店数量与商超对比，约为1:20。但门店店主自身经营能力普遍欠佳的问题，深深地制约着这一新兴渠道的发展。要建设发展好此部分的渠道，需要建立品牌商与渠道商互利互助的合作模式，未来幼儿护理行业市场发展前景好。

中国报告网发布的《中国幼儿护理行业盈利现状调查与企业发展战略分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

【报告目录】

第一章 幼儿护理行业的相关概述

第一节 幼儿护理的概念

第二节 新生幼儿护理

第三节 晚期幼儿护理

第二章幼儿的生长发育

第一节幼儿的生理特点

第二节幼儿的体格发育特点

一、大脑发育特点

二、身高发展特点

三、视力发育特点

四、体重发育特点

五、头颅发育特点

六、孩子的牙齿发育特点

第三节婴幼儿的体格发育测量

一、体重增长计算

二、身高增长计算

三、婴幼儿生长发育量表

第三章幼儿的季节护理

第一节幼儿春季护理

一、宝宝春季穿衣经

二、宝宝春季饮食经

三、春季宝宝居住经

四、宝宝春季活动经

第二节幼儿夏季护理

第三节幼儿秋季护理

一、适时增减衣物

二、注重居室环境

三、注意预防感冒

四、呵护皮肤和黏膜

五、补充足够水分

六、注意饮食安排

第四节幼儿冬季护理

一、冬季宝宝穿衣原则

二、冬季饮食与烹饪

三、保暖与室内湿度

四、冬季户外活动

五、如何预防冬季抑郁

第四章2014-2015年世界幼儿护理行业发展环境分析

第一节2014-2015年世界儿童人口状况分析

第二节英国新生儿出生率创新高

第三节美国出生率创新低

第四节俄罗斯鼓励生育的成效

第五节其他国家鼓励生育的政策

第五章2014-2015年中国幼儿护理行业发展环境分析

第一节2014-2015年中国宏观经济环境分析

一、2014-2015年中国GDP增长情况分析

二、2014-2015年中国居民消费格走势

三、全国居民收入情况解读

四、2013-2015年恩格尔系数分析

五、2014-2015年中国社会消费品零售总额分析

第二节2014-2015年中国幼儿护理社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第三节2014-2015年中国幼儿护理政策环境分析

一、我国儿童护肤品政策现状

二、首个儿童化妆品标准研究基地落户漳州

三、中国儿童化妆品安全监管制度，逐渐走向规范化、

第六章2014-2015年中国幼儿护理市场发展分析

第一节2014-2015年中国幼儿护理市场概况

一、2014-2015年中国幼儿护理市场规模

二、2014-2015年中国幼儿护理市场结构

三、2014-2015年中国幼儿护理市场特点

四、2014-2015年中国幼儿护理品牌市场份额

五、婴幼儿食品的消费群体

第二节2014-2015年中国幼儿护理行业市场模式分析

第三节2014-2015年中国幼儿护理发展面临的问题和对策

第七章2013-2014幼儿护理市场竞争格局

第一节幼儿食品市场竞争状况分析

一、婴幼儿奶粉行业竞争格局持续改善

二、婴幼儿食品新国标有望改变市场竞争态势

三、竞争格局

第二节幼儿护理品竞争状况分析

第三节 幼儿护理行业竞争状况分析

第八章 2014-2015年中国幼儿护理相关行业市场发展分析

第一节 2014-2015年中国婴儿护肤用品市场发展分析

一、2014-2015年婴儿护肤用品品牌竞争状况

二、婴儿护肤用品未来市场发展现状

第二节 2014-2015年中国婴儿洗护用品市场发展分析

第三节 2014-2015年中国婴儿纸尿裤/布市场发展分析

一、婴儿纸尿裤/布概述

二、中国婴儿纸尿裤/布市场现状分析

三、中国婴儿纸尿裤/布市场竞争分析

第四节 2014-2015年中国儿童牙膏市场发展分析

一、中国儿童牙齿保健的阶段

二、中国儿童牙膏产品分析

三、2014-2015年中国儿童牙膏市场竞争分析

第五节 2014-2015年中国儿童牙刷市场发展分析

第九章 2014-2015年中国幼儿护理品牌和幼儿护理消费调研

第一节 贝亲婴儿沐浴露消费调研

一、贝亲婴儿沐浴露消费者购买习惯分析

二、贝亲婴儿沐浴露各方面性能分析

三、贝亲婴儿沐浴露优势分析

第二节 郁美净高级儿童霜

一、郁美净高级儿童霜消费者购买习惯分析

二、郁美净高级儿童霜各方面性能分析

三、郁美净高级儿童霜优势分析

第三节 雀氏婴儿纸尿裤消费调研

一、雀氏婴儿纸尿裤消费者购买习惯调查

二、雀氏婴儿纸尿裤各方面性能分析

三、雀氏婴儿纸尿裤优势分析

第四节 美赞臣安婴儿A+1段消费调研

一、美赞臣安婴儿A+1段消费者购买习惯调查

二、美赞臣安婴儿A+1段各方面性能分析

三、美赞臣安婴儿A+1段优势分析

第十章 幼儿护理品重点企业分析

第一节 美国强生

一、公司简介

二、强生(中国)公司主要产品简介

三、近三年强生公司全球经营情况

四、强生幼儿护理经营状况

第二节日本贝亲

一、公司简介

二、日本贝亲公司主要产品简介

三、近三年贝亲公司全球经营情况

第三节德国汉高

一、公司简介

二、德国汉高公司主要产品简介

三、近三年德国汉高公司全球经营情况

四、德国汉高幼儿护理经营状况

五、未来发展战略

第四节天津郁美净集团有限公司

一、公司简介

二、天津郁美净集团有限公司主要产品简介

三、近三年天津郁美净集团有限公司经营情况

第五节上海丽婴房婴童用品有限公司

第十一章中国婴儿食品行业知名品牌企业竞争力分析

第一节北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业主要经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成长能力分析

第二节浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、简介

二、经营分析

三、主要经济指标

四、企业盈利能力

五、企业偿债能力

六、企业经营能力

七、企业成长能力

第三节雅培

- 一、企业概况
- 二、企业主要产品分析
- 三、近3年企业经营情况

第四节雅士利集团

- 一、企业概况
- 二、企业主要经营产品
- 三、近3年企业经营分析
- 四、企业发展战略

第五节广州市合生元生物制品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经营产品分析
- 三、近3年企业经营情况

第十二章幼儿护理重点企业分析

第一节爱帝宫现代母婴健康管理有限公司

- 一、公司简介
- 二、企业荣誉
- 三、专业团队
- 四、爱帝宫环境

第二节山东省妇幼保健所儿童保健中心

第三节北京安恩宝国际教育咨询有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、公司幼儿护理经营状况

第四节锦月皇廷国际月子会所

- 一、公司简介
- 二、公司主要产品服务简介
- 三、公司幼儿护理经营状况

第五节安恩贝公司

- 一、公司简介
- 二、公司幼儿护理经营状况
- 三、公司投资优势

第十三章2016-2022年中国幼儿护理市场现状分析

第一节2016-2022年中国幼儿护理发展前景分析

- 一、中国幼儿护理品发展前景

二、中国幼儿食品发展前景

三、中国幼儿护理行业发展前景

第二节2016-2022年中国幼儿护理市场规模预测

一、中国幼儿护理品市场规模预测

二、中国幼儿食品市场规模预测

第十四章2016-2022年中国幼儿护理投.资机会及策略分析

第一节2016-2022年中国幼儿护理投.资机会分析

第二节2016-2022年中国幼儿护理行业投.资风险分析

一、产业政策风险

二、经济波动风险

三、市场竞争风险

四、财务风险

五、经营风险

六、技术风险及防范

七、金融风险及防范

八、贸易风险及防范

第二节2016-2022年中国幼儿护理行业投.资战略分析

一、中国幼儿护理市场定位策略

二、儿童护理品营销攻略浅析

第十五章2016-2022年中国幼儿护理行业投.资战略分析

第一节2016-2022年中国幼儿护理行业投.资策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

第二节2016-2022年中国幼儿护理行业品牌战略

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

图表详见正.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/229615229615.html>