

# 2016-2022年中国婴儿用品 市场研究与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国婴儿用品市场研究与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/998477EOT3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

婴儿用品是给0-1岁婴儿这类特殊群体提供的专业健康产品。特殊的体质特殊的生理心理需求，对婴儿用品都提出了极高的要求。因此对婴儿用品的选择，要求十分严格。

婴儿处于不同时期具有不同的特性，各类器官在不断发育和完善中，所以在需要选用不同类型的玩具来启发婴儿的器官发育，针对性刺激相应感官的成长。

城镇婴幼儿人群是品牌婴幼儿产品的主要消费者，据国家统计局公布的各年《国民经济和社会发展统计公报》显示，2008年至2012年我国每年新生婴儿约1,600万。据预测，随着我国城市化率的进一步提升，以及2014年我国政府对于单独二胎政策的放开，未来几年中国城镇0-1岁婴儿数量会保持一定增长速度。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国婴儿用品市场研究与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了婴儿用品行业市场发展环境、婴儿用品整体运行态势等，接着分析了婴儿用品行业市场运行的现状，然后介绍了婴儿用品市场竞争格局。随后，报告对婴儿用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴儿用品行业发展趋势与投资预测。您若想对婴儿用品产业有个系统的了解或者想投资婴儿用品行业，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。

报告目录：

第一部分 行业发展分析

第一章 宏观环境分析 1

第一节 国际人口生育状况 1

一、世界人口增长趋势分析 1

二、俄罗斯出生人口发展情况 1

三、美国人口出生率发展情况 2

四、2016年法国人口出生情况 2

五、2016年英国人口出生情况 3

六、2016年德国人口出生状况 3

七、2016年日本人口出生情况 4

第二节 中国人口出生率情况	4
一、中国人口出生率发展情况	4
二、中国的第四次生育高峰	8
三、中国人口出生率和生育率的地区差别	11
第三节 中国人口增长及结构分析	13
一、人口总量及人口结构	13
二、中国人口发展取得的成就	17
三、中国人口发展面临的挑战	18
第四节 计划生育政策发展形势	19
一、中国计划生育政策发展回顾	19
二、计划生育政策对中国的贡献	23
三、计划生育政策成为新的议点	24
四、国际背景下的计划生育政策调整	25
第五节 中国居民收入及宏观经济发展情况	29
一、中国城镇居民收入增长情况	29
二、中国居民收入分配问题分析	29
三、2016年我国宏观经济运行指标分析	34
四、2016年中国经济形势及政策走势分析	47

## 第二章 婴儿用品行业分析 54

第一节 国际婴儿用品市场分析	54
一、全球婴儿用品市场安全问题	54
二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代	55
三、加拿大对婴儿用品市场的监管	56
四、欧盟婴儿护理用品市场浅析	57
五、中东婴儿用品市场分析	59
第二节 中国婴儿用品发展分析	61
一、婴儿用品行业所处阶段及其特性	61
二、中国婴儿用品市场基本状况	61
三、中国婴儿用品市场细分明确	67
第三节 部分城市婴儿用品市场	69
一、上海婴儿用品市场发展分析	69

- 二、北京婴儿用品市场发展分析 74
- 三、成都婴儿用品市场发展概况 74
- 四、临沂市婴儿用品市场发展迅速 75
- 第四节 婴儿用品消费者购买行为分析 75
  - 一、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征 75
  - 二、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯 79
  - 三、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性 79
  - 四、对婴儿用品经营的启发 81
- 第五节 婴儿用品终端市场营销分析 84
  - 一、婴儿用品的不同销售模式 84
  - 二、婴儿用品店的五大误区 86
  - 三、婴儿用品店生存法则 87
  - 四、婴儿用品店营销策略 88

## 第二部分 细分行业分析

### 第三章 婴幼儿奶粉市场分析 89

#### 第一节 婴幼儿奶粉概述 89

- 一、婴幼儿奶粉营养成分 89
- 二、婴幼儿配方奶粉的分类 98
- 三、婴儿奶粉技术发展进程 99

#### 第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况 101

- 一、中国婴幼儿奶粉市场回顾 101
- 二、中国婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代 104
- 三、中国婴幼儿奶粉市场步入高质量时代 105
- 四、中国饮料巨头抢占婴幼儿奶粉市场 107

#### 第三节 婴幼儿配方奶粉剖析 108

- 一、婴幼儿配方奶粉的定义 108
- 二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义 109
- 三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征 111
- 四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法 111
- 五、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略 113

#### 第四节 婴幼儿奶粉市场竞争分析 114

- 一、婴幼儿奶粉不正当竞争现象 114
- 二、婴幼儿奶粉竞争掀起狂潮 117
- 三、洋奶粉冲击国内婴幼儿奶粉市场 118
- 四、国内婴幼儿奶粉市场竞争激烈 119
- 五、中国婴儿奶粉行业市场竞争趋势分析 120
- 第五节 婴幼儿奶粉中的4P营销分析 121
  - 一、产品开发是第一要素 122
  - 二、价格和价值的审视 123
  - 三、营销渠道是一大关键点 124
  - 四、促销手段扩大知名度 125
  - 五、需求才是营销的中心 125
  - 六、奶粉新营销组合因素产生和发展 126

#### 第四章 婴儿纸尿裤市场 127

##### 第一节 概述 127

- 一、定义及结构设计 127
- 二、不同品牌纸尿裤的特点 127
- 三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 128
- 第二节 纸尿裤市场发展态势 129
  - 一、中国纸尿裤市场的发展现状 129
  - 二、中国纸尿裤市场商机无限 130
  - 三、中国纸尿裤消费市场分析 132
  - 四、发展中国家纸尿裤市场发展潜力大 134

##### 第三节 中国纸尿裤发展分析 134

- 一、中国纸尿裤质量问题的原因 134
- 二、中国纸尿裤品牌建设前途光明 135
- 三、中国纸尿裤行业启动绿色战略 140

#### 第五章 其它婴儿用品市场 142

##### 第一节 奶瓶 142

- 一、中国新型电子显温奶瓶市场概述 142
- 二、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠 143

- 三、PES材质奶瓶市场前景可期 144
- 四、加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶 145
- 第二节 童车市场 146
  - 一、中国童车业企业的生存现状 146
  - 二、中国童车行业的发展策略分析 147
  - 三、中国童车行业的发展趋势分析 149
  - 四、婴儿推车的设计特点及分类选择 151
  - 五、婴儿学步车的利弊辨析 153
- 第三节 婴儿食品 154
  - 一、婴儿的营养需求 154
  - 二、婴儿辅助食品市场有金可挖 158
  - 三、婴儿营养食品蛋白质含量偏高 161
  - 四、中国婴儿食品须标注营养成分 162
- 第四节 其他类 163
  - 一、婴儿浴室市场空间大 163
  - 二、婴儿泳疗介绍 163
  - 三、婴儿枕头的学问 164
  - 四、中国婴儿纪念品市场前景广阔 166

### 第三部分 重点企业分析

#### 第六章 国外重点企业分析 168

##### 第一节 美赞臣 168

- 一、公司简介 168
- 二、美赞臣实施全程安全管理 169
- 三、美赞臣领军脑部发育奶粉发展 170
- 四、美赞臣脱离百时美施贵宝 171

##### 第二节 多美滋 172

- 一、公司简介 172
- 二、多美滋的优势 172
- 三、多美滋进攻中国中端奶粉市场 173
- 四、多美滋贝乐嘉中国上市 174

##### 第三节 雀巢 174

- 一、雀巢集团简介 174
- 二、雀巢企业的发展史 175
- 三、雀巢的模块组合营销经营优势 176
- 四、雀巢成长奶粉抢占中国市场 179
- 第四节 强生 180
  - 一、公司简介 180
  - 二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象 180
  - 三、解析强生公司网络营销策略 182
  - 四、2016年强生婴儿护肤柔湿巾调研 186
- 第五节 宝洁 188
  - 一、公司简介 188
  - 二、宝洁公司以网络带动开放式创新 189
  - 三、宝洁公司以消费者为本建立创新模式 190
- 第六节 金佰利 192
  - 一、公司简介 192
  - 二、金佰利婴儿产品创新发展提升市场亲和力 192
  - 三、金佰利仍看好中国“婴儿潮” 194
  
- 第七章 国内重点企业分析 196
  - 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 196
    - 一、公司简介 196
    - 二、2014-2016年伊利股份经营状况分析 198
    - 三、2014-2016年企业财务数据分析 199
    - 四、伊利牛奶开启2016年乳业新格局 202
    - 五、伊利为中国婴幼儿而创新 204
  - 第二节 杭州贝因美集团有限公司 206
    - 一、公司简介 206
    - 二、贝因美公司的优势 206
    - 三、贝因美公司的市场机会点 207
    - 四、贝因美公司的营销策略 207
  - 第三节 雅士利 208
    - 一、公司简介 208



二、雅士利全力做好高品质的售后服务 209

三、雅士利以质量打造品牌 210

四、解析雅士利优怡系列的成功之道 212

第四节 好孩子 214

一、公司简介 214

二、好孩子集团进军儿童零售业 215

三、好孩子集团童车品牌的建设 219

四、好孩子集团凭新产品拓展市场 220

第五节 恒安集团 221

一、公司简介 221

二、恒安集团引领中国纸尿裤产业发展 222

三、恒安集团的竞争策略分析 224

四、恒安集团在金融危机中改革谋发展 226

第六节 立志美丽 227

一、公司简介 227

二、宝宝金水实现民族品牌的市场突围 227

三、宝宝金水的市场营销策略 229

四、宝宝金水产品延伸的失误 230

第四部分 行业前景与政策法规

第八章 婴儿用品行业趋势前景分析 232

第一节 中国婴儿用品行业前景展望 232

一、中国婴儿用品市场潜力巨大 232

二、中国婴儿用品市场前景广阔 236

三、中国婴儿用品市场将迎来新一轮“淘金潮” 237

第二节 婴儿用品及经营方式发展趋势 240

一、婴儿用品市场四大发展趋势 240

二、婴儿用品行业发展趋势 240

三、孕婴用品店经营趋势 244

第九章 政策法规 245 (ZY GXH)

第一节 政策解读 245

- 一、国家实行婴幼儿奶粉召回退市制 245
- 二、《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布 245
- 三、中国婴幼儿配方食品国家标准将较大程度修改 246
- 四、婴儿睡眠用品输欧须符合安全新标准 247
- 第二节 相关法规介绍 248
  - 一、乳品质量监督管理条例（2015） 248
  - 二、婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定（2015） 260
  - 三、婴儿配方乳粉生产许可证审查细则 260
  - 四、GB10765-1989婴儿食品婴儿配方乳粉I 267
  - 五、GB10766-1989婴儿食品婴儿配方乳粉II 279
  - 六、纸尿裤片垫行业标准 291（ZY GXH）

图表目录：

- 图表：1949-2015年中国人口数据（1） 7
- 图表：1949-2015年中国人口数据（2） 8
- 图表：中国人口年龄结构变化 16
- 图表：年龄结构类型划分标准 16
- 图表：1998年&mdash;2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%） 40
- 图表：2005年&mdash;2016年工业增加值月度同比增长率（%） 41
- 图表：2005年&mdash;2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 42
- 图表：2005年&mdash;2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 43
- 图表：2005年&mdash;2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 44
- 图表：2005年&mdash;2016年居民消费价格指数（上年同月=100） 45
- 图表：2005年&mdash;2016年工业品出厂价格指数（上年同月=100） 45
- 图表：2005年&mdash;2016年货币供应量月度同比增长率（%） 47
- 图表：婴儿用品专卖店优劣势分析 76
- 图表：婴儿用品的购物规律 83
- 图表：对纸尿裤市场评价 132
- 图表：对纸尿裤市场评价家庭收入差异 133
- 图表：对纸尿裤市场评价城市规模差异 133
- 图表：婴儿枕头学问核心提示 164
- 图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标 199

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债表 199

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量表 200

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润构成与盈利能力表 200

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司简要财务指标表 201

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标表 202

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营与发展能力表 202

图表：企业生产婴幼儿配方乳粉产品必备的生产设备 262

图表：婴幼儿配方乳粉的产品标准及相关规定 263

图表：婴幼儿配方乳粉产品的原辅材料标准 264

图表：企业必备的出厂检验设备 264

图表：婴幼儿配方乳粉质量检验项目表 265

图表：感官要求 269

图表：理化指标要求 269

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/998477EOT3.html>