

# 2017-2022年中国母婴用品 市场分析预测及战略咨询报告

## 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

《2017-2022年中国母婴用品市场分析预测及战略咨询报告》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/D04382ZGJV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

新时代年轻父母消费能力的增强和育儿观念的改变，以及中国二胎政策全面放开等利好因素，母婴市场已然成为时下热点。母婴市场包括孕妇产品、婴童产品、孕妇服务、婴童服务四大类。

### 母婴市场主要分类

中国母婴市场于2009年前发展起步，2010年以来一直呈爆发式增长态势，整体市场规模由2011年的1.1万亿元增长至2015年的1.9万亿元，年均增长率超过14%。其中，婴儿产品及服务占据了整体市场的大半壁江山，二者之和占比超过90%。

### 2011-2015年中国母婴市场规模统计

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国母婴用品市场分析预测及战略咨询报告》共十六章。首先介绍了母婴用品相关概念及发展环境，接着分析了中国母婴用品规模及消费需求，然后对中国母婴用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国母婴用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国母婴用品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：

#### 第一部分 母婴用品产业运行整体运行态势

#### 第一章 母婴用品产业相关概述

#### 第一节 母婴用品概况

##### 一、妈妈用品

##### 二、宝宝日常用品

##### 三、宝宝衣物

#### 第二节 母婴用品其他知识

##### 一、奶瓶和奶嘴种类

##### 二、纸尿裤和传统尿片对比分析

三、国内排名前五位的纸尿裤品牌

四、宝宝护肤品的选择与使用

## 第二章 2016年中国母婴用品产业运行环境分析

### 第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2016年中国母婴用品产业政策环境分析

一、中华人民共和国母婴保健法

二、城市儿童保健工作要求

三、农村儿童保健工作要求

### 第三节 中国人口出生率情况

一、中国人口出生率和生育率的地区差别

二、中国人口出生率呈持续下降趋势

三、中国的第四次生育高峰

### 第四节 中国人口增长及结构分析

一、人口总量及人口结构

二、中国新生儿母乳喂养率

三、人们生活节奏加快

## 第三章 2016年中国母婴用品市场发展新形势分析

### 第一节 2016年中国母婴用品市场发展状况

一、中国母婴用品市场发展特点分析

当前，母婴市场消费者的消费习惯正在发生变化，更加注重产品的品质、专业化及个性化。

罗贝格调研显示，在做出购买决策时，母婴童产品消费者所关注的最主要因素是产品品质，其次是服务，对价格的敏感性较低。由此可见，中国消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付更高溢价；同时，我国人均可支配收入持续提高，

“十三五”（2017-2022年）期间年均GDP增长预计高于6.5%；在这些因素驱动之下，消费者将

不断增加在母婴童领域的消费。

从母婴童市场销售渠道来看，线上渠道占比虽然增长迅速，但整体份额仍不敌线下渠道。线下渠道仍将是母婴童产品市场的主要销售渠道：消费者购买母婴童产品时，对于渠道可信度的要求较高，同时更加关注产品质量，这使得线上难以在短期内取代线下成为主流渠道；另一方面，线下专业母婴零售渠道，如母婴专卖店，凭借在专业化的产品及服务等方面的优势，占比不断上升。

2011-2015年中国线上与线下母婴市场规模

母婴市场线下渠道主要包括母婴专卖店的（包括购物中心/百货中心的母婴店）、购物中心/百货中心的非母婴渠道、超市及其他渠道。由于服装产品主要在母婴专卖店渠道以外销售。

母婴童市场线下渠道结构

2017-2022年中国母婴线下专卖店市场份额预计

二、萧山母婴用品市场或将面临洗牌

三、惠州母婴用品市场分析

第二节 2016年中国母婴用品市场运行态势分析

一、婴幼儿用品市场分析

二、中国母婴产品市场商机分析

三、婴幼儿用品价格分析

第三节 2016年中国部分城市母婴用品市场情况

一、北京市

二、上海市

三、深圳市

第二部分 母婴用品细分市场深度剖析

第四章 2016年中国婴儿服装鞋帽市场发展分析

第一节 2016年中国婴儿服装鞋帽行业发展综述

一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾

二、中国婴儿服装鞋帽标准已达国际先进水平

三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析

第二节 2016年婴儿服装鞋帽市场运行综述

一、婴儿服装鞋帽市场特点分析

二、婴儿服装鞋帽市场规模分析

三、儿童家纺市场缺口依然存在

第三节 2016年中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析

一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进

二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展

三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂

第四节 2016年中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题

一、婴儿服装鞋帽成人化趋势明显

二、婴儿服装鞋帽价格偏贵

三、国产婴儿服装鞋帽“无牌”设计

四、批发市场婴儿服装鞋帽质量堪忧

五、婴儿服装鞋帽市场的“重女轻男”现象

第五章 2016年中国婴儿玩具市场运行态势分析

第一节 2016年中国婴儿玩具市场动态分析

一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析

二、“婴儿潮”引爆“淘金潮”；市场规模

第二节 2016年中国玩具产业运行总况

一、国内玩具市场年增长速度快

二、中国玩具市场亟待深耕细作

三、中国玩具市场期待建设大型零售连锁

第三节 2016年中国婴儿玩具市场分析

一、国内婴儿玩具市场特点分析

二、中国婴儿玩具市场的需求规模

三、国内婴儿玩具市场销售特点

四、国内婴儿玩具消费市场潜力大

五、国内婴儿玩具市场安全隐患多

第六章 2016年中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析

第一节 2016年中国婴幼儿奶粉市场发展分析

一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状

二、中国乳制品产量情况

### 三、中国婴儿配方奶粉市场调查探讨

#### 第二节 2016年婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析

#### 第三节 2016年中国婴幼儿奶粉营销分析

- 一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析
  - 二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究
  - 三、婴幼儿奶粉三种成功营销模式
- #### 第四节 2016年中国奶粉进出口情况分析

## 第七章 2016年中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析

### 第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述

- 一、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 2016年中国纸尿裤行业市场运行综述

- 一、中国纸尿裤市场进入高速增长期
- 二、小纸尿裤蕴含大市场
- 三、金佰利看好中国纸尿裤市场

### 第三节 2016年中国纸尿裤消费需求特征分析

- 一、城镇和农村消费者需求特征
- 二、不同收入层次家庭需求特征
- 三、纸尿裤等细分产品的需求特征
- 四、纸尿裤消费的决策过程分析

### 第四节 2016年中国纸尿裤市场价格分析

- 一、国际品牌纸尿裤市场分析
- 二、国内品牌纸尿裤市场分析
- 三、价格同比分析

### 第五节 2016年中国纸尿裤的质量问题

- 一、纸尿裤质量连年下滑
- 二、纸尿裤的三项指标不合格
- 三、造成纸尿裤出现质量问题的原因

## 第八章 2016年其他母婴用品市场运行走势分析

## 第一节 孕妇装

- 一、中国孕妇装业发展历史
- 二、中国孕妇装品牌分析
- 三、孕妇装成行业新亮点
- 四、未来中国孕妇装市场前景分析

## 第二节 婴儿奶瓶

- 一、新型电子显温奶瓶市场透析
- 二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位
- 三、奶瓶质量良莠不齐
- 四、义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场
- 五、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠
- 六、2016年加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶
- 七、2016年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析

## 第三节 婴儿床

- 一、婴儿床产业热点聚焦
- 二、中国婴儿床品牌状况
- 三、中国婴儿床价格情况分析
- 三、婴儿床产品研发情况分析
- 四、婴儿床市场需求消费情况分析

## 第四节 婴儿护肤品

## 第三部分 母婴用品市场竞争力测评

### 第九章 2016年中国母婴用品市场竞争格局分析

#### 第一节 2016年中国母婴用品行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

#### 第二节 2016年中国婴幼儿奶粉竞争分析

- 一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析
- 二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况



### 三、2016年婴幼儿奶粉市场竞争分析

#### 第三节 2016年中国童装行业竞争分析

- 一、高科技竞争
- 二、品牌竞争
- 三、渠道竞争
- 四、管理竞争
- 五、创新竞争
- 六、人力资源竞争
- 七、理念竞争
- 八、资讯竞争
- 九、竞争的弱化趋势

### 第十章 2016年中国母婴用品市场营销战略分析

#### 第一节 2016年中国母婴用品营销分析

- 一、中国母婴用品“目录直销”模式营销分析
- 二、中国母婴用品网络营销分析
- 三、中国母婴用品店营销问题
- 四、中国母婴用品营销渠道探讨

#### 第二节 2016年中国童装营销分析

- 一、童装销售渠道分析
- 二、中国童装市场生产营销情况
- 三、童装的网络营销策略
- 四、童装营销品牌传播策略

### 第十一章 2016年中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析

#### 第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第二节 好孩子集团有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第三节 广东省奥迪玩具实业有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第四节 汕头市迪士嘉玩具厂有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第五节 中山市隆成日用制品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十二章 2016年中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析

### 第一节 北京三元食品股份有限公司

#### 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第四节 澳优乳品(湖南)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第十三章 2016年中国童装行业重点企业竞争力分析

#### 第一节 青岛绮丽佳美制衣有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第二节 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第四节 厦门市立达信服装有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第五节 威海奥威服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第四部分 母婴用品行业趋势与投资战略分析

#### 第十四章 2017-2022年中国母婴用品发展前景与趋势分析

##### 第一节 2017-2022年中国母婴用品发展前景分析

- 一、中国母婴用品市场前景
- 二、中国童鞋市场前景
- 三、中国童装产量预测分析

##### 第二节 2017-2022年中国母婴用品发展趋势分析

- 一、2016年中国母婴用品市场发展预测
- 二、今后中国童装市场发展趋势
- 三、童装市场整体发展趋势
- 四、童装流行趋势
- 五、中国童装消费趋势
- 六、未来婴幼儿奶粉市场发展趋势

##### 第三节 2017-2022年中国母婴用品市场盈利预测分析

#### 第十五章 2017-2022年中国母婴用品发展策略分析

##### 第一节 母婴用品行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、母婴用品品牌的特性和作用
- 四、母婴用品品牌的价值战略
- 五、中国母婴用品品牌竞争趋势
- 六、母婴用品企业品牌发展战略
- 七、母婴用品行业品牌竞争策略

##### 第二节 2017-2022年中国母婴用品企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略
- 四、企业并购策略分析
- 五、经济危机下企业经营管理策略

## 第十六章 2017-2022年中国母婴用品投资战略分析 (ZY ZM)

### 第一节 母婴用品投资特点与潜力分析

- 一、母婴用品投资特点
- 二、孕妇装市场投资潜力
- 三、童装市场的投资特性

### 第二节 2017-2022年中国母婴用品行业投资战略研究

### 第三节 金融危机下母婴用品发展与投资策略分析

- 一、对症下药
- 二、程序科学
- 三、控制成本
- 四、以市场为中心
- 五、讲求效益
- 六、可持续发展
- 七、遵守法律

### 图表目录：

- 图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2016年一季度中国三产业增加值结构图
- 图表：2008-2016年中国CPI、PPI月度走势图
- 图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
- 图表：2000-2016年中国城乡居民人均收入增长对比图
- 图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表
- 图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图
- 图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图
- 图表：2005-2016年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2009-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2016年中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2005-2016年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年中国人民银行利率调整表

图表：2007-2016年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/D04382ZGJV.html>