

# 2016-2022年中国婴童用品 企业投资项目指引及风险预警报告

## 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年中国婴童用品企业投资项目指引及风险预警报告》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/I58532YHYS.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

婴童产业是以婴童消费（商品和服务）为主体的市场体系。婴童群体生理及心理特殊性决定了婴童消费与成人消费的区别显著，不同年龄阶段婴童的消费特点和消费内容存在较大差异：

0-3岁的婴幼儿：这一年龄段的消费频次最多的是奶粉和辅食等食品类；其次是以纸尿裤、洗护用品为代表的日用品。而耐用品方面，婴儿床/车以及安全座椅已成为这一年龄段的刚性需求。

4-6岁的学龄前儿童：这一阶段儿童开始逐渐形成了消费意识，善于模仿成人实践活动，父母购买商品时也考虑儿童的喜好和感受。童装/童鞋和玩具成为学龄前儿童的主要消费品。

7-14岁的儿童：消费仍依赖父母，但心智和偏好上已经形成独立观点和品牌意识，且可以直接影响父母的决定。其中，7-11岁家庭影响力较大，11-14岁同伴影响逐渐加大。这一阶段，消费更加多元化和均衡化，在消费品中童装/童鞋和玩具依然是重要品类，同时教育、娱乐等消费比重逐渐增加。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国婴童用品企业投资项目指引及风险预警报告》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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：婴童用品行业发展综述

1.1 婴童用品行业界定

1.1.1 婴童用品行业概念界定

1.1.2 婴童用品产品种类界定

1.2 婴童用品行业发展背景分析

1.2.1 家庭消费周期与消费特征分析

(1) 家庭消费生命周期界定

## (2) 不同生命周期的消费特征

### 1.2.2 中国婴儿出生情况分析

## 1.3 婴童用品行业发展现状分析

### 1.3.1 婴童用品行业市场规模

### 1.3.2 婴童用品行业消费结构

### 1.3.3 婴童用品行业消费特性

## 1.4 婴童用品产业链利润分布

## 第2章：中国婴童食品市场发展分析

### 2.1 婴幼儿奶粉市场分析

#### 2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况

#### 2.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境

#### 2.1.3 婴幼儿奶粉市场发展特点

##### (1) 婴幼儿奶粉市场消费特点

##### (2) 婴幼儿奶粉市场运营特点

#### 1) 婴幼儿奶粉企业费用率刚性特点

#### 2) 主要婴幼儿奶粉企业费用率比较

#### 2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场规模

#### 2.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局

##### (1) 婴幼儿奶粉市场发展现状分析

##### (2) 婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局

##### (3) 婴幼儿奶粉产品价格区间分布

##### (4) 婴幼儿奶粉市场区域竞争格局

##### (5) 婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析

### 2.2 婴幼儿辅食市场分析

#### 2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况

#### 2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境

#### 2.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量

#### 2.2.4 婴幼儿辅食市场竞争格局

##### (1) 婴幼儿辅食市场品牌竞争格局

##### (2) 婴幼儿辅食产品价格区间分布

#### 2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景

## 2.3 婴童奶粉与辅食消费状况调查

### 2.3.1 婴幼儿体质与奶粉消费调查

### 2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查

## 第3章：中国婴童日用品市场分析

### 3.1 婴童洗护用品市场分析

#### 3.1.1 婴幼儿洗护用品市场发展概况

#### 3.1.2 婴幼儿洗护用品市场政策环境

#### 3.1.3 婴幼儿洗护用品市场发展特点

(1) 婴幼儿洗护用品市场产品结构

(2) 婴幼儿洗护用品市场消费特点

#### 3.1.4 婴幼儿洗护用品行业市场规模

#### 3.1.5 婴幼儿洗护用品市场竞争格局

(1) 婴幼儿洗护用品发展现状分析

(2) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局

(3) 婴幼儿洗护用品渠道竞争分析

#### 3.1.6 婴幼儿洗护用品市场前景

### 3.2 婴童纸尿裤市场分析

#### 3.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况

#### 3.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境

#### 3.2.3 婴幼儿纸尿裤市场发展特点

(1) 婴幼儿纸尿裤市场消费特点

(2) 婴幼儿纸尿裤市场运营特点

#### 3.2.4 婴幼儿纸尿裤市场竞争格局

(1) 婴幼儿纸尿裤市场发展现状

(2) 婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局

#### 3.2.5 婴幼儿纸尿裤市场前景

### 3.3 婴童车、床市场分析

#### 3.3.1 婴幼儿车、床市场政策环境

#### 3.3.2 婴幼儿车、床市场发展特点

(1) 婴幼儿车、床市场消费特点

(2) 婴幼儿车、床市场运营特点

- 1) 童车市场运营特点
- 2) 婴儿床市场运营特点
- 3.3.3 婴幼儿车、床市场竞争格局
  - (1) 婴幼儿车、床品牌竞争格局
  - (2) 婴幼儿车、床市场渠道竞争
- 3.3.4 婴幼儿车、床市场前景

#### 第4章：中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析

- 4.1 婴童服饰市场发展分析
  - 4.1.1 婴幼儿服饰市场发展概况
  - 4.1.2 婴幼儿服饰市场政策环境
  - 4.1.3 婴幼儿服饰市场发展特点
    - (1) 婴幼儿服饰产品结构特点
    - (2) 婴幼儿服饰市场消费特点
  - 4.1.4 婴幼儿服饰市场竞争格局
    - (1) 婴幼儿服饰品牌竞争格局
    - (2) 婴幼儿服饰区域竞争格局
    - (3) 婴幼儿服饰市场渠道竞争
  - 4.1.5 婴幼儿服饰市场前景
- 4.2 婴童鞋产品市场发展分析
  - 4.2.1 婴幼儿鞋产品市场发展概况
  - 4.2.2 婴幼儿鞋产品市场政策环境
  - 4.2.3 婴幼儿鞋产品市场竞争格局
    - (1) 婴幼儿鞋产品品牌竞争格局
    - (2) 婴幼儿鞋产品区域竞争格局
    - (3) 婴幼儿鞋市场渠道竞争分析
  - 4.2.4 婴幼儿鞋产品市场前景
- 4.3 婴童玩具市场发展分析
  - 4.3.1 婴幼儿玩具市场发展概况
  - 4.3.2 婴幼儿玩具市场政策环境
    - (1) 国内标准
    - (2) 国外标准

### 4.3.3 婴幼儿玩具市场竞争格局

(1) 婴幼儿玩具发展阶段分析

(2) 婴幼儿玩具品牌竞争格局

### 4.3.4 婴幼儿玩具市场前景

## 第5章：中国婴童用品行业营销分析

### 5.1 营销模式分析

#### 5.1.1 婴童用品行业主要营销模式比较

(1) 直接营销模式

(2) 代理经销模式

(3) 连锁卖场模式

(4) 网络营销模式

(5) 主要营销模式对比分析

#### 5.1.2 婴童用品行业优秀营销模式案例分析

(1) 直接营销模式优秀案例分析

(2) 代理经销模式优秀案例分析

(3) 连锁卖场模式优秀案例分析

(4) 网络营销模式优秀案例分析

#### 5.1.3 婴童用品行业营销模式创新建议

(1) 渠道品牌化

(2) 虚拟社区化

(3) 专业连锁化

### 5.2 销售渠道分析

#### 5.2.1 医务渠道

#### 5.2.2 商超渠道

#### 5.2.3 品牌专卖渠道

#### 5.2.4 专营店渠道

#### 5.2.5 加盟连锁渠道

#### 5.2.6 网络渠道

#### 5.2.7 批发市场渠道

#### 5.2.8 不同销售渠道优劣势对比

### 5.3 营销案例分析

### 5.3.1 贝因美营销案例分析

- (1) 贝因美品牌定位
- (2) 贝因美产品定位
- (3) 贝因美广告营销
- (4) 贝因美传播策略

### 5.3.2 强生营销案例分析

- (1) 强生品牌定位
- (2) 强生产品定位
- (3) 强生广告营销

### 5.3.3 童装品牌营销案例分析

- (1) 巴拉巴拉营销案例
- (2) 派克兰帝营销案例
- (3) 水孩儿营销案例
- (4) 今童王营销案例
- (5) 嗒嘀嗒营销案例

### 5.3.4 童鞋品牌营销案例分析

- (1) 七波辉营销案例
- (2) 卡西龙营销案例
- (3) ABC营销案例
- (4) 路豹营销案例
- (5) 巴布豆营销案例

### 5.3.5 玩具品牌营销案例

- (1) 乐高营销案例
- (2) 奥迪营销案例
- (3) 好孩子营销案例

## 第6章：中国婴童用品行业领先企业经营分析

### 6.1 中国婴童食品领先企业分析

#### 6.1.1 双城雀巢有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析



#### 6.1.2 广东雅士利集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

#### 6.1.3 美赞臣营养品（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

#### 6.1.4 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

#### 6.1.5 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

#### 6.2 中国婴童日用品领先企业分析

##### 6.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

##### 6.2.2 强生（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

##### 6.2.3 贝亲婴儿用品（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析
- (3) 企业经营状况分析

##### 6.2.4 天津郁美净集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营优劣势分析

### (3) 企业经营状况分析

## 6.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析

### 6.3.1 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营优劣势分析

#### (3) 企业经营状况分析

### 6.3.2 东莞市小猪班纳服饰有限公司经营情况分析

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营优劣势分析

#### (3) 企业经营状况分析

### 6.3.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营优劣势分析

#### (3) 企业经营状况分析

## 第7章：中国婴童用品行业前景分析

### 7.1 中国婴童用品行业发展前景分析

#### 7.1.1 婴童用品行业发展趋势分析

#### 7.1.2 婴童用品行业市场前景分析

### 7.2 中国婴童用品行业投资前景分析

#### 7.2.1 婴童用品行业投资现状分析

#### 7.2.2 婴童用品行业投资前景分析

### 图表目录：

图表1：婴童用品行业概念界定

图表2：家庭消费生命周期

图表3：不同生命周期的家庭消费特征

图表4：2011-2015年中国出生人口数量（单位：万人）

图表5：2016-2022年0-12岁婴童用品市场规模及预测（单位：亿元）

图表6：中国婴童用品消费结构（单位：%）

图表7：中国婴童用品产业链利润分布（单位：%）

图表8：婴幼儿奶粉相关政策

图表9：2011-2015年贝因美销售费用率走势（单位：%）  
图表10：2011-2015年主要婴幼儿奶粉上市公司销售费用率比较（单位：%）  
图表11：2011-2015年中国奶粉市场规模（单位：亿元）  
图表12：2011-2015年中国母乳率与婴儿人均奶粉消费量情况（单位：千克，%）  
图表13：2011-2015年中国乳制品行业企业数量（单位：家）  
图表14：中国婴幼儿配方奶粉品牌阶梯  
图表15：2010-2015年国内婴幼儿奶粉产品结构（单位：%）  
图表16：中国婴幼儿配方奶粉生产企业分布（单位：%）  
图表17：主要奶粉品牌企业销售区域分布  
图表18：国产品牌和外资品牌在不同类型城市销售占比（单位：%）  
图表19：2015年婴幼儿奶粉各销售渠道占比（单位：%）  
图表20：婴幼儿辅食种类  
图表21：中国婴幼儿辅食市场份额分布（单位：%）  
图表22：中国婴幼儿辅食市场品牌排名  
图表23：主要婴幼儿辅食产品价位  
图表24：受访家庭婴幼儿上火比例（单位：%）  
图表25：受访家庭婴幼儿上火症状（单位：%）  
图表26：受访家庭婴幼儿上火后的处理措施（单位：%）  
图表27：受访家庭对奶粉产品的关注点（单位：%）  
图表28：受访家庭在不同阶段对婴幼儿奶粉产品的关注点（单位：%）  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/l58532YHYS.html>