

2021-2027年中国婴儿用品 市场前景展望与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国婴儿用品市场前景展望与市场年度调研报告》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/X05043MA45.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

婴儿用品也称为婴幼儿用品，是给0-3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，国家卫生组织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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国婴儿用品市场前景展望与市场年度调研报告》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：

第一章 中国婴儿用品行业发展环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国际宏观经济表现

1.1.2 中国宏观经济概况

1.1.3 中国工业运行情况

1.1.4 中国对外经济分析

1.1.5 中国宏观经济展望

1.2 社会环境

1.2.1 居民收入水平

1.2.2 社会消费规模

1.2.3 居民消费水平

1.2.4 消费市场特征

1.3 人口环境

1.3.1 中国总人口状况

1.3.2 新生人口规模

1.3.3 新生人口构成

- 1.3.4 城镇化人口走势
- 1.4 政策环境
 - 1.4.1 全面放开二孩政策
 - 1.4.2 婴幼儿奶粉相关政策
 - 1.4.3 婴幼儿辅食审查政策
 - 1.4.4 婴儿纺织品技术规范
 - 1.4.5 儿童玩具标准相关政策
- 1.5 技术环境
 - 1.5.1 大数据技术
 - 1.5.2 人工智能技术
 - 1.5.3 区块链技术
 - 1.5.4 移动支付技术

第二章 2015-2019年婴儿用品行业发展分析

- 2.1 全球婴儿用品行业分析
 - 2.1.1 全球婴儿用品行业发展态势
 - 2.1.2 全球母婴用品零售商发展情况
 - 2.1.3 美国婴儿用品市场发展状况
 - 2.1.4 韩国婴儿用品市场发展状况
- 2.2 中国母婴市场发展分析
 - 2.2.1 消费市场规模分析
 - 2.2.2 市场消费品类分析
 - 2.2.3 市场渠道发展分析
 - 2.2.4 连锁市场主体分析
 - 2.2.5 实体店发展状况分析
 - 2.2.6 母婴行业上市公司汇总
- 2.3 中国婴儿用品市场发展综况
 - 2.3.1 婴儿用品行业周期
 - 2.3.2 婴儿用品经营模式
 - 2.3.3 婴儿用品销售渠道
 - 2.3.4 婴童用品市场增长状况
 - 2.3.5 婴儿用品市场高端化趋势

2.4 中国婴童消费市场特点分析

2.4.1 婴童消费支出占比

2.4.2 婴童消费结构分布

2.4.3 婴童消费主体特点

2.5 婴儿用品行业营销分析

2.5.1 婴儿用品营销要素

2.5.2 O2O模式营销策略

2.5.3 连锁店营销策略

第三章 2015-2019年中国婴儿奶粉市场发展分析

3.1 中国婴幼儿奶粉行业发展综况

3.1.1 行业发展状况

3.1.2 市场规模状况

3.1.3 市场需求情况

3.1.4 产量规模状况

3.1.5 竞争格局分析

3.1.6 市场价格走势

3.1.7 进口市场概述

3.1.8 生产企业监管

3.2 中国有机婴幼儿奶粉行业发展分析

3.2.1 行业相关概念

3.2.2 行业发展历程

3.2.3 市场发展现状

3.2.4 品牌现状分析

3.2.5 市场影响因素

3.3 中国婴幼儿奶粉质量安全现状及治理

3.3.1 质量安全现状及影响因素

3.3.2 质量安全问题产生的原因

3.3.3 质量安全质量治理及评价

3.4 中国婴幼儿奶粉行业发展问题及策略分析

3.4.1 行业发展面临问题

3.4.2 行业发展制约因素

- 3.4.3 品牌营销问题分析
- 3.4.4 品牌营销策略策略
- 3.4.5 行业发展相关建议
- 3.4.6 市场竞争力提升对策

第四章 2015-2019年中国婴儿纸尿裤市场发展分析

- 4.1 中国婴儿纸尿裤市场发展综况
 - 4.1.1 市场成本分析
 - 4.1.2 市场渠道分析
 - 4.1.3 市场竞争状况
 - 4.1.4 市场品牌分析
- 4.2 中国婴儿纸尿裤市场消费分析
 - 4.2.1 消费渗透率状况
 - 4.2.2 销售规模分析
 - 4.2.3 消费特点分析
 - 4.2.4 区域消费情况
- 4.3 中国婴儿纸尿裤消费者行为分析
 - 4.3.1 消费者网络搜索行为
 - 4.3.2 消费者行为影响因素
- 4.4 中国婴儿纸尿裤市场不利因素分析
 - 4.4.1 国外品牌
 - 4.4.2 价格战
 - 4.4.3 假冒伪劣
- 4.5 中国婴儿纸尿裤市场发展展望
 - 4.5.1 市场发展机遇
 - 4.5.2 市场发展空间
 - 4.5.3 产品发展趋势

第五章 其它婴儿用品市场分析

- 5.1 童装行业
 - 5.1.1 产业生命周期
 - 5.1.2 市场规模状况

- 5.1.3 购买影响因素
- 5.1.4 出口市场状况
- 5.1.5 市场发展特征
- 5.1.6 企业运营状况
- 5.2 童车市场
 - 5.2.1 市场零售规模
 - 5.2.2 出口总额统计
 - 5.2.3 成交均价范围
 - 5.2.4 市场发展问题
 - 5.2.5 区域市场格局
 - 5.2.6 市场发展前景
- 5.3 婴儿辅食市场
 - 5.3.1 产品结构分析
 - 5.3.2 市场发展规模
 - 5.3.3 消费市场研究
 - 5.3.4 市场品牌研究
 - 5.3.5 消费者行为研究
 - 5.3.6 市场监管细则
- 5.4 玩具市场
 - 5.4.1 市场规模分析
 - 5.4.2 市场销售情况
 - 5.4.3 市场经济效益
 - 5.4.4 市场外贸状况
 - 5.4.5 市场需求分析
 - 5.4.6 市场消费行为
- 5.5 其他细分市场
 - 5.5.1 婴儿洗护用品
 - 5.5.2 婴幼儿湿巾产品
 - 5.5.3 婴儿喂养产品
 - 5.5.4 婴童安全座椅
 - 5.5.5 婴童家具市场

第六章 2015-2019年婴儿用品电商发展分析

6.1 互联网母婴行业发展分析

6.1.1 互联网应用优势

6.1.2 市场发展历程

6.1.3 产业图谱分析

6.1.4 用户活跃度分析

6.1.5 平台用户周期分析

6.1.6 细分领域用户规模

6.1.7 主要变现模式分析

6.1.8 行业发展态势

6.2 婴儿用品电商发展综况

6.2.1 婴儿用品电商产业链

6.2.2 婴儿用品电商生命周期

6.2.3 婴儿用品电商规模上升

6.2.4 母婴电商市场规模分析

6.2.5 移动母婴电商发展状况

6.3 母婴电商行业发展模式分析

6.3.1 综合电商平台布局模式

6.3.2 垂直母婴电商布局模式

6.3.3 母婴电商营销模式分析

6.4 婴儿用品电商平台运营案例分析

6.4.1 专属特卖平台——贝贝网

6.4.2 限时特卖平台——蜜芽

6.4.3 跨境闪购平台——宝贝格子

6.4.4 国际买手街——唯一优品

6.4.5 多渠道平台——乐友孕婴童

6.4.6 社会化营销平台——宝宝树

第七章 2015-2019年国外重点企业经营状况分析

7.1 达能集团

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 2017年企业经营状况分析

- 7.1.3 2019年企业经营状况分析
- 7.1.4 2019年企业经营状况分析
- 7.2 宝洁
 - 7.2.1 企业发展概况
 - 7.2.2 2017财年企业经营状况分析
 - 7.2.3 2018财年企业经营状况分析
 - 7.2.4 2019财年企业经营状况分析
- 7.3 金佰利
 - 7.3.1 企业发展概况
 - 7.3.2 生产基地建设
 - 7.3.3 2017年企业经营状况分析
 - 7.3.4 2019年企业经营状况分析
 - 7.3.5 2019年企业经营状况分析
- 7.4 强生
 - 7.4.1 企业发展概况
 - 7.4.2 2017财年企业经营状况分析
 - 7.4.3 2018财年企业经营状况分析
 - 7.4.4 2019财年企业经营状况分析

第八章 国内重点企业分析

- 8.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 经营效益分析
 - 8.1.3 业务经营分析
 - 8.1.4 财务状况分析
- 8.2 贝因美婴童食品股份有限公司
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 经营效益分析
 - 8.2.3 业务经营分析
 - 8.2.4 财务状况分析
- 8.3 雅士利国际集团有限公司
 - 8.3.1 企业发展概况

- 8.3.2 企业经营状况分析
- 8.3.3 企业发展概况
- 8.3.4 核心竞争力分析
- 8.4 好孩子国际控股有限公司
 - 8.4.1 企业发展概况
 - 8.4.2 企业经营状况分析
 - 8.4.3 企业发展概况
 - 8.4.4 核心竞争力分析
- 8.5 恒安国际集团有限公司
 - 8.5.1 企业发展概况
 - 8.5.2 企业经营状况分析
 - 8.5.3 企业发展概况
 - 8.5.4 核心竞争力分析
- 8.6 上海爱婴室商务服务股份有限公司
 - 8.6.1 企业发展概况
 - 8.6.2 经营效益分析
 - 8.6.3 财务状况分析
 - 8.6.4 核心竞争力分析

第九章 婴儿用品行业发展前景预测

- 9.1 中国婴儿用品行业前景展望（ ）
 - 9.1.1 婴儿用品市场需求空间广阔
 - 9.1.2 婴儿用品新兴品类发展机遇
 - 9.1.3 母婴童消费品品类结构预测
 - 9.1.4 母婴市场渠道占比结构预测
- 9.2 婴儿用品细分行业发展前景及趋势
 - 9.2.1 婴儿奶粉市场发展方向分析
 - 9.2.2 婴儿纸尿裤向移动电商渗透
 - 9.2.3 我国童装市场发展趋势分析
 - 9.2.4 婴儿洗护用品发展前景分析
- 9.3 婴儿用品厂商发展布局方向
 - 9.3.1 产品生态布局方向

- 9.3.2 微信生态布局方向
- 9.3.3 新零售发展布局方向
- 9.3.4 生态布局建设的关键
- 9.4 2021-2027年中国婴儿用品行业预测分析
 - 9.4.1 2021-2027年中国婴儿用品行业影响因素分析
 - 9.4.2 2021-2027年中国母婴用品市场规模预测
 - 9.4.3 2021-2027年中国婴幼儿奶粉市场规模预测
 - 9.4.4 2021-2027年中国婴儿纸尿裤市场规模预测

图表目录

- 图表1 全球主要经济体PMI指标
- 图表2 全球主要经济体贸易进出口额
- 图表3 全球主要经济体汇率
- 图表4 2015-2019年国内生产总值增长速度（季度同比）
- 图表5 2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表6 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表7 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表8 2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表9 2019年居民人均可支配收入平均数与中位数对比
- 图表10 2019年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表11 2019年居民人均消费支出及构成
- 图表12 2019年年末人口数量及构成
- 图表13 2015-2019年中国总人口变化及目标
- 图表14 2015-2019年中国出生人口数量
- 图表15 2015-2019年中国出生率情况
- 图表16 2015-2019年中国婴幼儿人口结构
- 图表17 二孩政策推出以来人口出生情况
- 图表18 2015-2019年中国常住人口城镇人口增加数量及城镇化率
- 图表19 2015-2019年中国城市常住人口增长情况
- 图表20 2015-2019年奶粉相关政策汇总
- 图表21 2019年移动支付工具应用内及调用活跃人数
- 图表22 2015-2019年国外知名上市母婴龙头企业收入规模

图表23 2015-2019年国外知名上市母婴龙头企业收入规模表

图表24 国外母婴连锁龙头简介

图表25 2015-2019年中国母婴童消费市场规模及增速

图表26 中国母婴童市场商品及服务消费品类

图表27 母婴渠道产业链

图表28 母婴商品线下各渠道市场份额及预测

图表29 母婴商品不同线下渠道优劣势对比

图表30 2019年母婴商品线上各渠道市场份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/X05043MA45.html>