

2018-2023年中国婴儿奶瓶产业市场运营规模现状 与未来发展商机战略评估报告

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《2018-2023年中国婴儿奶瓶产业市场运营规模现状与未来发展商机战略评估报告》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/fangzhi/301179301179.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

城镇婴幼儿人群是品牌婴幼儿产品的主要消费者，据相关数据显示，2008年至2012年我国每年新生婴儿约1,600万，0-3岁的婴幼儿约6,400万。随着中国城镇化率的提高，中国城镇家庭0-3岁婴幼儿的人数逐年上升，从2007年的2,389.95万增加到2012年的3,214.27万。据Frost & Sullivan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0-3岁婴幼儿数量会保持一定增长速度，2012-2016年均复合增长率将达到5.4%，并在2016年超过3,900万人。

图：2007-2016年中国0-3岁城镇 婴儿人口

婴儿奶瓶行业中低端在目前来看是供大于求，而高端处于垄断之下。国外品牌垄断了高端市场。在这几年，销售区域下从沿海大型城市顺利地向地方城市扩张，同时，商品种类也在不断增加。在这样发展趋势下，婴幼儿奶瓶市场竞争早已不是简单价格竞争，而是升级到企业文化高度竞争。纵观中国婴幼儿奶瓶市场竞争态势，产品销售不仅需要品牌价格渠道服务等方面支撑，还要有创新技术做后盾。中国目前消费者对于价格敏感度并不太高，相当大一部分消费者会选择有品质保证服务到位大品牌产品来进行消费。这便可以说明为何婴幼儿奶瓶高端市场一直被洋品牌牢牢占据，而目前上位洋品牌也是具备相当实力知名企业。婴幼儿奶瓶中低端市场庞大，多为国产和台湾品牌，潜在消费能力也是极其庞大。

图：2015~2025年中国人口出生预测走势图

观研天下发布的《2018-2023年中国婴儿奶瓶产业市场运营规模现状与未来发展商机战略评估报告》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、市场前景、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。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。

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 国内外婴儿用品业运行态势分析

第一节 国际婴儿用品市场分析

- 一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视
- 二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代
- 三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管
- 四、欧盟婴儿护理用品市场浅析
- 五、中东婴儿用品市场分析

第二节 中国婴儿用品行业现状综述

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、中国婴儿用品行业的发展现状
- 三、中国婴儿产业的发展态势
- 四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

第三节 中国婴儿用品市场点评

- 一、婴儿用品市场解析
- 二、中国婴儿用品市场基本状况
- 三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 四、婴儿用品市场更趋成熟

第四节 中国重点城市婴儿用品市场动态

- 一、上海婴儿用品市场发展分析
- 二、北京婴儿用品市场的发展动态
- 三、成都婴儿用品市场发展概况
- 四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第五节 中国婴儿用品行业发展存在的问题分析

- 一、婴儿用品消费观念薄弱
- 二、婴儿用品成为经销商的一块鸡肋
- 三、强势品牌统邻市场弱势品牌无力争锋
- 四、假货充斥婴儿用品市场

第二章 世界婴儿奶瓶市场发展动态分析

第一节 世界婴儿奶瓶市场运行环境分析

- 一、英国提倡一个家庭只生两个孩子
- 二、俄罗斯用经济手段提高生育率
- 三、法国迎来25年来最大婴儿潮

第二节 世界婴儿奶瓶市场动态分析

- 一、欧盟将从起禁止婴儿奶瓶中含双酚A
- 二、世界婴儿奶瓶品牌竞争激烈分析
- 三、婴儿奶瓶新产品功能与设计透析
- 第三节 2018-2023年世界婴儿奶瓶市场发展趋势分析

第三章 中国婴儿用品市场运行环境分析

第一节 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

第二节 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、人们生节节奏加快

第三节 国内宏观经济环境及影响分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、中国宏观经济发展预测分析

第四节 中国婴儿用品市场政策环境分析

- 一、婴儿营养食品新标准即将完成
- 二、婴儿服装实施新标准
- 三、三项强制性婴儿奶粉国家标准有新规
- 四、《奶粉中阪崎肠杆菌检测方法》出台

第五节 中国婴儿用品社会环境分析

- 一、居民的各种消费观念和习惯
- 二、中国生活品质提高
- 三、婴幼儿用品安全引关注

第四章 中国婴儿奶瓶产业营运格局分析

第一节 中国婴儿奶瓶热点聚焦——欧盟禁含双酚A

- 一、婴儿奶瓶的材质及所占比重
 - 1、玻璃奶瓶
 - 2、塑料奶瓶
- 二、欧盟禁含双酚A奶瓶 国内塑料奶瓶现隐忧
- 三、“双酚A”袭来玻璃奶瓶渐受宠

四、欧美禁用双酚A塑料婴儿奶瓶 中国出口将遭冲击

第二节 中国婴儿奶瓶产业动态分析

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、巴比象婴儿用品等5企业奶瓶奶嘴不合格将被清出哈尔滨

第三节 中国婴儿奶瓶材质问题状况分析

一、塑料奶瓶含有毒物

二、塑料奶瓶主要成份及对婴儿造成的影响分析

三、选购婴儿奶瓶注意事项分析

第五章 中国婴儿奶瓶市场产销状况统计分析

第一节 中国婴儿奶瓶市场需求状况分析

一、婴儿奶瓶需求状况综述

二、婴儿奶瓶行业需求的主要指标

三、婴儿奶瓶行业供需缺口分析

第二节 中国婴儿奶瓶市场供给能力分析

一、婴儿奶瓶供给现状综述

二、婴儿奶瓶行业供给的主要指标

三、影响婴儿奶瓶行业供给关系的主要因素

第三节 中国婴儿奶瓶市场价格分析

一、品牌价格走势

二、影响价格的因素分析

第六章 中国婴儿奶瓶行业市场营销模式与战略分析

第一节 主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节 婴儿奶瓶行业市场营销战略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第三节 2018-2023年中国婴儿奶瓶营销趋势分析

第七章 中国婴儿奶瓶市场竞争格局分析

第一节 中国婴儿奶瓶市场竞争总况

一、婴儿奶瓶市场竞争程度

二、婴儿奶瓶竞争力体现

三、外资品牌对布局中国市场分析

第二节 中国婴儿奶瓶产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 提升婴儿奶瓶市场竞争力策略分析

第四节 2018-2023年中国婴幼儿奶瓶竞争策略

第八章 中国婴儿奶瓶外资品牌企业运行状况分析

第一节 贝亲pigeon奶瓶（日本）

第二节 NUK奶瓶（德国）

第三节 爱得利IVORY（台湾）

第四节 新安怡Avent（英国）

第五节 优生usBaby（美国）

第六节 其它

一、喜多奶瓶（日本）

二、贝丽Bfree奶瓶（英国）

三、布朗博士 好流畅

第九章 婴儿奶瓶企业运行关键性财务数据分析

第一节 上海优生婴儿用品有限公司（优生usBaby）

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 浙江日康婴儿用品有限公司（日康）

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 青岛宝贝园婴幼儿用品有限公司(快乐娃娃奶瓶)

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、市场营销动态分析

第四节 港芝(东莞)电子制造厂有限公司

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 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司

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

第六节 上海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

第七节 林哥婴儿用品(昆山)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

第八节 义乌市帅宝塑胶制品有限公司

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

第九节 东莞常平宝达美塑胶制品厂

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

第十章 关于中国婴儿奶瓶行业发展趋势与前景分析

第一节 2018-2023年中国婴儿用品行业新趋势分析

一、婴儿用品日趋系列化、科学化、人性化

二、开发成人系列成为现代婴儿用品市场又一发展方向

三、婴儿用品蕴藏巨大市场

第二节 2018-2023年中国婴幼儿奶瓶市场预测分析

一、供给预测分析

二、需求预测分析

三、进出口预测分析

第三节 2018-2023年中国婴幼儿奶瓶市场盈利预测

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/301179301179.html>