

2009-2012年中国婴儿用品行业市场发展与投资预测分析报告

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《2009-2012年中国婴儿用品行业市场发展与投资预测分析报告》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/qitanlmy/3502835028.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

前言

近年来，我国的婴童用品市场发展迅猛，零售商更是充分享受到了市场成长所带来的狂欢。据统计，全国从事婴童用品零售业务的门店数量已从2006年的大约2万家猛增至目前的3万余家。但是，在全国范围内专业性生产孕婴用品的厂家，真正较有规模的却不足30家，且大多数集中在沿海地区，市场上销售的孕婴用品以香港，台湾的品牌为主，价格都比较高，真正意义上的大陆品牌很少。就产品而言目前，国内市场上的孕婴用品处于“两头大，中间细”的状态，要么太高档，一般家庭消费不起；要么太低档，产品在质量、卫生、保健等方面都不尽人意。“一家一户”的运作模式的局限使国内的婴童企业普遍以区域型经营为主，难以发挥出较高的协同效益。

现在，我国家庭是421结构，爷爷奶奶、外公外婆4个老人，年轻父母2个，婴儿1个。所以，孕妇及婴幼儿的健康和护理越来越受社会的关注，对孕妇和婴儿的生活用品的品质要求越来越高。家人及朋友的关心及爱护，使孕婴幼儿用品形成了庞大的消费群体。因为我国孕婴用品市场格局尚未形成，给市场留下缝隙，使之成为一个全新的行业，所以，发展婴幼儿产业，市场前景广阔，属“朝阳产业”。

中国每年有2,000 3,000万婴儿出生，其中8-36月龄的婴幼儿约为4,500万，儿童为3.2亿，针对0 - 4周岁婴幼儿，消费群体就有8,000万。中国0-3岁新生儿用品家庭月消费为900多元，加上广大农村城镇地区婴幼儿消费，中国的婴幼儿用品市场每年将超过1,000亿元的市场规模。而目前这个市场却只开发了20%。预测，在未来15年内，国内婴幼儿用品市场有较稳定数量的目标消费群。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助婴儿用品企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对婴儿用品产业的实地调研，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。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！

报告目录

第一章 2008年国际婴儿用品行业发展态势 9

第一节 2008年国际人口生育状况 9

一、法国迎来最大婴儿潮 9

二、英国提倡一个家庭只生两个孩子 9

三、俄罗斯用经济手段提高生育率 10

四、2008年日本人口出生率回升 10

第二节 2008年国际婴儿用品市场运行态势 10

- 一、美国婴儿用品市场进入寒冰时代 10
- 二、中东婴儿用品市场 10
- 三、欧盟婴儿护理用品市场浅析 12
- 第三节 2009-2012年国际婴儿用品行业发展趋势 13
- 第二章 2008年国际婴儿用品行业龙头企业运营态势 13
- 第一节 美国美赞臣公司 13
 - 一、企业概况 13
 - 二、企业主要产品 13
 - 三、企业SWOT 13
 - 四、企业在华发展状况 14
- 第二节 多美滋公司 14
 - 一、企业概况 14
 - 二、企业主要产品 14
 - 三、企业SWOT 14
 - 四、企业在华发展状况 15
- 第三节 雀巢公司 15
 - 一、企业概况 15
 - 二、企业主要产品 15
 - 三、企业SWOT 15
 - 四、企业在华发展状况 16
- 第四节 强生公司 16
 - 一、企业概况 16
 - 二、企业主要产品 16
 - 三、企业SWOT 17
 - 四、企业在华发展状况 17
- 第五节 宝洁公司 17
 - 一、企业概况 17
 - 二、企业主要产品 18
 - 三、企业SWOT 18
 - 四、企业在华发展状况 19
- 第六节 金佰利公司 20
 - 一、企业概况 20
 - 二、企业主要产品 20
 - 三、企业SWOT 20
 - 四、企业在华发展状况 20

第三章 2008年中国婴儿用品行业发展环境	21
第一节 政策解读	21
一、婴儿营养食品新标准即将完成	21
二、婴儿服装实施新标准	21
三、三项强制性婴儿奶粉国家标准有新规	21
四、《奶粉中阪崎肠杆菌检测方法》出台	22
第二节 2008年中国婴儿用品行业发展经济环境	22
一、2008年中国GDP增长状况	22
二、固定资产投资历史变动轨迹	26
三、进出口贸易历史变动轨迹	27
第四节 2008年中国婴儿用品行业发展社会环境	31
一、2008年中国人口出生率情况	31
二、2008年中国人口结构情况	32
第四章 2008年中国外婴儿用品行业发展形势研究	33
第一节 2008年中国婴儿用品行业现状	33
一、中国婴儿用品产业发展现状	33
二、中国婴儿用品行业所处阶段及其特性	34
第二节 2008年中国婴儿用品市场概况	35
一、婴儿用品市场解析	35
二、婴儿用品市场存在的问题	36
三、婴儿用品市场潜力巨大	36
第三节 2008年中国部分城市婴儿用品市场	37
一、北京婴儿用品市场上演价格战	37
二、成都市婴儿用品市场广阔	37
三、临沂市婴儿用品市场发展迅速	37
第四节 2008年中国婴儿用品终端市场营销	38
一、婴儿用品的不同销售模式	38
二、婴儿用品店的五大误区	39
三、婴儿用品店生存法则	40
第五节 2008年中国婴儿用品消费者购买行为	41
一、婴儿用品消费者特点	41
二、婴儿用品消费者购买行为的共性	42
三、对婴儿用品经营的启发	46
第五章 2008年中国婴儿奶粉行业发展态势	47
第一节 2008年中国婴儿奶粉行业现状	47

- 一、婴儿奶粉行业事故频发 47
- 二、婴儿奶粉行业将出现高端混战 49
- 三、促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点 50
- 第二节 2008年中国婴儿奶粉市场概况 51
 - 一、中国高档婴儿奶粉市场空间大 51
 - 二、中外激战婴幼儿奶粉高端市场 52
 - 三、消费者青睐洋品牌婴儿奶粉 54
- 第三节 2008年中国婴儿奶粉营销 54
 - 一、婴儿奶粉企业打起营销模式战 54
 - 二、数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用 56
 - 三、4P组合在婴儿奶粉行业的应用状况 58
- 第四节 2008年中国婴儿奶粉行业存在的问题 63
 - 一、婴儿奶粉的质量令人忧 63
 - 二、婴儿奶粉营养素问题有待解决 63
 - 三、婴儿奶粉添加三聚氰胺事件 64
- 第六章 2008年中国婴儿纸尿裤市场发展态势 64
 - 第一节 婴儿纸尿裤相关概述 64
 - 一、婴儿纸尿裤分类 65
 - 二、不同品牌婴儿纸尿裤的特点 65
 - 三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 66
 - 第二节 2008年中国婴儿纸尿裤市场发展态势 66
 - 一、中国纸尿裤市场进入高速增长期 66
 - 二、小纸尿裤蕴含大市场 66
 - 三、金佰利看好中国纸尿裤市场 67
 - 第三节 2008年中国婴儿纸尿裤的质量问题 67
 - 一、纸尿裤质量连年下滑 67
 - 二、造成纸尿裤出现质量问题的原因 68
- 第七章 2008年中国其它婴儿用品市场发展形势探析 68
 - 第一节 奶瓶 68
 - 一、新型电子显温奶瓶市场 68
 - 二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位 69
 - 三、医务用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场 69
 - 第二节 童车市场 69
 - 一、欧洲童车市场注重品质 69
 - 二、平湖童车企业合力进军国际市场 70

- 三、童车的发展趋向 70
- 四、婴儿推车的设计特点及分类选择 70
- 五、婴儿学步车的利弊辨析 72
- 第三节 婴儿食品 73
 - 一、婴儿的营养需求 73
 - 二、婴儿辅助食品市场有金可挖 77
 - 三、婴儿营养食品蛋白质含量偏高 80
 - 四、婴儿食品市场发展前景广大 80
- 第四节 其他类 81
 - 一、婴儿浴室市场空间大 81
 - 二、婴儿泳疗介绍 81
 - 三、婴儿枕头的学问 81
 - 四、婴儿纪念品市场前景好 81
- 第八章 2008年中国婴儿用品行业市场竞争态势 82
 - 第一节 2008年中国中外企业竞争格局 82
 - 一、中国婴儿奶粉市场格局初步形成 82
 - 二、高端婴儿奶粉市场酝酿变局 83
 - 三、中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争 83
 - 第二节 2008年中国婴儿用品行业竞争格局 84
 - 一、市场竞争 84
 - 二、行业竞争结构 84
 - 第三节 2008年中国本土企业竞争策略 84
 - 一、国产品牌的机会在细分市场 84
 - 二、本土企业应着力提升服务水平 85
 - 三、合资不是婴儿奶粉企业的万能药方 86
 - 四、中国企业竞争力及竞争策略 86
- 第九章 2008年中国婴儿用品行业重点企业运营状况 87
 - 第一节 伊利股份 87
 - 一、企业基本概况 87
 - 二、企业经营与财务状况 87
 - 三、企业竞争优势 90
 - 四、企业未来发展战略与规划 91
 - 第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 91
 - 一、企业基本概况 91
 - 二、企业经营与财务状况 91

三、企业竞争优势	94
四、企业未来发展战略与规划	95
第三节 广东雅士利集团有限公司	95
一、企业基本概况	95
二、企业经营与财务状况	95
三、企业竞争优势	98
四、企业未来发展战略与规划	99
第四节 好孩子集团海霸有限公司	99
第五节 恒安集团（晋江）卫生用品有限公司	101
一、企业基本概况	101
二、企业经营与财务状况	101
第六节 立志美丽（南京）有限公司	104
第七节 小天使婴童用品(中山)有限公司	107
一、企业基本概况	107
二、企业经营与财务状况	107
第十章 2009-2012年中国婴儿用品行业发展趋势	110
第一节 2009-2012年中国婴儿用品及经营方式发展趋势	110
一、婴儿用品发展趋势	110
二、安全成为婴儿服装纺织的流行趋势	111
三、婴儿用品经营方式发展趋势	111
第二节 2009-2012年中国婴儿用品行业前景预测	112
一、婴儿潮将成为消费市场上的最大亮点	112
二、开发成人系列成为现代婴儿用品市场又一发展方向	113
三、婴儿用品蕴藏巨大市场	113
第三节 2009-2012年中国婴儿用品行业市场盈利状况预测	113
第十一章 2009-2012年中国婴儿用品行业投资契机	114
第一节 2009-2012年中国婴儿用品行业投资环境	114
第二节 2009-2012年中国婴儿用品行业投资机会	114
第三节 2009-2012年中国婴儿用品行业投资风险	115
一、金融风险	115
二、政策风险	115
三、原料风险	115
四、竞争风险	115
五、其他风险	115
第四节 专家建议	116

附录 117

一、婴儿配方乳粉生产许可证审查细则(2006版) 117

二、纸尿裤/片/垫行业标准 124

图表目录

图表 1 宝洁公司在中国的产品 19

图表 2 2007年~2008年四季度我国GDP季度增幅比较 22

图表 3 2008年全年我国三个产业GDP增加值比较 23

图表 4 2004年~2008年我国GDP增长趋势图 24

图表 5 2003年~2008年上半年我国GDP增长趋势图 26

图表 6 2004年~2009年1月我国外贸进出口总值趋势 27

图表 7 2009年1月不同类型进出口贸易总值份额 28

图表 8 2009年1月不同主体进出口贸易总值份额 29

图表 9 2009年1月不同国别双边贸易份额 30

图表 10 1978-2007年我国年末总人口和人口出生率 31

图表 11 1982-2007年我国各年龄段人口占总人口比重 32

图表 12 2007年我国人口数及其构成情况 33

图表 13 婴儿用品的购物规律图 41

图表 14 消费者提出的一些商品方面的个性化需求情况 43

图表 15 被检出三聚氰胺婴幼儿配方乳粉企业名单及产品名称 48

图表 16 数据库营销系统在婴幼儿奶粉企业营销环节的应用 58

图表 17 2006-2007年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利结构 87

图表 18 2006-2007年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产结构 88

图表 19 2006-2007年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成本费用 89

图表 20 2006-2007年浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利结构 91

图表 21 2006-2007年浙江贝因美科工贸股份有限公司资产结构 92

图表 22 2006-2007年浙江贝因美科工贸股份有限公司成本费用 93

图表 23 2006-2007年广东雅士利集团有限公司盈利结构 95

图表 24 2006-2007年广东雅士利集团有限公司资产结构 96

图表 25 2006-2007年广东雅士利集团有限公司成本费用 97

图表 26 2006-2007年好孩子集团海霸有限公司盈利结构 99

图表 27 2006-2007年好孩子集团海霸有限公司资产结构 100

图表 28 2006-2007年好孩子集团海霸有限公司成本费用 100

图表 29 2006-2007年恒安集团(晋江)卫生用品有限公司盈利结构 101

图表 30 2006-2007年恒安集团(晋江)卫生用品有限公司资产结构 102

图表 31 2006-2007年恒安集团(晋江)卫生用品有限公司成本费用 103

- 图表 32 2006-2007年立志美丽（南京）有限公司盈利结构 104
- 图表 33 2006-2007年立志美丽（南京）有限公司资产结构 105
- 图表 34 2006-2007年立志美丽（南京）有限公司成本费用 106
- 图表 35 2006-2007年小天使婴童用品(中山)有限公司盈利结构 107
- 图表 36 2006-2007年小天使婴童用品(中山)有限公司资产结构 108
- 图表 37 2006-2007年小天使婴童用品(中山)有限公司成本费用 109
- 图表 38 超市和婴儿用品专卖店的比较 111
- 图表 39 2006-2007年中国婴儿用品行业主要企业运行情况 113
- 图表 40 企业生产婴幼儿配方乳粉产品必备的生产设备 118
- 图表 41 婴幼儿配方乳粉的产品标准及相关规定 119
- 图表 42 婴幼儿配方乳粉产品的原辅材料标准 120
- 图表 43 企业必备的出厂检验设备 120
- 图表 44 婴幼儿配方乳粉质量检验项目表 121
- 图表 45 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 133
- 图表 46 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 135
- 图表 47 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 137

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanlmy/3502835028.html>