

2016-2022年中国婴幼儿洗护用品市场产销调研及 投资策略研究报告

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《2016-2022年中国婴幼儿洗护用品市场产销调研及投资策略研究报告》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/xiantiyongpin/235489235489.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

产业现状

随着国民生活水平的提高，父母对孩子的消费越来越多，特别是80后的年轻父母，婴幼儿用品追求高档，就连婴幼儿洗护用品也开始呈现高消费的趋势，进入了一个越贵的产品越畅销的怪圈，近三年我国婴幼儿洗护用品行业销售利润率均在11%以上，高于其他洗护用品行业。从市场上我们可以看出，以前的孩子时候洗护用品都用国产的，一般也就在50元以内，现在年轻的父母，选择所谓的进口用品，动不动就要100多元，而且容量很少，然而就是畅销。由于婴幼儿皮肤非常娇嫩，绝大多数父母都很舍得在这方面花钱，为宝宝购买安全放心、质量可靠的产品，正因为如此，目前婴幼儿用品市场上中高档产品的销量更好。3岁以下婴幼儿洗护用品消费水平较高，随着婴幼儿逐步长大，肌肤抵抗力也慢慢提高，对洗护用品的要求下降，在婴幼儿洗护用品上消费水平也逐渐下降，而目前我国0至3岁婴幼儿数量在5000万左右，其中的利润让人眼红。

市场容量

不少年轻父母购买婴幼儿用品追求高档，喜欢洋品牌。现在不少婴幼儿用品都走高端路线，价格越来越贵。一些所谓进口的洗护用品动不动就要100多元，而且容量只有200毫升，比成人的贵了好几倍。现在的婴幼儿用品商店货架上的婴幼儿用品琳琅满目，价格不菲。由于婴幼儿皮肤非常娇嫩，绝大多数父母都很舍得在这方面花钱，为宝宝购买安全放心、质量可靠的产品。我国婴幼儿洗护用品的市场容量约为250亿元。从行业的盈利能力来看，近三年我国婴幼儿洗护用品行业销售利润率均在11%以上，高于其他洗护用品行业。选购洗护用品主要是看适应性。只要产品是安全的，就可以放心使用。另外，和成人洗护用品一样，同一种婴幼儿洗护用品的使用时间不宜过长，最好的办法是经常更换，更换周期是两三个月。

近五年来，婴幼儿用品市场是国内发展速度最快的行业之一，年均增长率在30%以上，预计婴幼儿产业在未来20年内，将是中国最具成长性与最值得投资的产业。近年来，我国每年有将近1500万左右的新生儿出生，其中8-36个月龄的婴幼儿约为4500万，0-6岁的婴幼儿达1.2亿，每年婴幼儿用品消费达数千亿元人民币，婴幼儿用品行业在中国被称为“永远的朝阳产业”。随着中国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，中国婴幼儿洗护用品市场规模不断扩大。随着婴幼儿洗护用品行业竞争的不断加剧，大型婴幼儿洗护用品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的婴幼儿洗护用品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究，将使一批国内优秀的婴幼儿洗护用品品牌逐步崛起。

市场格局

在中国，父母不但已经有更多的可支配收入，他们也几乎是“固执”地希望在孩子身上多投入资金。这给予零售商——从销售打折产品到奢侈产品，各层次进入新的贸易领域的机会

。在近八成的工薪三口之家，孩子的月平均消费竟超过一个大人。婴幼儿用品市场是国内发展速度最快的行业之一，年均增长率在30%以上，而同期中国的GDP增长率在9%左右。为此，预计婴幼儿产业在未来20年内，将是中国最具成长性与最值得投资的产业。随着中国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，中国婴幼儿洗护用品市场规模不断扩大。随着婴幼儿洗护用品行业竞争的不断加剧，大型婴幼儿洗护用品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的婴幼儿洗护用品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究，将使一批国内优秀的婴幼儿洗护用品品牌逐步崛起。

前景预测

随着我国进入第四波婴儿出生高潮，我国的婴童消费市场也随着婴儿潮在膨胀，中国6岁以下婴童的消费市场将达到5000亿元左右的规模。在婴童行业迅速发展的同时，儿童洗护用品市场也迎来了自己的春天。

发展机遇

随着中国第四次婴儿潮的到来，加上二胎政策的放开，婴幼儿洗护用品将迎来“新的春天”，发展空间巨大。婴幼儿洗护用品种类繁多，包括沐浴露、洗发露、护肤霜、爽身粉等等，但“婴儿”和“儿童”没有明确的区分。在各大商场和母婴店，并没有设置专门的儿童洗护用品专区，一般儿童洗护用品都和婴儿洗护用品陈列在一起，有些商场婴儿纸尿裤也和婴儿护理用品一起成列摆放，品类略显混乱。但随着市场的发展，制度的规范化，婴幼儿用品市场的划分将会更多细化，“婴儿”和“儿童”用品将会有更清晰的市场定位。面对来来群雄逐鹿的婴幼儿洗护市场，谁能够分得一块肉呢？待看各企业各显其能！婴幼儿用品的质量一直是家长关注的焦点，很多家长宁愿舍近求远，花比国内多一、两倍的价钱从国外购买婴幼儿用品，也不愿意购买国内的产品，这都是对国内婴幼儿用品质量的不放心。因此，国内品牌产品要赢得家长们的心，首过质量关是关键。

中国报告网发布的《2016-2022年中国婴幼儿洗护用品市场产销调研及投资策略研究报告》首先介绍了婴幼儿洗护用品行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 婴幼儿洗护用品行业发展综述

第一节 婴幼儿洗护用品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 婴幼儿洗护用品行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 婴幼儿洗护用品行业发展方向分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、消费市场关心因素分析
- 四、婴幼儿市场特点分析
- 五、婴幼儿洗护用品周期分析
- 六、婴幼儿洗护用品市场风险提示分析

第二章 婴幼儿洗护用品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 婴幼儿洗护用品行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、婴幼儿洗护用品行业标准
- 四、行业相关发展规划
 - 1、婴幼儿洗护用品行业国家发展规划
 - 2、婴幼儿洗护用品行业地方发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
 - 1、经济复苏对行业的影响
 - 2、货币政策对行业的影响
 - 3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、婴幼儿洗护用品产业社会环境
 - 1、人口环境分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析
 - 4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、婴幼儿洗护用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、婴幼儿洗护用品技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国婴幼儿洗护用品行业新技术研究

二、婴幼儿洗护用品技术发展水平

1、我国婴幼儿洗护用品行业技术水平所处阶段

2、与国外婴幼儿洗护用品行业的技术差距

三、2013-2014年婴幼儿洗护用品技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 婴幼儿洗护用品行业产业链解析

第二节 婴幼儿洗护用品行业原材料市场解析

一、婴幼儿洗护用品行业成本结构与比重

1、成本结构构成分析

2、成本上涨对行业的影响

3、消化成本压力的途径与方法

二、原材料市场分析

1、天然油脂原料市场

（1）应用分析

（2）产量分析

（3）价格分析

（4）对行业的影响分析

2、合成油脂原料市场

（1）应用分析

（2）产量分析

（3）价格分析

（4）对行业的影响分析

3、植物提取物市场

（1）应用分析

（2）市场供给情况

（3）市场价格趋势

（4）对行业的影响分析

4、婴幼儿洗护用品包装行业

- (1) 应用分析
- (2) 供求分析
- (3) 价格分析
- (4) 对行业的影响分析

第三节 婴幼儿洗护用品行业流通链解析

一、传统零售业发展现状与需求

- 1、社会消费品零售总额
- 2、传统零售业发展现状
- 3、婴幼儿洗护用品综合零售渠道需求

二、电子商务发展现状与需求

- 1、电子商务行业发展现状
- 2、婴幼儿洗护用品电子商务渠道需求

第二部分 行业深度分析

第四章 我国婴幼儿洗护用品行业运行现状分析

第一节 我国婴幼儿洗护用品行业发展状况分析

- 一、我国婴幼儿洗护用品行业发展阶段
- 二、我国婴幼儿洗护用品行业发展总体概况
- 三、我国婴幼儿洗护用品行业发展特点分析
- 四、我国婴幼儿洗护用品行业商业模式分析

第二节 2013-2014年婴幼儿洗护用品行业发展现状

- 一、2013-2014年我国婴幼儿洗护用品行业市场规模
- 二、2013-2014年我国婴幼儿洗护用品行业发展分析
- 三、2013-2014年中国婴幼儿洗护用品企业发展分析

第三节 2013-2014年婴幼儿洗护用品市场情况分析

- 一、2013-2014年中国婴幼儿洗护用品市场总体概况
- 二、2013-2014年中国婴幼儿洗护用品产品市场发展分析

第四节 我国婴幼儿洗护用品市场价格走势分析

- 一、婴幼儿洗护用品市场定价机制组成
- 二、婴幼儿洗护用品市场价格影响因素
- 三、2013-2014年婴幼儿洗护用品产品价格走势分析
- 四、2015-2020年婴幼儿洗护用品产品价格走势预测

第五章 我国婴幼儿洗护用品行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国婴幼儿洗护用品行业规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2013-2014年中国婴幼儿洗护用品行业产销分析

一、我国婴幼儿洗护用品行业工业总产值

二、我国婴幼儿洗护用品行业工业销售产值

三、我国婴幼儿洗护用品行业产销率

第三节 2013-2014年中国婴幼儿洗护用品行业指标分析

一、行业盈利能力分析

1、我国婴幼儿洗护用品行业销售利润率

2、我国婴幼儿洗护用品行业成本费用利润率

3、我国婴幼儿洗护用品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国婴幼儿洗护用品行业资产负债比率

2、我国婴幼儿洗护用品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国婴幼儿洗护用品行业应收帐款周转率

2、我国婴幼儿洗护用品行业总资产周转率

3、我国婴幼儿洗护用品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国婴幼儿洗护用品行业总资产增长率

2、我国婴幼儿洗护用品行业利润总额增长率

3、我国婴幼儿洗护用品行业主营业务收入增长率

4、我国婴幼儿洗护用品行业资本保值增值率

第六章 婴幼儿洗护用品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 婴幼儿洗护用品行业进出口市场分析

一、婴幼儿洗护用品行业进出口综述

1、中国婴幼儿洗护用品进出口的特点分析

2、中国婴幼儿洗护用品进出口地区分布状况

3、中国婴幼儿洗护用品进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国婴幼儿洗护用品进出口政策与国际化经营

二、婴幼儿洗护用品行业出口市场分析

1、2013-2014年行业出口整体情况

2、2013-2014年行业出口总额分析

3、2013-2014年行业出口产品结构

三、婴幼儿洗护用品行业进口市场分析

1、2013-2014年行业进口整体情况

2、2013-2014年行业进口总额分析

3、2013-2014年行业进口产品结构

第二节 中国婴幼儿洗护用品出口面临的挑战及对策

一、中国婴幼儿洗护用品出口面临的挑战

二、中国婴幼儿洗护用品行业未来出口展望

三、中国婴幼儿洗护用品产品出口对策

四、婴幼儿洗护用品行业进出口前景及建议

1、行业出口前景及建议

2、行业进口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 婴幼儿洗护用品行业细分产品市场分析

第一节 洗浴用品市场供需及趋势

一、婴幼儿洗发产品市场供需及趋势

1、婴幼儿洗发产品市场需求

2、婴幼儿洗发产品主要品牌及企业

3、婴幼儿洗发产品购买决策与购买行为

4、婴幼儿洗发产品营销特征与针对性

5、婴幼儿洗发产品市场趋势与前景

二、婴幼儿沐浴产品市场供需及趋势

1、婴幼儿沐浴产品市场需求

2、婴幼儿沐浴产品主要品牌及企业

3、婴幼儿沐浴产品购买决策与购买行为

4、婴幼儿沐浴产品市场趋势与前景

三、婴幼儿沐浴工具市场供需及趋势

1、婴幼儿浴盆/浴床市场需求

2、婴幼儿浴盆/浴床主要品牌及企业

3、婴幼儿浴盆/浴床购买决策与购买行为

4、婴幼儿浴盆/浴床市场趋势与前景

第二节 洗涤用品市场供需及趋势

一、婴幼儿洗衣液市场供需及趋势

1、婴幼儿洗衣液市场需求

2、婴幼儿洗衣液主要品牌及企业

3、婴幼儿洗衣液购买决策与购买行为

4、婴幼儿洗衣液市场趋势与前景

二、婴幼儿皂市场供需及趋势

- 1、婴幼儿皂主要品牌及企业
- 2、婴幼儿皂购买决策与购买行为
- 3、婴幼儿皂市场趋势与前景

第三节 护肤用品市场供需及趋势

一、婴幼儿润肤霜（油）市场供需及趋势

- 1、婴幼儿润肤霜（油）市场需求
- 2、婴幼儿润肤霜（油）主要品牌及企业
- 3、婴幼儿润肤霜（油）购买决策与购买行为
- 4、婴幼儿润肤霜（油）市场趋势与前景

二、婴幼儿防晒霜市场供需及趋势

- 1、婴幼儿防晒霜市场需求
- 2、婴幼儿防晒霜主要品牌及企业
- 3、婴幼儿防晒霜市场趋势与前景

三、婴幼儿按摩油市场供需及趋势

- 1、婴幼儿按摩油市场需求
- 2、婴幼儿按摩油主要品牌及企业
- 3、婴幼儿按摩油市场趋势与前景

第四节 特效用品市场供需及趋势

一、婴幼儿爽身粉市场供需及趋势

- 1、婴幼儿爽身粉市场需求
- 2、婴幼儿爽身粉主要品牌及企业
- 3、婴幼儿爽身粉购买决策与购买行为
- 4、婴幼儿爽身粉营销特征与针对性
- 5、婴幼儿爽身粉市场趋势与前景

二、婴幼儿护臀（唇）膏市场供需及趋势

- 1、婴幼儿护臀（唇）膏市场需求
- 2、婴幼儿护臀（唇）膏主要品牌及企业
- 3、婴幼儿护臀（唇）膏购买决策与购买行为
- 4、婴幼儿护臀（唇）膏营销特征与针对性
- 5、婴幼儿护臀（唇）膏市场趋势与前景

三、婴幼儿防蚊水市场供需及趋势

- 1、婴幼儿防蚊水市场需求
- 2、婴幼儿防蚊水主要品牌及企业
- 3、婴幼儿防蚊水营销特征与针对性

4、婴幼儿防蚊水市场趋势与前景

第五节 防尿用品市场供需及趋势

一、婴幼儿纸尿裤市场需求

1、婴幼儿纸尿裤市场需求

2、婴幼儿纸尿裤消费特点

二、婴幼儿纸尿裤市场规模

三、婴幼儿纸尿裤市场竞争

1、婴幼儿纸尿裤总体市场竞争特征

2、婴幼儿纸尿裤主要品牌及企业

四、婴幼儿纸尿裤购买与营销

1、婴幼儿纸尿裤购买决策与购买行为

2、婴幼儿纸尿裤营销特征与针对性

五、婴幼儿纸尿裤市场趋势与前景

第六节 婴幼儿洗护用品产业链延伸

一、延伸至养生保健品市场

二、延伸至婴幼儿童医疗市场

第八章 婴幼儿洗护用品行业消费需求及渠道分析

第一节 婴幼儿洗护用品需求背景

一、人口结构变迁与“婴儿潮”红利

1、我国婴幼儿占总人口比重变化趋势

2、我国人口结构变化特征

3、中国儿童消费群体成长情况

二、家庭消费生命周期与消费特征分析

1、家庭消费生命周期界定

2、不同家庭消费生命周期的消费特征

第二节 婴幼儿洗护用品需求空间分析

一、城市婴幼儿消费规模

二、城市婴幼儿消费结构

三、农村婴幼儿消费规模

四、农村婴幼儿消费结构

五、婴幼儿洗护用品需求空间分析

第三节 婴幼儿洗护用品消费需求调研

一、婴幼儿洗护用品消费层次

二、婴幼儿洗护用品消费承受能力

三、婴幼儿洗护用品消费质量要求

四、婴幼儿洗护用品品牌忠诚度

第四节 婴幼儿洗护用品销售渠道分析

一、婴幼儿洗护用品销售渠道发展

二、国外婴幼儿洗护用品进入渠道

1、直营销销售渠道

2、大型综合连锁卖场

3、超商大卖场

4、品牌专卖店

三、国内婴幼儿洗护用品销售渠道

1、加盟连锁销售渠道

2、会员配送销售渠道

3、电子商务销售渠道

4、婴幼儿用品专营店

5、批发市场销售渠道

四、婴幼儿洗护用品销售渠道发展趋势

第五节 婴幼儿洗护用品营销策略及形式

一、婴幼儿洗护用品营销策略形式

1、形象营销策略

2、概念营销策略

3、品牌营销策略

4、文化营销策略

5、情感营销策略

二、婴幼儿洗护用品广告营销策略

1、行业广告创意诉求分析

2、行业主要广告营销策略比较

3、行业主要广告营销策略分析

(1) 电视广告在婴幼儿洗护用品行业的应用

(2) 平面广告在婴幼儿洗护用品行业的应用

(3) 网络广告在婴幼儿洗护用品行业的应用

第四部分 竞争格局分析

第九章 婴幼儿洗护用品产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国婴幼儿洗护用品产业集群发展特色分析

一、长江三角洲婴幼儿洗护用品产业发展特色分析

二、珠江三角洲婴幼儿洗护用品产业发展特色分析

三、环渤海地区婴幼儿洗护用品产业发展特色分析

四、闽南地区婴幼儿洗护用品产业发展特色分析

第二节 婴幼儿洗护用品重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业效益指标区域分布分析
- 6、行业企业数的区域分布分析

二、婴幼儿洗护用品重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第十章 婴幼儿洗护用品行业发展与竞争分析

第一节 婴幼儿洗护用品行业发展分析

一、婴幼儿洗护用品市场发展概况

二、婴幼儿洗护用品市场发展现状

- 1、市场规模分析
- 2、市场增长率分析
- 3、利润增长率分析
- 4、行业利润率分析

三、国内婴幼儿洗护用品品牌调研

1、宝宝金水

- (1) 产品特征及定位
- (2) 营销模式及动向
- (3) 品牌门店数量及分布

2、孩儿面

- (1) 产品特征及定位
- (2) 营销模式及动向
- (3) 品牌门店数量及分布

3、郁美净

- (1) 产品特征及定位
- (2) 营销模式及动向

(3) 品牌门店数量及分布

4、暖呵

(1) 产品特征及定位

(2) 营销模式及动向

(3) 品牌门店数量及分布

5、六神

(1) 产品特征及定位

(2) 营销模式及动向

(3) 品牌门店数量及分布

6、全因爱

(1) 产品特征及定位

(2) 营销模式及动向

(3) 品牌门店数量及分布

第二节 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系

一、国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系

二、国际跨国公司在华的竞争策略分析

三、国际婴幼儿洗护用品品牌调研及在华投资

1、强生

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

2、宝洁

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

3、雅漾

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

4、婴姿坊

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

5、B&B

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

6、贝亲

(1) 品牌形象

(2) 产品特征与定位

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业投资与渠道建设情况

第三节 国内婴幼儿洗护用品市场发展及竞争关系

一、婴幼儿洗护用品竞争格局

1、市场竞争概况

2、品牌竞争格局

二、婴幼儿洗护用品行业波特五力模型

1、行业上游议价能力分析

2、行业下游议价能力分析

3、行业新进入者威胁分析

4、行业替代品威胁分析

5、行业现有竞争者竞争分析

6、行业五力竞争总结

第十一章 2015-2020年婴幼儿洗护用品行业领先企业经营形势分析

第一节 贝亲婴儿用品（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织结构分析

四、企业主要产品分析

五、企业销售渠道分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业区域布局分析

八、企业经营优劣势分析

九、企业最新动态分析

第二节 康贝（上海）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主要经营指标分析
- 三、企业最新产品分析
- 四、企业组织结构分析
- 五、企业生产工艺分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业销售渠道分析
- 八、企业产品市场份额分析
- 九、企业发展规划分析
- 十、企业市场布局分析

第三节 金佰利（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业发展规划分析
- 五、企业行业影响力分析
- 六、企业销售网络分析
- 七、企业品牌战略分析
- 八、企业技术工艺分析
- 九、企业发展战略分析
- 十、企业最新动态分析

第四节 宝洁（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业组织框架分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业品牌战略分析
- 六、企业产业布局分析
- 七、企业市场影响力分析
- 八、企业发展规划分析
- 九、企业最新动态分析

第五节 厦门帝尔特企业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业销售指标分析

四、企业产品结构分析

五、企业营销网络分析

六、企业区域布局分析

七、企业品牌战略分析

八、企业最新动态分析

九、企业发展前景分析

第六节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业生产工艺分析

四、企业产品结构分析

五、企业市场渠道分析

六、企业并购重组分析

七、企业发展战略分析

八、企业市场影响力分析

九、企业经营优劣势分析

十、企业最新动态分析

第七节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主要经营指标分析

三、企业最新产品分析

四、企业组织结构分析

五、企业生产工艺分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业销售渠道分析

八、企业产品市场份额分析

九、企业发展规划分析

十、企业市场布局分析

第八节 天津郁美净集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业组织框架分析

四、企业研发实力分析

五、企业品牌战略分析

六、企业产业布局分析

七、企业市场影响力分析

八、企业发展规划分析

九、企业最新动态分析

第九节 青蛙王子（中国）日化有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织结构分析

四、企业主要产品分析

五、企业销售渠道分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业区域布局分析

八、企业经营优劣势分析

九、企业最新动态分析

第十节 广州市宝贝乐婴童用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业生产工艺分析

四、企业产品结构分析

五、企业市场渠道分析

六、企业并购重组分析

七、企业发展战略分析

八、企业市场影响力分析

九、企业经营优劣势分析

十、企业最新动态分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 婴幼儿洗护用品行业“十三五”规划研究

第一节 “十二五”婴幼儿洗护用品行业发展回顾

一、“十二五”婴幼儿洗护用品行业运行情况

二、“十二五”婴幼儿洗护用品行业发展特点

三、“十二五”婴幼儿洗护用品行业发展成就

第二节 婴幼儿洗护用品行业“十三五”总体规划

一、婴幼儿洗护用品行业“十三五”规划纲要

二、婴幼儿洗护用品行业“十三五”规划指导思想

三、婴幼儿洗护用品行业“十三五”规划主要目标

第三节 “十三五”规划解读

一、“十三五”规划的总体战略布局

二、“十三五”规划对经济发展的影响

三、“十三五”规划的主要精神解读

第四节 “十三五”区域产业发展分析

一、“十二五”区域发展态势与存在问题

二、“十三五”我国区域政策的基本走向

三、“十三五”区域产业布局与产业转移

第五节 “十三五”时期婴幼儿洗护用品行业热点问题研究

一、行业技术发展热点问题

二、产业增长方式转型问题

三、行业产业链延伸问题

四、行业节能减排问题

五、产业转移及承接问题

第十三章 2015-2020年婴幼儿洗护用品行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年婴幼儿洗护用品市场发展前景

一、2015-2020年婴幼儿洗护用品市场发展潜力

二、2015-2020年婴幼儿洗护用品市场发展前景展望

三、2015-2020年婴幼儿洗护用品细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年婴幼儿洗护用品市场发展趋势预测

一、2015-2020年婴幼儿洗护用品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2015-2020年婴幼儿洗护用品市场规模预测

1、婴幼儿洗护用品行业市场容量预测

2、婴幼儿洗护用品行业销售收入预测

三、2015-2020年婴幼儿洗护用品行业应用趋势预测

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国婴幼儿洗护用品行业供需预测

一、2015-2020年中国婴幼儿洗护用品行业供给预测

二、2015-2020年中国婴幼儿洗护用品行业产量预测

三、2015-2020年中国婴幼儿洗护用品市场销量预测

四、2015-2020年中国婴幼儿洗护用品行业需求预测

五、2015-2020年中国婴幼儿洗护用品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2015-2020年婴幼儿洗护用品行业投资机会与风险防范

第一节 婴幼儿洗护用品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、婴幼儿洗护用品行业投资现状分析

1、婴幼儿洗护用品产业投资经历的阶段

2、2013-2014年婴幼儿洗护用品行业投资状况回顾

3、2013-2014年中国婴幼儿洗护用品行业风险投资状况

4、2015-2020年我国婴幼儿洗护用品行业的投资态势

第二节 2015-2020年婴幼儿洗护用品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、婴幼儿洗护用品行业投资机遇

第三节 2015-2020年婴幼儿洗护用品业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国婴幼儿洗护用品行业投资建议

一、婴幼儿洗护用品行业未来发展方向

二、婴幼儿洗护用品行业主要投资建议

三、中国婴幼儿洗护用品企业融资分析

1、中国婴幼儿洗护用品企业IPO融资分析

2、中国婴幼儿洗护用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十五章 2015-2020年婴幼儿洗护用品行业面临的困境及对策

第一节 2015年婴幼儿洗护用品行业面临的困境

第二节 婴幼儿洗护用品企业面临的困境及对策

一、重点婴幼儿洗护用品企业面临的困境及对策

1、重点婴幼儿洗护用品企业面临的困境

2、重点婴幼儿洗护用品企业对策探讨

二、中小婴幼儿洗护用品企业发展困境及策略分析

1、中小婴幼儿洗护用品企业面临的困境

2、中小婴幼儿洗护用品企业对策探讨

三、国内婴幼儿洗护用品企业的出路分析

第三节 中国婴幼儿洗护用品行业存在的问题及对策

一、中国婴幼儿洗护用品行业存在的问题

二、婴幼儿洗护用品行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 婴幼儿洗护用品市场发展面临的挑战与对策

第十六章 婴幼儿洗护用品行业发展战略研究

第一节 婴幼儿洗护用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

第二节 对我国婴幼儿洗护用品品牌的战略思考

一、婴幼儿洗护用品品牌的重要性

二、婴幼儿洗护用品实施品牌战略的意义

三、婴幼儿洗护用品企业品牌的现状分析

四、我国婴幼儿洗护用品企业的品牌战略

五、婴幼儿洗护用品品牌战略管理的策略

第三节 婴幼儿洗护用品经营策略分析

- 一、婴幼儿洗护用品市场细分策略
- 二、婴幼儿洗护用品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、婴幼儿洗护用品新产品差异化战略

第四节 婴幼儿洗护用品行业投资战略研究

- 一、2015年婴幼儿洗护用品行业投资战略
- 二、2015-2020年婴幼儿洗护用品行业投资战略
- 三、2015-2020年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及投资建议

第一节 婴幼儿洗护用品行业研究结论及建议

第二节 婴幼儿洗护用品子行业研究结论及建议

第三节 婴幼儿洗护用品行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表 塑料包装行业对婴幼儿洗护用品行业的影响分析

图表 2013-2014年限额以上日用品零售额及增长情况

图表 2013-2014年全国零售业经营单位数

图表 高档洗护用品销售渠道结构

图表 婴幼儿洗护用品综合零售渠道需求分析

图表 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长率

图表 城市婴幼儿消费结构分析

图表 2013-2014年农村居民人均纯收入及增长率

图表 农村婴幼儿消费结构分析

图表 2013-2014年中国电子商务交易规模及预测

图表 2015-2020年0-12岁婴童用品市场规模及预测

图表 中国婴童用品消费结构

图表 中国婴幼儿洗护用品市场规模

图表 中国婴幼儿洗护用品市场品牌市场占有率

图表 婴幼儿沐浴产品市场趋势

图表 婴幼儿洗衣液市场趋势

图表 婴幼儿润肤霜（油）购买决策与购买行为分析

图表 婴幼儿防晒霜市场趋势

图表 婴幼儿按摩油市场趋势

图表 婴幼儿爽身粉购买决策与购买行为分析

图表 婴幼儿爽身粉营销特征与针对性分析

图表 青岛东元进出口有限公司销量情况

图表 婴儿纸尿裤消费特点

图表 国内婴儿纸尿裤主要品牌

图表 2013-2014年中国婴儿纸尿裤市场品牌排名

图表 中国不同年龄段人群患病及就诊率情况

图表 2015-2020年中国婴幼儿童药销售收入及预测

图表 第六次人口普查中国大陆人口年龄结构占比情况

图表 家庭消费生命周期分析

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/235489235489.html>