

2016-2022年中国婴儿用品行业竞争态势及十三五运行态势预测报告

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年中国婴儿用品行业竞争态势及十三五运行态势预测报告》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/qitajtfw/250946250946.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国婴儿用品行业竞争态势及十三五运行态势预测报告》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。

报告简介

第一章2013-2016年世界婴儿用品运行环境及动态分析

第一节近两年国际人口生育状况分析

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

第二节2013-2016年国际婴儿用品市场运行分析

- 一、美国婴儿用品市场规模分析
- 二、中东婴儿用品市场分析
- 三、浅析欧盟婴儿护理用品市场

第三节2016-2022年世界婴儿用品产业发展趋势分析

第二章2013-2016年中国婴儿用品产业运行环境透析

第一节2013-2016年中国人口出生率情况分析

- 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
- 四、我国农村绝对贫困人口30年减少35亿

第二节2013-2016年中国人口结构情况分析

- 一、中国人口构成情况
- 二、中国人口年龄结构的不断变化
- 三、中国人口结构面临六大难题

第三节2013-2016年中国计划生育政策发展形势分析

- 一、计划生育上海少生近半数人
- 二、广州鼓励独生子女生两小孩
- 三、全国享受独生子女夫妇生二胎政策

第四节2013-2016年中国居民收入情况分析

- 一、中国居民收入总体情况
- 二、城镇居民收入分配状况
- 三、农村居民收入分配状况
- 四、地区间居民收入分配状况

第五节2013-2016年中国婴儿用品产业政策解读

- 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

第三章 2013-2016年中国婴儿用品行业运行形势分析

第一节2013-2016年中国婴儿用品行业现状分析

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、婴儿用品市场更趋成熟
- 三、婴儿用品市场潜力巨大

第二节2013-2016年中国婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴儿用品消费者特点
- 二、婴儿用品消费者购买行为的共性分析
- 三、对婴儿用品经营的启发

第三节2013-2016年中国婴儿用品终端市场营销分析

- 一、婴儿用品的不同销售模式
- 二、婴儿用品店的五大误区
- 三、婴儿用品店生存法则
- 四、婴儿用品店必须转守为攻

第四章2013-2016年中国婴儿奶粉行业运行动态分析

第一节2013-2016年中国婴儿奶粉行业现状分析

- 一、婴儿奶粉行业事故频发
- 二、婴儿奶粉行业将出现高端混战
- 三、促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点

第二节2013-2016年中国婴儿奶粉市场概况

- 一、中国高档婴儿奶粉市场空间大

二、中国高档婴儿配方奶粉市场还有上升空间

三、消费者青睐洋品牌婴儿奶粉

第三节2013-2016年中国婴儿奶粉营销分析

一、婴儿奶粉企业打起营销模式战

二、数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用

三、4p组合在婴儿奶粉行业的应用状况

第四节2013-2016年中国婴儿奶粉行业存在的问题

一、浅析婴儿奶粉行业的四大乱象

二、婴儿奶粉的质量令人忧

三、婴儿奶粉营养素问题有待解决

第五章2013-2016年中国婴儿食品其它细分市场运行剖析

第一节婴儿辅食

一、宝宝成长各阶段辅食各不同

二、母乳+辅食,“混搭”有讲究

三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率

四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破

五、婴儿辅食典型企业

1、亨氏

2、雀巢

3、青岛百乐麦食品公司

第二节婴儿保健食品

一、中国医药发力孕婴保健市场

二、婴儿保健食品市场消费情况

三、婴儿保健食品需标注营养含量

四、婴儿保健食品研发现状

五、婴儿保健食品质量抽检情况

六、婴儿保健食品发展趋势

第六章 2013-2016年中国婴儿纸尿裤市场运行走势分析

第一节2013-2016年中国婴儿纸尿裤产业发展概述

一、定义及结构设计

二、不同品牌纸尿裤的特点

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别

第二节2013-2016年中国婴儿纸尿裤市场发展态势分析

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期

二、小纸尿裤蕴含大市场

三、金佰利看好中国纸尿裤市场

四、全球婴儿纸尿裤市场展望

第三节2013-2016年中国纸尿裤的质量问题与对策分析

第七章 2013-2016年中国其它婴儿用品市场运行态势分析

第一节奶瓶

一、新型电子显温奶瓶市场综述

二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位

三、南京市场奶瓶质量良莠不齐

第二节童车市场

一、欧洲童车市场注重品质

二、平湖童车企业合力进军国际市场

三、童车的发展呈现三大趋向

四、婴儿推车的设计特点及分类选择

五、婴儿学步车的利弊辨析

第三节其他类

一、婴儿浴室市场空间大

二、婴儿泳疗介绍

三、婴儿枕头的学问

四、婴儿纪念品市场前景好

第八章2013-2016年中国婴儿用品产业竞争格局分析

第一节2013-2016年中外婴儿奶粉企业竞争分析

一、中国婴儿奶粉市场格局初步形成

二、高端婴儿奶粉市场酝酿变局

三、中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争

第二节2013-2016年婴儿奶粉本土企业竞争策略分析

一、国产品牌的机会在细分市场

二、本土企业应着力提升服务水平

三、合资不是婴儿奶粉企业的万能药方

四、中国企业竞争力及竞争策略分析

第三节2013-2016年中国部分城市婴儿用品市场分析

一、北京婴儿用品市场上演价格战

二、成都市婴儿用品市场广阔

三、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第九章 2013-2016年国外重点婴儿用品企业运行分析

第一节美赞臣

一、公司概况

二、美赞臣推出全新品牌策略

三、美赞臣用服务铸造品牌

第二节多美滋

一、公司概况

二、多美滋加大对华投资

三、多美滋成纽米克中国市场主打品牌

第三节雀巢

一、公司概况

二、雀巢调整策略加快进军国际市场步伐

三、雀巢成长奶粉再度出手中国

第四节强生

一、公司概况

二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象

三、解析强生公司网络营销策略

第五节宝洁

一、公司概况

二、帮宝适纸尿裤的历史

三、宝洁加强帮宝适和佳洁士两大品牌

第六节金佰利

一、公司概况

二、金佰利掘金中国“婴儿潮”

三、金佰利看好中国市场

第十章 2013-2016年中国婴儿用品重点企业竞争性财务分析

第一节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

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

第二节浙江贝因美科工贸股份有限公司

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

第三节黑龙江雅士利乳业有限公司

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

第四节广东奥飞动漫文化股份有限公司

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

第五节好孩子集团有限公司

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

第六节广东省奥迪玩具实业有限公司

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

第七节北京三元食品股份有限公司、

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

第八节黑龙江省完达山乳业股份有限公司

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

第九节哈尔滨太子乳品工业有限公司

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

第十节黑龙江飞鹤乳业有限公司

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

第十一节略……………

第十一章2016-2022年中国婴儿用品行业发展趋势前景分析

第一节2016-2022年中国婴儿用品及经营方式发展趋势

一、婴儿用品呈现四大发展趋势

二、安全成为婴儿服装的成为流行趋势

三、婴儿用品经营方式发展趋势

第二节2016-2022年中国婴儿用品行业前景预测分析

一、婴儿用品前景看好

二、婴幼儿用品市场前景广阔

三、婴儿用品蕴藏巨大市场

第三节2016-2022年中国婴儿用品产业盈利预测分析

第十二章2016-2022年中国婴儿用品产业投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国婴儿用品产业投资环境分析

第二节2016-2022年中国婴儿用品产业投资机会分析

第三节2016-2022年中国婴儿用品产业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第四节投资建议

图表目录

图表：全国各省市人口出生率及人口数

图表：2013-2015年全国各省市生育率

图表：2013-2015年中国人口变化情况

图表：日本历年来出生人口数和总和生育率

图表：美国历年来出生人口数和总和生育率

图表：中国三次出生高峰和历年总和生育率

图表：中国人口年龄结构变化

图表：年龄结构类型划分标准

图表：婴儿用品专卖店和超市优劣势比较

图表：消费者购买婴儿用品的规律

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债情况图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债情况图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司成长能力指标走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司主要经济指标走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司经营收入走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司盈利指标走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司负债情况图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司负债指标走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司运营能力指标走势图

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司成长能力指标走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司经营收入走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司盈利指标走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司负债情况图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司负债指标走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司成长能力指标走势图

(GYYS)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajtfw/250946250946.html>