

2008—2012年中国婴儿润肤露市场分析及产业前景预测报告

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《2008—2012年中国婴儿润肤露市场分析及产业前景预测报告》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/huazhuang/1473514735.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8500

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

[英文版]: 16800元

目录

第一章 国内外婴儿润肤露行业发展环境

第一节 中国人口结构

- 一、中国人口出生情况
- 二、中国人口地区分布状况
- 三、中国人口结构面临的六大问题

第二节 国内经济和社会环境

- 一、近年来我国国民经济发展概况
- 二、城市化和人民生活水平

第三节 国际环境

- 一、英国提倡一个家庭只生两个孩
- 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
- 四、2006年日本人口出生率回升

第四节 国际婴儿润肤露市场

- 一、国际婴儿润肤露行业发展成熟度
- 二、国际婴儿润肤露行业发展趋势
- 三、主要国家婴儿润肤露市场现状

第二章 2008-2012年婴儿润肤露行业结构

第一节 婴儿润肤露行业基本特征

- 一、婴儿润肤露行业主要细分产品
- 二、婴儿润肤露行业产业链

第二节 婴儿润肤露行业竞争格局

- 一、婴儿润肤露行业主要企业和主要品牌
- 二、婴儿润肤露市场集中度

第三节 婴儿润肤露行业的“波特五力模型”

- 一、现有企业间的竞争
- 二、潜在进入者
- 三、替代品威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三章 2008-2012年中国婴儿润肤露市场供需状况

第一节 婴儿润肤露消费需求特征

- 一、城镇和农村消费者需求特征
- 二、不同收入层次家庭需求特征
- 三、婴儿润肤露等细分产品的需求特征
- 四、婴儿润肤露消费的决策过程

第二节 2001-2007年婴儿润肤露行业供需状况

- 一、2001-2007年婴儿润肤露供给状况
- 二、2001-2007年婴儿润肤露需求状况
- 三、2001-2007年婴儿润肤露供需缺口
- 四、2008-2012年我国婴儿润肤露供需缺口变化趋势预测

第三节 2008-2012年中国婴儿润肤露消费量

- 一、2001-2007年我国婴儿润肤露消费量
- 二、2001-2007年婴儿润肤露各细分产品消费量
- 三、2008-2012年我国婴儿润肤露消费量预测

第四节 影响婴儿润肤露行业供需关系的主要因素

第四章 2008-2012年中国婴儿润肤露行业生产状况

第一节 2001-2007年婴儿润肤露产量增长情况

第二节 婴儿润肤露行业产能

- 一、主要生产企业及其产能
- 二、婴儿润肤露行业产能扩张趋势
- 三、重点省区产能

第三节 婴儿润肤露行业成本结构

- 一、原材料成本
- 二、研发和设计成本
- 三、知识产权使用许可费
- 四、劳动力成本
- 五、其它成本

第四节 婴儿润肤露行业生产中存在的主要问题

第五章 2008-2012年主要区域市场

第一节 华北地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好

第二节 东北地区

- 一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第三节 华东地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第四节 华中地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第五节 华南地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第六节 西南地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第七节 华南地区

一、市场容量和市场前景

二、市场成熟度和竞争状况

三、消费者偏好

第六章 2008-2012年婴儿润肤露行业市场营销

第一节 主要营销模式

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 营销策略

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

第三节 婴儿润肤露企业营销模式建议

一、婴儿润肤露企业的国内营销模式建议

（一）婴儿润肤露企业的渠道建设

（二）婴儿润肤露企业的品牌建设

二、婴儿润肤露企业海外营销模式建议

（一）婴儿润肤露企业的海外细分市场选择

（二）婴儿润肤露企业的海外经销商选择

第四节 婴儿润肤露行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴儿润肤露营销未来

二、未来婴儿润肤露营销模式发展趋势

第七章 2008-2012年婴儿润肤露行业进出口

第一节 婴儿润肤露进出口现状

一、进口规模及产品结构

二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国婴儿润肤露面临的“反倾销”问题及应对措施

一、我国婴儿润肤露行业遭受“反倾销”调查的主要案例

二、应对反倾销调查的措施

第三节 2008-2012年中国婴儿润肤露进出口发展趋势

第八章 2008-2012年婴儿润肤露行业主要品牌企业

第一节 强生

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第二节 贝亲

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第三节 郁美净

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第四节 新安怡

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第五节 孩儿面

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第六节 NUK

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第七节 金盏花

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第八节 婴姿坊

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第九节 爱得利

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第十节 贝蒂儿

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第十一节 好孩子

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第九章 2008-2012年中国婴儿润肤露行业市场预测

第一节 2008-2012年中国婴儿润肤露季节特征

第二节 2008-2012年中国婴儿润肤露产品趋势

第三节 2008-2012年中国婴儿润肤露价格走势

第四节 2008-2012年中国婴儿润肤露竞争格局

第十章 2008-2012年婴儿润肤露行业投资价值与投资策略

第一节 婴儿润肤露行业投资价值

- 一、婴儿润肤露行业发展前景
- 二、婴儿润肤露行业盈利能力预测
- 三、投资机会
- 四、投资价值综合

第二节 婴儿润肤露行业投资风险

- 一、市场风险
- 二、竞争风险
- 三、原材料价格波动的风险
- 四、经营风险
- 五、政策风险

第三节 婴儿润肤露行业投资策略

- 一、市场定位
- 二、重点区域

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/1473514735.html>