

2018年中国婴童用品行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

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年中国婴童用品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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/347517347517.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

在多数人口普查和相关报告中，一般把“婴童”界定在0-14岁，有时也会缩窄到0-12岁或扩展到0-16岁。国家统计局数据显示，2013年我国0-14岁婴童人口约有2.38亿人。根据数据，婴童商品占整个婴童产业的56%（制造/零售分别为46%/10%）。按商品的消费属性来看，婴童商品可以分为两大类：1.复购率较高的非耐用品：具体来说包括：“吃”（奶粉、辅食等婴儿食品）、“穿”（童装/童鞋）、“用”（尿布/洗护用品/湿纸巾等日用品）、“玩”（玩具）；2.复购率较低的耐用品：包括“行”（婴儿车/安全座椅/自行车等）、“住”（儿童家具等）。

图：婴童消费品分类

资料来源：互联网

“二孩时代”到来，使孕婴童用品行业站上发展的新风口，孕婴童用品行业是一个新兴产业，是一个细分的新兴市场，带动我国玩具和婴童用品行业发展迅速，取得显著成绩。

长期以来，中国玩具产业一直被外界看成是加工贸易的典型产业，但随着近年来，企业自创品牌意识的提高，中国玩具产业显然已经不再是以加工贸易为主。面对今天复杂多变的商业环境，婴童用品行业从上游的生产商、品牌商，到中间的代理商，再到下游的零售商，都面临升级转型。

根据预测，到2020年，中国玩具和婴童用品行业总产值将达9000亿元，在国际市场份额中占据优势地位。同时，为实现全行业由制造大国向制造强国的历史跨越。

当前，互联网、二次元、行业新政、新元素等带来新冲击，孕婴童用品行业正在经历新的转折阵痛，正走向行业大洗牌的转型时代。

今后几年，随着二孩政策的实施，我国将有越来越多“80后”“90后”成为年轻一代父母。品牌、新品、高端、个性化、定制化和人性化，成为相关消费的“关键词”，这将为我国乃至全球的玩具和婴童用品行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力。（GYWWPT）

观研天下发布的《2018年中国婴童用品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一部分母婴童用品产业运行整体运行态势

第一章母婴童用品产业相关概述

第一节母婴童用品概况

- 一、妈妈用品
- 二、宝宝日常用品
- 三、宝宝衣物

第二节母婴童用品其他知识

- 一、奶瓶和奶嘴种类
- 二、纸尿裤和传统尿片对比分析
- 三、国内排名前五位的纸尿裤品牌
- 四、宝宝护肤品的选择与使用

第二章2017年中国母婴童用品产业运行环境分析

第一节2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2017年中国母婴童用品产业政策环境分析

一、中华人民共和国母婴保健法

二、城市儿童保健工作要求

三、农村儿童保健工作要求

第三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

第四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

第三章2017年中国母婴童用品市场发展新形势分析

第一节2017年中国母婴童用品市场发展状况

一、中国母婴童用品市场发展特点分析

二、萧山母婴童用品市场或将面临洗牌

三、惠州母婴童用品市场调研

第二节2017年中国母婴童用品市场供需分析分析

一、婴幼儿用品市场调研

二、中国母婴产品市场商机分析

三、婴幼儿用品价格分析

第三节2017年中国部分城市母婴童用品市场情况

一、北京市

二、上海市

三、深圳市

第二部分母婴童用品细分市场深度剖析

第四章2017年中国婴儿服装鞋帽市场发展分析

第一节2017年中国婴儿服装鞋帽行业发展综述

一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾

二、中国婴儿服装鞋帽标准已达国际先进水平

三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析

第二节2017年婴儿服装鞋帽市场运行综述

一、婴儿服装鞋帽市场特点分析

二、婴儿服装鞋帽市场规模分析

2017年中国童装行业市场规模预测

三、儿童家纺市场缺口依然存在

第三节2017年中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析

一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进

二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展

三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂

第四节2017年中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题

一、婴儿服装鞋帽成人化趋势明显

二、婴儿服装鞋帽价格偏贵

三、国产婴儿服装鞋帽“无牌”设计

四、批发市场婴儿服装鞋帽质量堪忧

五、婴儿服装鞋帽市场的“重女轻男”现象

第五章2017年中国婴儿玩具市场供需分析分析

第一节2017年中国婴儿玩具市场动态分析

一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析

二、“婴儿潮”引爆“淘金潮”市场规模

第二节2017年中国玩具产业运行总况

一、国内玩具市场年增长速度快

二、中国玩具市场亟待深耕细作

三、中国玩具市场期待建设大型零售连锁

第三节2017年中国婴儿玩具市场调研

一、国内婴儿玩具市场特点分析

二、中国婴儿玩具市场的需求规模

三、国内婴儿玩具市场销售特点

四、国内婴儿玩具消费市场潜力大

五、国内婴儿玩具市场安全隐患多

第六章2017年中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析

第一节2017年中国婴幼儿奶粉市场发展分析

一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状

2018-2024年中国配方奶粉市场规模统计及预测

二、中国乳制品产量情况

三、中国婴儿配方奶粉市场运营状况分析探讨

第二节2017年婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析

第三节2017年中国婴幼儿奶粉营销分析

一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析

二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究

三、婴幼儿奶粉三种成功营销模式

第四节2017年中国奶粉进出口情况分析

第七章2017年中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析

第一节婴幼儿纸尿裤产品概述

一、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2017年中国纸尿裤行业市场运行综述

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

第三节2017年中国纸尿裤消费需求特征分析

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、纸尿裤等细分产品的需求特征

四、纸尿裤消费的决策过程分析

第四节2017年中国纸尿裤市场价格分析

一、国际品牌纸尿裤市场调研

二、国内品牌纸尿裤市场调研

三、价格同比分析

第五节2017年中国纸尿裤的质量问题

一、纸尿裤质量连年下滑

二、纸尿裤的三项指标不合格

三、造成纸尿裤出现质量问题的原因

第八章2017年其他母婴童用品市场运行走势分析

第一节 孕妇装

- 一、中国孕妇装业发展历史
- 二、中国孕妇装品牌分析
- 三、孕妇装成行业新亮点
- 四、未来中国孕妇装市场前景分析

第二节 婴儿奶瓶

- 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、2017年加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶
- 七、2017年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析

第三节 婴儿床

- 一、婴儿床产业热点聚焦
- 二、中国婴儿床品牌状况
- 三、中国婴儿床价格情况分析
- 三、婴儿床产品研发情况分析
- 四、婴儿床市场需求消费情况分析

第四节 婴儿护肤品

第三部分 母婴童用品市场竞争力测评

第九章 2017年中国母婴童用品市场竞争格局分析

第一节 2017年中国母婴童用品行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

第二节 2017年中国婴幼儿奶粉竞争分析

- 一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析
- 二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况
- 三、2017年婴幼儿奶粉市场竞争分析

第三节 2017年中国童装行业竞争分析

- 一、高科技竞争

- 二、品牌竞争
- 三、渠道竞争
- 四、管理竞争
- 五、创新竞争
- 六、人力资源竞争
- 七、理念竞争
- 八、资讯竞争
- 九、竞争的弱化趋势

第十章2017年中国母婴童用品市场营销战略分析

第一节2017年中国母婴童用品营销分析

- 二、中国母婴童用品网络营销分析
- 三、中国母婴童用品店营销问题
- 四、中国母婴童用品营销渠道探讨

第二节2017年中国童装营销分析

- 一、童装销售渠道分析
- 二、中国童装市场生产营销情况
- 三、童装的网络营销策略
- 四、童装营销品牌传播策略

第十一章2017年中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析

第一节广东奥飞动漫文化股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节好孩子集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第三节广东省奥迪玩具实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节汕头市迪士嘉玩具厂有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节中山市隆成日用制品有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十二章中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析

第一节北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节黑龙江雅士利乳业有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节澳优乳品（湖南）有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节哈尔滨太子乳品工业有限公司

一、企业概况

- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十三章2017年中国童装行业重点企业竞争力分析

第一节青岛绮丽佳美制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节红黄蓝集团绍兴服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第三节上海巴布豆儿童用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四节厦门市立达信服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第五节威海奥威服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四部分母婴童用品行业趋势与投资规划建议分析

第十四章2018-2024年中国母婴童用品趋势预测与趋势分析

第一节2018-2024年中国母婴童用品趋势预测分析

- 一、中国母婴童用品市场趋势预测

二、中国童鞋市场前景

三、中国童装产量预测分析

第二节2018-2024年中国母婴童用品发展趋势分析

一、2017年中国母婴童用品市场发展预测

二、今后中国童装市场发展趋势

三、童装市场整体发展趋势

四、童装流行趋势

五、中国童装消费趋势

六、未来婴幼儿奶粉市场发展趋势

第三节2018-2024年中国母婴童用品市场盈利预测分析

第十五章2018-2024年中国母婴童用品投资策略分析

第一节母婴童用品行业品牌战略分析

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、母婴童用品品牌的特性和作用

四、母婴童用品品牌的价值战略

五、中国母婴童用品品牌竞争趋势

六、母婴童用品企业品牌投资前景

七、母婴童用品行业品牌竞争策略

第二节2018-2024年中国母婴童用品企业经营管理策略

一、企业经营策略综述

二、企业产品经营策略

三、企业渠道经营策略

四、企业并购策略分析

五、经济危机下企业经营管理策略

第十六章2018-2024年中国母婴童用品投资规划建议分析

第一节母婴童用品投资特点与潜力分析

一、母婴童用品投资特点

二、孕妇装市场投资潜力

三、童装市场的投资特性

第二节2018-2024年中国母婴童用品行业投资规划建议研究

第三节金融危机下母婴童用品发展与投资前景研究分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

图表目录

图表2018-2024年中国GDP总量及增长趋势图

图表2017年中国三产业增加值结构图

图表2018-2024年中国CPI、PPI月度走势图

图表2018-2024年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2018-2024年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2018-2024年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表2018-2024年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表2018-2024年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2018-2024年中国工业增加值增长趋势图

图表2018-2024年我国社会固定资产投资额走势图

图表2018-2024年我国城乡固定资产投资额对比图

图表2018-2024年我国财政收入支出走势图

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/347517347517.html>