

2017-2022年中国母婴用品市场运营态势及十三五 盈利前景预测报告

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《2017-2022年中国母婴用品市场运营态势及十三五盈利前景预测报告》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/fangzhi/267643267643.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《2017-2022年中国母婴用品市场运营态势及十三五盈利前景预测报告》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。

报告目录：

第一章母婴用品产业相关概述

第一节母婴用品概况

一、妈妈用品

二、宝宝日常用品

三、宝宝衣物

第二节母婴用品其他知识

一、奶瓶和奶嘴种类

1、奶瓶

2、奶瓶用奶嘴

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2014-2016年中国母婴用品产业运行环境分析

第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析

一、全球经济贸易发展形势

二、国内经济稳步向前发展

1、国民经济运行情况GDP(季度更新)

2、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

3、全国居民收入情况（季度更新）

4、恩格尔系数（年度更新）

5、工业发展形势（季度更新）

6、固定资产投资情况（季度更新）

7、中国汇率调整（人民币升值）

8、对外贸易&进出口

第二节2014-2016年中国母婴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、2014-2016年中国人口增长率及阶段发展

二、中国人口数量2016全国各省人口排名

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

第三章2014-2016年中国母婴用品市场发展新形势分析

第一节2014-2016年中国母婴用品市场发展状况

一、中国母婴用品市场发展特点分析

二、2016年家电巨头布局母婴家电市场争食大蛋糕

第二节2014-2016年中国母婴用品市场运行态势分析

一、婴幼儿用品市场分析

二、中国母婴产品市场商机分析

第三节2014-2016年中国部分城市母婴用品市场情况

一、北京市

二、上海市

三、成都市

四、临沂市

第四章2014-2016年中国婴儿服装鞋帽市场发展分析

第一节2014-2016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、新国标强制规范婴幼儿服装

三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析

第二节2014-2016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

三、儿童家纺市场缺口依然存在

第三节2014-2016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2014-2016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、婴儿服装鞋帽零售运营主要存在的问题
- 三、应对措施

第五章2014-2016年中国婴儿玩具市场运行态势分析

第一节2014-2016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2014-2016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

第三节2014-2016年中国婴儿玩具市场分析

- 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、国内婴儿玩具市场竞争热点与发展趋势
- 五、国内婴儿玩具市场潜力
- 六、国内婴儿玩具市场安全隐患多

第六章2014-2016年中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析

第一节2014-2016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
- 二、中国乳制品产量情况
- 三、婴儿配方奶粉在中国市场的商业风险

第二节2014-2016年婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析

第三节2014-2016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2014-2016年全球奶粉进出口情况分析

第七章2014-2016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2014-2016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、环境利好催热纸尿裤

三、1200个品牌扎堆

四、未来门槛将提高

第三节2014-2016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2014-2016年中国纸尿裤市场趋势分析

一、国际品牌纸尿裤市场分析

二、国内品牌纸尿裤市场分析

三、全球纸尿裤市场发展趋势

第五节2014-2016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2014-2016年其他母婴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、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠

五、2014-2016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、贝安诺婴儿床打入中国市场的几大优势

四、婴儿床产品研发情况分析

第四节婴儿护肤品

第九章2014-2016年中国母婴用品市场竞争格局分析

第一节2014-2016年中国母婴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2014-2016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、婴幼儿奶粉市场竞争分析

第三节2014-2016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2014-2016年中国母婴用品市场营销战略分析

第一节2014-2016年中国母婴用品营销分析

一、中国母婴用品“目录直销”模式营销分析

二、中国母婴用品网络营销分析

三、中国母婴用品店营销问题

四、中国母婴用品营销渠道探讨

第二节2014-2016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2014-2016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、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

第三节广东骅威玩具工艺股份有限公司

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

第四节星辉互动娱乐股份有限公司

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

第五节广东群兴玩具股份有限公司

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

第十二章2014-2016年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、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

第二节光明乳业股份有限公司

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

第三节贝因美

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

第四节澳优乳品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

第五节蒙牛乳业（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、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

第十三章2014-2016年中国童装行业重点企业竞争力分析

第一节温州市森马童装有限公司

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

第二节维蓓苾服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

第三节上海巴布豆儿童用品有限公司

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

第四节厦门市立达信服装有限公司

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

第五节福州新谊礼品有限公司

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、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章2017-2022年中国母婴用品发展前景与趋势分析

第一节2017-2022年中国母婴用品发展前景分析

一、中国母婴用品市场发展前景

二、中国童鞋市场前景

三、中国童装产量预测分析

第二节2017-2022年中国母婴用品发展趋势分析

一、中国母婴用品市场发展预测

二、中国婴幼儿用品市场发展预测

三、童装整体市场营销发展趋势

四、2016年童装流行趋势

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2017-2022年中国母婴用品市场盈利预测分析

第十五章2017-2022年中国母婴用品发展策略分析

第一节母婴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、企业如何构建品牌战略

1、企业领导首先要树立现代品牌战略意识。

2、要重视树立自己的品牌

3、要努力用好自己的品牌

4、要大力宣传自己的品牌

5、要积极保护自己的品牌。

6、要更多取得产品“通行证”来强化品牌。

第二节2017-2022年中国母婴用品企业经营管理策略

一、企业文化战略

二、研发战略

三、营销战略

四、名牌战略

五、引导市场战略

六、危机管理战略

第十六章2017-2022年中国母婴用品投资战略分析

第一节母婴用品投资特点与潜力分析

一、母婴用品投资特点

二、孕妇装市场投资潜力

三、童装市场的投资特性

第二节2017-2022年中国母婴用品行业投资战略研究

一、稳定性投资战略

二、扩张性投资战略

三、紧缩性投资战略

四、混合性投资战略

第三节金融危机下母婴用品发展与投资策略分析

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：2014-2016年下半年中国GDP数据

图表：2014-2016年下半年中国GDP增速走势图

图表：2014-2016年下半年中国CPI数据表

图表：2014-2016年下半年中国PPI数据表

图表：2014-2016年下半年全国城镇固定资产投资情况

图表：2014-2016年下半年全国城镇固定资产投资情况

图表：2012年11月-2016年11月中国进出口贸易数据表

图表：2013年-2016年11月中国进出口贸易走势图

图表：2015年年末全国人口数及其构成

图表：中国历年人口出生率?死亡率?自然增长率?人口密度和城镇人口比重统计（1978—2012）

图表：2016年中国人口数量及各省人口排名

图表：2016年下半年婴幼儿零售渠道比例

图表：2014-2016年中国婴幼儿服饰品市场规模走势及预测

图表：2014-2016年中国3岁以下婴幼儿服饰品市场规模走势及预测

图表：2016年1~11月全国乳制品月度产量及同比

图表：2016年全国乳制品产量分省市汇总表

图表：主要出口国牛奶产量增长情况（%）

图表：主要出口国2013年牛奶产量月度增长情况（%）

图表：主要国家奶粉出口量

图表：新西兰奶粉出口主要目的国（单位：万吨）

图表：恒天然报价明显影响国内奶价

图表：纸尿裤消费的决策过程

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司经济指标

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司盈利能力

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司偿债能力

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司运营能力

图表：广东奥飞动漫文化股份有限公司成长能力

图表：好孩子集团有限公司经济指标

图表：好孩子集团有限公司盈利能力

图表：好孩子集团有限公司偿债能力

图表：好孩子集团有限公司运营能力

图表：广东骅威玩具工艺股份有限公司经济指标

图表：广东骅威玩具工艺股份有限公司盈利能力

图表：广东骅威玩具工艺股份有限公司偿债能力

图表：广东骅威玩具工艺股份有限公司运营能力

图表：广东骅威玩具工艺股份有限公司成长能力

图表：星辉互动娱乐股份有限公司经济指标

图表：星辉互动娱乐股份有限公司盈利能力

图表：星辉互动娱乐股份有限公司偿债能力

图表：星辉互动娱乐股份有限公司运营能力

图表：星辉互动娱乐股份有限公司成长能力

图表：广东群兴玩具股份有限公司经济指标

图表：广东群兴玩具股份有限公司盈利能力

图表：广东群兴玩具股份有限公司偿债能力

图表：广东群兴玩具股份有限公司运营能力

图表：广东群兴玩具股份有限公司成长能力

图表：北京三元食品股份有限公司经济指标

图表：北京三元食品股份有限公司盈利能力

图表：北京三元食品股份有限公司偿债能力

图表：北京三元食品股份有限公司运营能力

图表：北京三元食品股份有限公司成长能力

图表：光明乳业股份有限公司经济指标

图表：光明乳业股份有限公司盈利能力

图表：光明乳业股份有限公司偿债能力

图表：光明乳业股份有限公司运营能力

图表：光明乳业股份有限公司成长能力

图表：贝因美经济指标

图表：贝因美盈利能力

图表：贝因美偿债能力

图表：贝因美运营能力

图表：贝因美成长能力

图表：澳优乳品有限公司经济指标

图表：澳优乳品有限公司偿债能力

图表：澳优乳品有限公司运营能力

图表：蒙牛乳业（集团）股份有限公司主要经济指标

图表：蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力

图表：蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力

图表：温州市森马童装有限公司经济指标

图表：温州市森马童装有限公司盈利能力

图表：温州市森马童装有限公司偿债能力

图表：温州市森马童装有限公司运营能力

图表：温州市森马童装有限公司成长能力

图表：维蓓苾服饰有限公司经济指标

图表：维蓓苾服饰有限公司偿债能力

图表：维蓓苾服饰有限公司运营能力

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司财务指标与经营状况

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司盈利能力

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司偿债能力

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司运营能力

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司成长能力

图表：厦门立达信服装有限公司财务指标与经营状况

图表：厦门市立达信服装有限公司盈利能力

图表：厦门市立达信服装有限公司偿债能力

图表：厦门市立达信服装有限公司运营能力

图表：厦门市立达信服装有限公司成长能力

图表：福州新谊礼品有限公司盈利能力

图表：福州新谊礼品有限公司运营能力

图表：福州新谊礼品有限公司偿债能力

图表：福州新谊礼品有限公司成长能力

图表：2017-2022年中国童装行业产量规模走势及预测

图表：2017-2022年中国婴幼儿用品市场规模趋势及预测
(GYZT)

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/fangzhi/267643267643.html>