

2008-2009年中国婴儿用品市场分析报告

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《2008-2009年中国婴儿用品市场分析报告》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/2850028500.html>

报告价格：电子版: 8500元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8900

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

第一章 国内外婴儿用品行业发展环境分析	第一节 中国人口结构分析一、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分析一、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 国际环境分析一、英国提倡一个家庭只生两个孩子二、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	第三节 国际婴儿用品市场分析一、国际婴儿用品行业发展成熟度分析二、国际婴儿用品行业发展趋势三、主要国家婴儿用品市场现状
第二章 2008-2009年婴儿用品行业结构分析	第一节 婴儿用品行业基本特征一、婴儿用品行业主要细分产品二、婴儿用品行业产业链分析三、婴儿用品设计具有特殊性	第二节 婴儿用品行业竞争格局一、婴儿用品行业主要企业和主要品牌二、婴儿用品市场集中度分析	第三节 婴儿用品行业的“波特五力模型”分析一、现有企业间的竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力	第三章 2008-2009年中国婴儿用品行业生产状况分析
第一节 2001-2007年婴儿用品产量增长情况	第二节 婴儿用品行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、婴儿用品行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析	第三节 婴儿用品行业成本结构分析一、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 婴儿用品行业生产中存在的主要问题	第四章 2008-2009年中国婴儿用品市场供需状况分析
第一节 婴儿用品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、婴儿用品和婴儿用品等细分产品的需求特征四、婴儿用品消费的决策过程分析	第二节 2001-2007年婴儿用品行业供需状况一、2001-2007年婴儿用品供给状况二、2001-2007年婴儿用品需求状况三、2001-2007年婴儿用品供需缺口分析	第三节 四、2008-2009年我国婴儿用品供需缺口变化趋势预测	第三节 2008-2009年中国婴儿用品消费量分析一、2001-2007年我国婴儿用品消费量二、2001-2007年婴儿用品各细分产品消费量三、2008-2009年我国婴儿用品消费量预测	第四节 影响婴儿用品行业供需关系的主要因素
第五章 2008-2009年主要区域市场分析	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、消费者偏好分析	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、消费者偏好分析	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、消费者偏好分析	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、消费者偏好分析
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、消费者偏好分析	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、消费者偏好分析	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、消费者偏好分析	第六章 2008-2009年婴儿用品行业市场营销分析	第一节 主要营销模式分析一、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 营销策略分析一、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四、从单一的产品结构到以鞋、服装、配件的产品系列化第三节 婴儿用品企业营销模式建议一、婴儿用品企业的国内营销模式建议（一）婴儿用品企业的渠道建设（二）婴儿用品企业的品牌建设二、婴儿用品企业海外营销模式建议（一）婴儿用品企业的海外细分市场选择（二）婴儿用品企业的海外经销商选择 第四节 婴儿用品行业市场营销发展趋势一、展望中国婴儿用品营销未来二、未来婴儿用品营销模式发展趋势第七章 2008-2009年婴儿用品细分市场分析第一节 婴儿食品市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第二节 婴儿玩具市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第三节 婴儿服装市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第四节 婴儿护肤品市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第五节 婴儿保健品市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第六节 婴儿药品市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第七节 婴儿教育市场分析一、产品特性和市场规模二、市场竞争格局第八章 2008-2009年婴儿用品行业进出口分析第一节 婴儿用品进出口现状一、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 我国婴儿用品面临的“反倾销 颀 鑛北 0T 琢庄 鮑 浓 獮 律暉 要案例二、应对反倾销调查的措施第三节 2008-2009年中国婴儿用品进出口发展趋势分析第九章 2008-2009年中国婴儿用品行业市场预测分析第一节 2008-2009年中国婴儿用品季节特征分析第二节 2008-2009年中国婴儿用品产品趋势分析第三节 2008-2009年中国婴儿用品价格走势第四节 2008-2009年中国婴儿用品竞争格局分析第十章 2008-2009年婴儿用品行业主要品牌企业分析第一节 强生婴儿用品 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 好孩子Goodbaby婴儿用品一、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 贝亲pigeon婴儿用品 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 康贝Combi婴儿用品 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 好奇婴儿用品 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 帮宝适婴儿用品 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 小天使婴儿用品一、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 贝因美婴儿用品 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 妈咪宝贝婴儿用品
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 贝贝佳婴儿用品 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章

2008-2009年婴儿用品行业投资价值与投资策略分析第一节婴儿用品行业投资价值分析一、
婴儿用品行业发展前景分析二、婴儿用品行业盈利能力预测三、投资机会分析四、投资价值
综合分析第二节 婴儿用品行业投资风险分析一、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

婴儿用品行业投资策略分析一、市场定位二、重点区域

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2850028500.html>