

2019年中国婴幼儿用品行业分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2019年中国婴幼儿用品行业分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/baihuo/429318429318.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200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

宝妈是婴幼儿用品的主要采购者，奶爸是协助者：宝妈掌握着婴幼儿用品的采购决策权，奶爸也会参与到采购中；喂养产品、日常用品、服饰是常购品类，婴幼儿用品的月均消费额集中在1001-3000元。

在20-30岁年龄段，85后、90后女性的生育率与其他女性人群相比，生育率大幅下降，可见其生育意愿较低。2011年以来逐渐放开的二孩政策对二孩生育率的提升有一定的促进作用，主要表现在75后女性30岁以后的生育率有所提高。不容忽视的是，35岁是女性生育年龄的分水岭，一般情况下，高龄产妇备孕、生产的难度提升，并且在备孕至生育的各环节都面临较高的风险，宝宝的健康水平也有可能降低。

不同年龄人群在不同年龄段的生育率（‰）

人群

20-25岁

25-30岁

30-35岁

35-40岁

70-75

154.1

86.2

28.6

11

75-80

114.5

92

45.8

18.6

80-85

114.5

84.1

45.3

-

85-90

69.5

74.3

-

-

90-95

55

-

-

-

信息来源：2018年中国母婴用户白皮书

2015年11月-2016年10月全国育龄妇女分年龄、孩次的生育状况

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

不愿生二胎的宝妈奶爸原因情况

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

宝宝出生情况

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

宝宝喂养方式

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

宝妈奶爸平均每天的娱乐时长

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

宝宝的成长，为家庭增添了很多意想不到的欢乐。但是夫妻关系也随着宝宝的来临而产生一定变化，尤其在宝宝出生后的第一年，对众多家庭而言，夫妻间的关系会有所紧张。

早期教育对孩子的性格、智力发育非常重要。宝妈奶爸需要给宝宝一定的成长空间，在日常生活中加以引导，以提升宝宝的认知能力、行为能力。上早教班也是早期教育的重要途径，宝宝可以系统地学习技能，如音乐、绘画等，多方面开发潜能。

受宝宝使用频率和成长发育的影响，奶粉、辅食等喂养用品，尿裤、湿巾等日常用品及婴幼儿服饰等易耗品为宝妈奶爸经常购买的婴幼儿产品品类。

宝妈奶爸们经常购买的婴幼儿用品品类

数据来源：2018年中国母婴用户白皮书

宝妈、奶爸对婴幼儿用品的价格敏感度低，更看重其品质。随着收入水平的增长、育儿观念的提升，宝妈奶爸对婴幼儿相关产品的支付能力和支付意愿不断增强。调研显示，上海、北京、深圳、佛山等城市的婴幼儿用品月均消费金额较高。

婴幼儿用品月均消费金额最高的城市TOP10（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国婴幼儿用品行业分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。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家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】第一章 2016-2019年中国婴幼儿用品行业发展概述第一节 婴幼儿用品行业发展情况概述一、婴幼儿用品行业相关定义二、婴幼儿用品行业基本情况介绍三、婴幼儿用品行业发展特点分析第二节 中国婴幼儿用品行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、婴幼儿用品行业产业链条分析三、中国婴幼儿用品行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国婴幼儿用品行业生命周期分析一、婴幼儿用品行业生命周期理论概述二、婴幼儿用品行业所属的生命周期分析第四节 婴幼儿用品行业经济指标分析一、婴幼儿用品行业的赢利性分析二、婴幼儿用品行业的经济周期分析三、婴幼儿用品行业附加值的提升空间分析第五节 中国婴幼儿用品行业进入壁垒分析一、婴幼儿用品行业资金壁垒分析二、婴幼儿用品行业技术壁垒分析三、婴幼儿用品行业人才壁垒分析四、婴幼儿用品行业品牌壁垒分析五、婴幼儿用品行业其他壁垒分析第二章 2016-2019年全球婴幼儿用品行业市场发展现状分析第一节 全球婴幼儿用品行业发展历程回顾第二节 全球婴幼儿用品行业市场区域分布情况第三节 亚洲婴幼儿用品行业地区市场分析一、亚洲婴幼儿用品行业市场现状分析二、亚洲婴幼儿用品行业市场规模与市场需求分析三、亚洲婴幼儿用品行业市场前景分析第四节 北美婴幼儿用品行业地区市场分析一、北美婴幼儿用品行业市场现状分析二、北

美婴幼儿用品行业市场规模与市场需求分析三、北美婴幼儿用品行业市场前景分析第五节
欧盟婴幼儿用品行业地区市场分析一、欧盟婴幼儿用品行业市场现状分析二、欧盟婴幼儿用品行业市场规模与市场需求分析三、欧盟婴幼儿用品行业市场前景分析第六节2019-2025年
世界婴幼儿用品行业分布走势预测第七节2019-2025年全球婴幼儿用品行业市场规模预测第三章 中国婴幼儿用品产业发展环境分析第一节 我国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况
分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品婴幼儿用品
总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节 中国婴幼儿用品行业政策环境分析一、行业监管体制现状二、行业主要政策法规第三节
中国婴幼儿用品产业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分
析四、生态环境分析五、消费观念分析第四章 中国婴幼儿用品行业运行情况第一节 中国婴
幼儿用品行业发展状况情况介绍一、行业发展历程回顾二、行业创新情况分析三、行业发展
特点分析第二节 中国婴幼儿用品行业市场规模分析第三节 中国婴幼儿用品行业供应情况分
析第四节 中国婴幼儿用品行业需求情况分析第五节 中国婴幼儿用品行业供需平衡分析第六
节 中国婴幼儿用品行业发展趋势分析第五章 中国婴幼儿用品所属行业运行数据监测第一节
中国婴幼儿用品所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业资产规模分析第二节
中国婴幼儿用品所属行业产销与费用分析一、流动资产二、销售收入分析三、负债分析四
、利润规模分析五、产值分析第三节 中国婴幼儿用品所属行业财务指标分析一、行业盈利
能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析第六章 2016-
2019年中国婴幼儿用品市场格局分析第一节 中国婴幼儿用品行业竞争现状分析一、中国婴
幼儿用品行业竞争情况分析二、中国婴幼儿用品行业主要品牌分析第二节 中国婴幼儿用品
行业集中度分析一、中国婴幼儿用品行业市场集中度分析二、中国婴幼儿用品行业企业集
中度分析第三节 中国婴幼儿用品行业存在的问题第四节 中国婴幼儿用品行业解决问题的策略
分析第五节 中国婴幼儿用品行业竞争力分析一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产
业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用第七章 2016-2019年中国婴幼儿用品行业
需求特点与动态分析第一节 中国婴幼儿用品行业消费市场动态情况第二节 中国婴幼儿用品
行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好第三节 婴幼
儿用品行业成本分析第四节 婴幼儿用品行业价格影响因素分析一、供需因素二、成本因素
三、渠道因素四、其他因素第五节 中国婴幼儿用品行业价格现状分析第六节 中国婴幼儿用
品行业平均价格走势预测一、中国婴幼儿用品行业价格影响因素二、中国婴幼儿用品行业平
均价格走势预测三、中国婴幼儿用品行业平均价格增速预测第八章 2016-2019年中国婴幼儿
用品行业区域市场现状分析第一节 中国婴幼儿用品行业区域市场规模分布第二节 中国华东
地区婴幼儿用品市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区婴幼
儿用品市场规模分析四、华东地区婴幼儿用品市场规模预测第三节 华中地区市场分析一、华
中地区概述二、华中地区经济环境分析三、华中地区婴幼儿用品市场规模分析四、华中地区
婴幼儿用品市场规模预测第四节 华南地区市场分析一、华南地区概述二、华南地区经济环

境分析三、华南地区婴幼儿用品市场规模分析四、华南地区婴幼儿用品市场规模预测第九章 2016-2019年中国婴幼儿用品行业竞争情况第一节 中国婴幼儿用品行业竞争结构分析（波特五力模型）一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 中国婴幼儿用品行业SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威胁分析第三节 中国婴幼儿用品行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境第十章 婴幼儿用品行业企业分析（随数据更新有调整）第一节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析四、公司优劣势分析第二节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况四、公司优劣势分析第三节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况四、公司优劣势分析第四节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况四、公司优劣势分析第五节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况四、公司优劣势分析第十一章 2019-2025年中国婴幼儿用品行业发展前景分析与预测第一节 中国婴幼儿用品行业未来发展前景分析一、婴幼儿用品行业国内投资环境分析二、中国婴幼儿用品行业市场机会分析三、中国婴幼儿用品行业投资增速预测第二节 中国婴幼儿用品行业未来发展趋势预测第三节 中国婴幼儿用品行业市场发展预测一、中国婴幼儿用品行业市场规模预测二、中国婴幼儿用品行业市场规模增速预测三、中国婴幼儿用品行业产值规模预测四、中国婴幼儿用品行业产值增速预测五、中国婴幼儿用品行业供需情况预测第四节 中国婴幼儿用品行业盈利走势预测一、中国婴幼儿用品行业毛利润同比增速预测二、中国婴幼儿用品行业利润总额同比增速预测第十二章 2019-2025年中国婴幼儿用品行业投资风险与营销分析第一节 婴幼儿用品行业投资风险分析一、婴幼儿用品行业政策风险分析二、婴幼儿用品行业技术风险分析三、婴幼儿用品行业竞争风险四、婴幼儿用品行业其他风险分析第二节 婴幼儿用品行业企业经营发展分析及建议一、婴幼儿用品行业经营模式二、婴幼儿用品行业销售模式三、婴幼儿用品行业创新方向第三节 婴幼儿用品行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略第十三章 2019-2025年中国婴幼儿用品行业发展战略及规划建议第一节 中国婴幼儿用品行业品牌战略分析一、婴幼儿用品企业品牌的重要性二、婴幼儿用品企业实施品牌战略的意义三、婴幼儿用品企业品牌的现状分析四、婴幼儿用品企业的品牌战略五、婴幼儿用品品牌战略管理的策略第二节 中国婴幼儿用品行业市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 中国婴幼儿用品行业战略综合规划分析一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第十四章 2019-2025年中国婴幼儿用品行业发展策略及投资建议第一节 中国婴幼儿用品行业产品策略分析一、服务产品开发策略二、市场细分策略三、目标市场的选择第二节 中国婴幼儿用品行业定价策略分析第三节 中国婴幼儿用品行业营销渠道策略一、婴幼儿用品行业渠道选择策略二、婴幼儿用品行业营销策略第四节 中

国婴幼儿用品行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国婴幼儿用品行业重点投资区域分析二、中国婴幼儿用品行业重点投资产品分析图表详见正文
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/429318429318.html>