

# 2016-2022年中国婴幼儿用品行业市场现状分析与 投资前景预测分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国婴幼儿用品行业市场现状分析与投资前景预测分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201601/382220.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

### 前言

近几年，随着人们物质、文化生活水平的提高，新的育儿方法越来越被家长们重视。婴幼儿是人的一生中健康成长的重要时期，在这个时期如能得到合理的饮食与充足的营养，必将为其体力和智力的发展打下良好的物质基础。因此，在中国市场上开发营养丰富、配方科学，易消化、吸收的儿童保健品是具有很大潜力的。

据测算：2013年我国婴幼儿保健食品市场规模为311.8亿元，2014年我国婴幼儿保健食品市场规模同比增长20.6%达到375.9亿元。

2009-2014年我国婴幼儿保健食品市场规模走势图

资料来源：智研数据中心整理

本婴幼儿用品行业研究报告共十二章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国婴幼儿用品行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国婴幼儿用品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国婴幼儿用品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国婴幼儿用品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 世界婴儿用品运行环境及动态分析 1

第一节 近两年国际人口生育状况分析 1

一、法国迎来最大婴儿潮 1

二、英国提倡一个家庭只生两个孩子 4

三、俄罗斯用经济手段提高生育率 8

第二节 2015年国际婴儿用品市场运行分析 12

一、美国婴儿用品市场规模分析 12

二、中东婴儿用品市场分析 16

三、浅析欧盟婴儿护理用品市场 18

第三节 2016-2022年世界婴儿用品产业发展趋势分析 21

## 第二章 2014-2015年中国婴儿用品产业运行环境透析 22

### 第一节 2015年中国人口出生率情况分析 22

一、中国人口出生率和生育率的地区差别 22

二、中国人口出生率呈持续下降趋势 23

三、中国的第四次生育高峰 24

四、我国农村绝对贫困人口30年减少35亿 24

### 第二节 2013-2015年中国人口结构情况分析 24

一、中国人口构成情况 24

二、中国人口年龄结构的不断变化 26

三、中国人口结构面临六大难题 26

### 第三节 2015年中国计划生育政策发展形势分析 27

### 第四节 2015年中国居民收入情况分析 29

一、中国居民收入总体情况 29

二、城镇居民收入分配状况 30

三、农村居民收入分配状况 31

四、地区间居民收入分配状况 31

### 第五节 2013-2015年中国婴儿用品产业政策解读 33

## 第三章 2015年中国婴儿用品行业运行形势分析 36

### 第一节 2013-2015年中国婴儿用品行业现状分析 36

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性 36

二、婴儿用品市场更趋成熟 36

三、婴儿用品市场潜力巨大 37

中国婴童经济已迈入黄金时期，应抓住机遇，加速产业链的整合，推进行业标准及规范的建设，促进产业健康、良性发展，使其成为拉动经济新一轮增长的加速器。婴幼儿用品市场潜力巨大，童装、玩具、奶嘴、奶瓶、奶粉、幼教用品、婴儿护肤用品许多商家和个人都把目光瞄准这一市场。婴儿产品也不断细化.新品层出不穷，朝着人性化、系列化、模块化方向发展。

### 2007-2014年我国婴幼儿用品行业销售收入情况

资料来源：智研数据中心整理

母婴用品是孕妇、0-1岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。

中国拥有超过2.5亿不满14岁的儿童，是全球第二大的儿童消费群体。中国的新生婴儿高峰期大约出现在2016年，人口峰值为2028年，届时将迎来第五轮“婴儿潮”。而消费意识和育儿理念新的变化，也注定中国母婴行业有可能迎来20年牛市，市场容量将逐年增加。

然而中国的传统母婴行业却还处于“婴儿期”，全国性母婴专营连锁店尚未有一家，且没有一家年营业额达到20亿元人民币。与国外成熟母婴行业相比，差距甚大。全球最大的母婴用品零售企业“玩具反斗城”年销售额达1200多亿元人民币，意大利母婴品牌chicco年销售额达160亿元人民币，日本母婴品牌西松屋年销售额达60多亿人民币。

目前，全球的母婴用品行业市场发展稳步增长，基于该产品的特性，母婴用品行业的前景比较看好，行业的发展潜力很大。近些年来，部分发达国家的婴儿出生率持续下降，同时有资料表明，每年全球1.36亿新生儿中，发展中国家占90%左右。众多母婴用品生产商正在把发掘婴儿用品销售潜力的目光转向发展中国家。

## 第二节 2015年中国婴儿用品消费者购买行为分析 38

### 一、婴儿用品消费者特点 38

### 二、婴儿用品消费者购买行为的共性分析 38

### 三、对婴儿用品经营的启发 41

## 第三节 2015年中国婴儿用品终端市场营销分析 44

### 一、婴儿用品的不同销售模式 44

### 二、婴儿用品店的五大误区 45

### 三、婴儿用品店生存法则 46

### 四、婴儿用品店必须转守为攻 47

## 第四章 2013-2015年中国婴儿奶粉行业运行动态分析 48

### 第一节 2015年中国婴儿奶粉行业现状分析 48

#### 一、婴儿奶粉行业事故频发 48

#### 二、婴儿奶粉行业将出现高端混战 48

#### 三、促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点 50

### 第二节 2013-2015年中国婴儿奶粉市场概况 50

#### 一、中国高档婴儿奶粉市场空间大 50

近年来的婴幼儿数量直线上升，为婴幼儿奶粉市场带来了商机。婴幼儿奶粉市场的规模不断扩大，市场容量节节攀高。

从2005年到2014年，婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长，年复合增长率在20%左右，我国已经取代日本，成为仅次于美国的全球第二大婴儿配方奶粉市场，2014年度，我国婴幼儿奶粉市场规模为700亿元。近几年我国婴幼儿奶粉行业市场规模情况如下图所示：

2006-2014年我国婴幼儿奶粉市场规模及增速统计（亿元，%）

近年来，中国婴幼儿配方奶粉市场以每年两位数的增长速度迅速发展，取代日本成为全球第二大市场。截止到2012年，我国高端婴幼儿奶粉市场容量已经达到260亿元。国内婴幼儿配方奶粉市场已经抢先被惠氏、雀巢、美赞臣、多美滋、雅培等国际乳业巨头品牌所占据，洋奶粉已占我国高档婴儿配方奶粉市场份额八成以上，并形成较强的品牌优势、渠道优势和产品优势。

随着伊利、飞鹤、光明等国产奶粉巨头纷纷涉足婴幼儿奶粉高端市场，使得高端奶粉市场热闹非凡，婴幼儿配方奶粉高端市场已成为各乳业巨头争夺的焦点。中商情报网分析师指出，高端奶粉意味着优质的奶源、更高的技术、更科学的配方，本土奶粉企业欲突围高端奶粉市场，将对企业的实力提出严峻的挑战。随着国内企业的不断成长，市场运营管理经验的积累，如果能够有效地缩小与国外品牌在理念、技术、品质等方面的差距，国产奶粉便有望跻身高端市场，与国外乳品企业同台竞技，最终与国外品牌分庭抗礼。

#### 2009-2014年中国高端婴幼儿奶粉市场容量

#### 二、中国高档婴儿配方奶粉市场还有上升空间 52

#### 三、消费者青睐洋品牌婴儿奶粉 54

#### 第三节 2013-2015年中国婴儿奶粉营销分析 54

##### 一、婴儿奶粉企业打起营销模式战 54

##### 二、数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用 56

##### 三、4P组合在婴儿奶粉行业的应用状况 59

#### 第四节 2015年中国婴儿奶粉行业存在的问题 63

#### 第五章 2013-2015年中国婴儿食品其它细分市场运行剖析 66

##### 第一节 婴儿辅食 66

##### 一、宝宝成长各阶段辅食各不同 66

##### 二、母乳+辅食，“混搭”有讲究 67

##### 三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率 68

##### 四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破 72

##### 五、婴儿辅食典型企业 73

##### 1、亨氏 73

##### 2、雀巢 75

##### 3、青岛百乐麦食品公司 76

##### 第二节 婴儿保健食品 77

##### 一、中国医药发力孕婴保健市场 77

##### 二、婴儿保健食品市场消费情况 78

近几年，随着人们物质、文化生活水平的提高，新的育儿方法越来越被家长们重视。婴幼儿是人的一生中健康成长的重要时期，在这个时期如能得到合理的饮食与充足的营养，必将为其体力和智力的发展打下良好的物质基础。因此，在中国市场上开发营养丰富、配方科学，易消化、吸收的儿童保健品是具有很大潜力的。

据测算：2013年我国婴幼儿保健食品市场规模为311.8亿元，2014年我国婴幼儿保健食品市场规模同比增长20.6%达到375.9亿元。

#### 2009-2014年我国婴幼儿保健食品市场规模走势图

资料来源：智研数据中心整理

三、婴儿保健食品需标注营养含量	82
四、婴儿保健食品研发现状	82
五、婴儿保健食品质量抽检情况	83
六、婴儿保健食品发展趋势	96
第六章 2013-2015年中国婴儿纸尿裤市场运行走势分析	101
第一节 2013-2015年中国婴儿纸尿裤产业发展概述	101
一、定义及结构设计	101
二、不同品牌纸尿裤的特点	103
三、纸尿裤和纸尿片的主要区别	105
第二节 2013-2015年中国婴儿纸尿裤市场发展态势分析	105
一、中国纸尿裤市场进入高速增长期	105
二、小纸尿裤蕴含大市场	106
三、金佰利看好中国纸尿裤市场	107
四、全球婴儿纸尿裤市场展望	108
第三节 2015年中国纸尿裤的质量问题与对策分析	109
第七章 2015-2016年中国其它婴儿用品市场运行态势分析	111
第一节 奶瓶市场	111
第二节 童车市场	112
一、欧洲童车市场注重品质	112
二、平湖童车企业合力进军国际市场	112
三、童车的发展呈现三大趋向	113
四、婴儿推车的设计特点及分类选择	115
五、婴儿学步车的利弊辨析	118
第三节 其他类	118
一、婴儿浴室市场空间大	118
二、婴儿泳疗介绍	120
三、婴儿枕头的学问	122
四、婴儿纪念品市场前景好	124
第八章 2015-2016年中国婴儿用品产业竞争格局分析	125
第一节 2015-2016年中外婴儿奶粉企业竞争分析	125
一、中国婴儿奶粉市场格局初步形成	125
二、高端婴儿奶粉市场酝酿变局	127
三、中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争	129
第二节 2015-2016年婴儿奶粉本土企业竞争策略分析	132
一、国产品牌的机会在细分市场	132

- 二、本土企业应着力提升服务水平 133
- 三、合资不是婴儿奶粉企业的万能药方 133
- 四、中国企业竞争力及竞争策略分析 135
- 第三节 2015-2016年中国部分城市婴儿用品市场分析 138
  - 一、北京婴儿用品市场上演价格战 138
  - 二、成都市婴儿用品市场广阔 139
  - 三、临沂市婴儿用品市场发展迅速 139
- 第九章 国外重点婴儿用品企业运行分析 141
  - 第一节 美赞臣 141
    - 一、公司概况 141
    - 二、美赞臣推出全新品牌策略 146
    - 三、美赞臣用服务铸造品牌 147
  - 第二节 多美滋 148
    - 一、公司概况 148
    - 二、多美滋加大对华投资 150
    - 三、多美滋成纽米克中国市场主打品牌 150
  - 第三节 雀巢 151
    - 一、公司概况 151
    - 二、雀巢调整策略加快进军国际市场步伐 152
    - 三、雀巢成长奶粉再度出手中国 153
  - 第四节 强生 154
    - 一、公司概况 154
    - 二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象 159
    - 三、解析强生公司网络营销策略 161
  - 第五节 宝洁 164
    - 一、公司概况 164
    - 二、帮宝适纸尿裤的历史 170
    - 三、宝洁加强帮宝适和佳洁士两大品牌 171
  - 第六节 金佰利 173
    - 一、公司概况 173
    - 二、金佰利掘金中国“婴儿潮” 179
    - 三、金佰利看好中国市场 182
- 第十章 中国婴儿用品重点企业竞争性财务分析 184
  - 第一节 贝因美婴童食品股份有限公司 184
    - 一、企业概况 184



- 二、企业主要经济指标分析 185
- 三、企业盈利能力分析 186
- 四、企业偿债能力分析 187
- 五、企业运营能力分析 188
- 六、企业成长能力分析 188
- 第二节 广东群兴玩具股份有限公司 189
  - 一、企业概况 189
  - 二、企业主要经济指标分析 190
  - 三、企业盈利能力分析 190
  - 四、企业偿债能力分析 191
  - 五、企业运营能力分析 192
  - 六、企业成长能力分析 193
- 第三节 星辉互动娱乐股份有限公司 193
  - 一、企业概况 193
  - 二、企业主要经济指标分析 195
  - 三、企业盈利能力分析 196
  - 四、企业偿债能力分析 197
  - 五、企业运营能力分析 198
  - 六、企业成长能力分析 198
- 第四节 金发拉比妇婴童用品股份有限公司 199
  - 一、企业概况 199
  - 二、企业主要经济指标分析 200
  - 三、企业盈利能力分析 201
  - 四、企业偿债能力分析 202
  - 五、企业运营能力分析 203
  - 六、企业成长能力分析 204
- 第五节 上海优生婴儿用品有限公司 204
  - 一、企业概况 204
  - 二、企业主要经济指标分析 205
  - 三、企业盈利能力分析 205
  - 四、企业偿债能力分析 206
  - 五、企业运营能力分析 206
  - 六、企业成长能力分析 206
- 第六节 好孩子儿童用品有限公司 206
  - 一、企业概况 206

二、企业主要经济指标分析 207

三、企业盈利能力分析 208

四、企业偿债能力分析 208

五、企业运营能力分析 208

六、企业成长能力分析 209

第七节 尤妮佳生活用品（中国）有限公司 209

一、企业概况 209

二、企业主要经济指标分析 209

三、企业盈利能力分析 210

四、企业偿债能力分析 210

五、企业运营能力分析 210

六、企业成长能力分析 211

第八节 爹地宝贝股份有限公司 211

一、企业概况 211

二、企业主要经济指标分析 212

三、企业盈利能力分析 212

四、企业偿债能力分析 212

五、企业运营能力分析 213

六、企业成长能力分析 213

第九节 晋江嘉年华婴儿用品有限公司 213

一、企业概况 213

二、企业主要经济指标分析 214

三、企业盈利能力分析 214

四、企业偿债能力分析 215

五、企业运营能力分析 215

六、企业成长能力分析 215

第十节 林哥婴儿用品（昆山）有限公司 216

一、企业概况 216

二、企业主要经济指标分析 216

三、企业盈利能力分析 217

四、企业偿债能力分析 217

五、企业运营能力分析 217

六、企业成长能力分析 218

第十一章 2016-2022年中国婴儿用品行业发展趋势前景分析 219

第一节 2016-2022年中国婴儿用品及经营方式发展趋势 219

- 一、婴儿用品呈现四大发展趋势 219
- 二、安全成为婴儿服装的成为流行趋势 219
- 三、婴儿用品经营方式发展趋势 220
- 第二节 2016-2022年中国婴儿用品行业前景预测分析 221
  - 一、婴儿用品前景看好 221
  - 二、婴幼儿用品市场前景广阔 223
  - 三、婴儿用品蕴藏巨大市场 224
- 第三节 2016-2022年中国婴儿用品产业盈利预测分析 225
- 第十二章 2016-2022年中国婴儿用品产业投资机会与风险分析（ZYCSM） 226
  - 第一节 2016-2022年中国婴儿用品产业投资环境分析 226
  - 第二节 2016-2022年中国婴儿用品产业投资机会分析 227
  - 第三节 2016-2022年中国婴儿用品产业投资风险分析 230
    - 一、宏观调控风险 230
    - 二、行业竞争风险 230
    - 三、供需波动风险 230
    - 四、技术风险 231
    - 五、经营管理风险 231
  - 第四节 投资建议 231

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201601/382220.html>