

2016-2022年中国婴童用品行业市场调研分析及投资发展战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国婴童用品行业市场调研分析及投资发展战略咨询报告》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/201609/453062.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

中国是全世界婴童品牌最多的一个市场。中国新生儿出生率近几年维持在1600万左右，中国0至6岁的婴幼儿数量为1.08亿，市场的远景容量5000亿元。以尿不湿产品为例，不满周岁的宝宝平均每天使用5片尿不湿，每片售价2-5元，一个月就需要300-600元。

目前，婴童类产品及服务是国内线上线下增长最为迅速的品类之一，随着“二孩政策”的放开，婴童产品已成为国内消费市场的热点。在中国，婴幼儿的消费支出约50%用于食品，20%-30%用于日用品，玩具消费约占5%。而在美国，婴童产品消费结构大致为50%用于玩具和教育，饮食占30%，服装及其他占20%，这主要是由于父母的消费观念不同。

中国婴童用品消费结构

最常选购各类婴童产品渠道

按婴童用品利润率分类，婴童用品行业的产品分两大块，一是人气商品区（包括纸尿裤、湿巾、食品）；二是利润商品区（包括玩具、特色安全用品、日用品、洗护用品）。

人气商品区中的纸品是零利润，食品是5%的利润率；利润商品区中，玩具进货价是零售价的6折、服装进货价3.8折、日用品6-6.5折，极个别7折，洗护用品7折左右、特别产品4折左右、平均进货折扣是4.94折，等于零售价100元的商品，进货价格是49.4元，加上运营成本和管理费用，利润商品的销售利润率可达40%左右。

随着单独二胎生育政策正式开放，未来3到5年，我国即将迎来新一轮的婴儿出生热潮，婴童经济将再次被唤醒。然而作为婴童用品生产企业，在追求高利润的同时，更要从产品质量、品牌化建设及营销策略等多方入手，全面提升企业核心竞争力。

2010-2014年中国新生人口数量

智研咨询发布的《2016-2022年中国婴童用品行业市场调研分析及投资发展战略咨询报告》共十五章。首先介绍了婴童用品行业市场发展环境、婴童用品整体运行态势等，接着分析了婴童用品行业市场运行的现状，然后介绍了婴童用品市场竞争格局。随后，报告对婴童用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴童用品行业发展趋势与投资预测。您若想对婴童用品产业有个系统的了解或者想投资婴童用品行业，本报告是您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 婴童用品行业发展综述 1

- 1.1 婴童用品行业相关概念概述 1
 - 1.1.1 行业概念及定义 1
 - 1.1.2 行业主要产品分类 1
- 1.2 最近3-5年中国婴童用品行业经济指标分析 2
 - 1.2.1 赢利性 2
 - 1.2.2 成长速度 2
 - 1.2.3 附加值的提升空间 3
 - 1.2.4 进入壁垒 / 退出机制 3
 - 1.2.5 风险性 4
 - 1.2.6 行业周期 4
 - 1.2.7 竞争激烈程度指标 4
 - 1.2.8 行业及其主要子行业成熟度分析 4
- 1.3 婴童用品行业供应链分析 5
 - 1.3.1 婴童用品行业上下游产业供应链简介 5
 - 1.3.2 婴童用品行业主要下游产业链分析 5
 - 1.3.3 婴童用品行业上游产业供应链分析 5

- 第二章 婴童用品行业市场环境及影响分析（PEST） 7
 - 2.1 婴童用品行业政治法律环境（P） 7
 - 2.1.1 行业管理体制分析 7
 - 2.1.2 行业主要法律法规 7
 - 2.1.3 婴童用品行业相关标准 7
 - 2.1.4 行业相关发展规划 8
 - 2.1.5 政策环境对行业的影响 8
 - 2.2 行业经济环境分析（E） 8
 - 2.2.1 宏观经济形势分析 8
 - 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 10
 - 2.3 行业社会环境分析（S） 10
 - 2.3.1 婴童用品产业社会环境 10
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响 11
 - 2.3.3 婴童用品产业发展对社会发展的影响 11
 - 2.4 行业技术环境分析（T） 12
 - 2.4.1 婴童用品技术分析 12
 - 2.4.2 婴童用品技术发展水平 12
 - 2.4.3 2014-2016年婴童用品技术发展分析 12

2.4.4 行业主要技术发展趋势 13

2.4.5 技术环境对行业的影响 14

第三章 我国婴童用品行业运行现状分析 15

3.1 我国婴童用品行业发展状况分析 15

3.1.1 我国婴童用品行业发展阶段 15

3.1.2 我国婴童用品行业发展总体概况 15

3.1.3 我国婴童用品行业发展特点分析 16

3.1.4 婴童用品行业经营模式分析 16

3.2 2014-2016年婴童用品行业发展现状 17

3.2.1 2014-2016年我国婴童用品行业市场规模 17

1、我国婴童用品营业规模分析 17

2、我国婴童用品投资规模分析 18

3、我国婴童用品产能规模分析 18

3.2.2 2014-2016年我国婴童用品行业发展分析 19

1、我国婴童用品行业发展情况分析 19

2、我国婴童用品行业生产情况分析 19

3.2.3 2014-2016年中国婴童用品企业发展分析 19

1、中外婴童用品企业对比分析 19

2、我国婴童用品主要企业动态分析 20

3.3 2014-2016年婴童用品市场情况分析 21

3.3.1 2014-2016年中国婴童用品市场总体概况 21

3.3.2 2014-2016年中国婴童用品产品市场发展分析 21

第四章 我国婴童用品行业整体运行指标分析 23

4.1 2014-2016年中国婴童用品行业总体规模分析 23

4.1.1 企业数量结构分析 23

4.1.2 人员规模状况分析 24

4.1.3 行业资产规模分析 25

4.1.4 行业市场规模分析 26

4.2 2014-2016年中国婴童用品行业财务指标总体分析 26

4.2.1 行业盈利能力分析 26

4.2.2 行业偿债能力分析 27

4.2.3 行业营运能力分析 27

4.2.4 行业发展能力分析 27

4.3 我国婴童用品市场供需分析	28
4.3.1 2014-2016年我国婴童用品行业供给情况	28
1、我国婴童用品行业供给分析	28
2、重点市场占有率	29
4.3.2 2014-2016年我国婴童用品行业需求情况	29
1、婴童用品行业需求市场	29
2、婴童用品行业客户结构	30
3、婴童用品行业需求的地区差异	31
4.3.3 2014-2016年我国婴童用品行业供需平衡分析	31
4.4 婴童用品行业进出口市场分析	31
4.4.1 婴童用品行业进出口综述	31
4.4.2 婴童用品行业出口市场分析	32
1、2014-2016年行业出口整体情况	32
2、2014-2016年行业出口总额分析	33
3、2014-2016年行业出口产品结构	33
4.4.3 婴童用品行业进口市场分析	34
1、2014-2016年行业进口整体情况	34
2、2014-2016年行业进口总额分析	36
3、2014-2016年行业进口产品结构	36

第五章 中国婴童食品市场发展分析 37

5.1 婴幼儿奶粉市场分析	37
5.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况	37
1、行业发展的特点	37
2、行业发展现状	37
5.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境	38
5.1.3 婴幼儿奶粉市场发展特点	39
1、婴幼儿奶粉市场消费特点	39
2、婴幼儿奶粉市场运营特点	41
5.1.4 婴幼儿奶粉行业市场规模	42
1、婴幼儿奶粉行业市场容量分析	42
2、婴幼儿奶粉行业市场规模分析	43
5.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局	43
1、婴幼儿奶粉市场发展现状分析	43
2、婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局	43

- 3、婴幼儿奶粉产品价格区间分布 45
- 4、婴幼儿奶粉市场区域竞争格局 46
- 5、婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析 46
 - 5.1.6 婴幼儿奶粉行业发展前景 47
 - 5.2 婴幼儿辅食市场分析 47
 - 5.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况 47
 - 5.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境 48
 - 5.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量 48
 - 5.2.4 婴幼儿辅食市场竞争格局 49
 - 1、婴幼儿辅食市场品牌竞争格局 49
 - 2、婴幼儿辅食产品价格区间分布 49
 - 5.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景 49
 - 5.3 婴幼儿奶粉与辅食消费状况调查 49
 - 5.3.1 婴幼儿奶粉消费调查 49
 - 1、婴幼儿体质与奶粉消费调查 49
 - 2、父母选择婴幼儿奶粉的消费调查 50
 - 5.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查 50
 - 1、辅食产品消费调查 50
 - 2、辅食产品购买前调查 51

第六章 中国婴童日用品市场分析 52

- 6.1 婴童洗护用品市场分析 52
 - 6.1.1 婴童洗护用品市场发展概况 52
 - 6.1.2 婴童洗护用品市场政策环境 52
 - 6.1.3 婴童洗护用品市场发展特点 53
 - 1、婴童洗护用品市场产品结构 53
 - 2、婴童洗护用品市场消费特点 53
 - 6.1.4 婴童洗护用品行业市场规模 54
 - 6.1.5 婴童洗护用品市场竞争格局 54
 - 1、婴童洗护用品市场竞争现状 54
 - 2、婴童洗护用品品牌竞争格局 55
 - 3、婴童洗护用品渠道竞争分析 55
 - 6.1.6 婴童洗护用品市场发展前景 56
- 6.2 婴幼儿纸尿裤市场分析 56
 - 6.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况 56

6.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境	57
6.2.3 纸尿裤市场规模	58
6.2.4 婴幼儿纸尿裤市场发展特点	58
1、婴幼儿纸尿裤市场消费特点	58
2、婴幼儿纸尿裤市场运营特点	58
6.2.5 婴幼儿纸尿裤市场竞争格局	59
1、婴幼儿纸尿裤市场发展现状	59
2、婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局	59
3、纸尿裤品牌市场占有率	59
4、消费渠道竞争分析	60
6.2.6 婴幼儿纸尿裤市场前景	60
6.3 婴童车、床市场分析	61
6.3.1 婴童车、床市场政策环境	61
6.3.2 婴童车、床市场发展特点	61
1、婴童车、床市场消费特点	61
2、婴童车、床市场运营特点	61
6.3.3 婴童车、床市场竞争格局	62
1、婴童车、床品牌竞争格局	62
2、婴童车、床市场渠道竞争	63
6.3.4 婴童车、床市场前景	63
1、婴童车、床发展趋势	63
2、婴童车、床市场规模预测	64
第七章 中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析	65
7.1 婴童服饰市场发展分析	65
7.1.1 婴童服饰市场发展概况	65
1、婴童服饰市场现状	65
2、婴童服饰市场特点	66
7.1.2 婴童服饰发展市场规模	68
7.1.3 婴童服饰市场政策环境	68
7.1.4 婴童服饰市场发展特点	69
1、婴童服饰产品结构特点	69
2、婴童服饰市场消费特点	69
3、婴童服饰产业发展趋势	70
7.1.5 婴童服饰市场竞争格局	70

- 1、婴童服饰品牌竞争格局 70
- 2、婴童服饰区域竞争格局 70
- 3、婴童服饰市场渠道竞争 71
- 7.1.6 婴童服饰市场发展前景 74
- 7.2 婴童鞋产品市场发展分析 75
- 7.2.1 婴童鞋产品市场发展概况 75
- 7.2.2 婴童鞋产品发展市场规模 76
- 7.2.3 婴童鞋产品市场政策环境 76
- 7.2.4 婴童鞋产品市场竞争格局 79
- 1、婴童鞋产品品牌竞争格局 79
- 2、婴童鞋产品区域竞争格局 79
- 3、婴童鞋市场渠道竞争分析 80
- 7.2.5 婴童鞋产品市场前景 80
- 7.3 婴童玩具市场发展分析 81
- 7.3.1 婴童玩具市场发展概况 81
- 7.3.2 婴童玩具市场政策环境 81
- 1、国内标准 81
- 2、国外标准 81
- 7.3.3 婴童玩具市场竞争格局 82
- 1、婴童玩具发展阶段分析 82
- 2、婴童玩具品牌竞争格局 83
- 7.3.4 婴童玩具市场前景 83
- 7.4 婴童穿戴电子设备分析 84
- 7.4.1 可穿戴便携移动医疗设备市场规模 84
- 1、中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析 84
- 2、中国婴童可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析 84
- 7.4.2 婴童可穿戴便携移动医疗设备主要产品分析 85
- 7.4.3 婴儿可穿戴便携移动医疗电子设备发展前景 93
- 1、发展趋势 93
- 2、问题和挑战 94

- 第八章 中国婴童用品行业营销分析 95
- 8.1 营销模式分析 95
- 8.1.1 婴童用品行业主要营销模式比较 95
- 1、直接营销模式 95

- 2、代理经销模式 95
- 3、连锁卖场模式 95
- 4、网络营销模式 95
- 5、主要营销模式对比分析 96
- 8.1.2 婴童用品行业优秀营销模式案例分析 96
 - 1、直接营销模式优秀案例分析 96
 - 2、代理经销模式优秀案例分析 99
 - 3、连锁卖场模式优秀案例分析 100
 - 4、网络营销模式优秀案例分析 102
- 8.1.3 婴童用品行业营销模式创新建议 104
 - 1、渠道品牌化 104
 - 2、虚拟社区化 105
 - 3、专业连锁化 105
- 8.2 销售渠道分析 106
 - 8.2.1 医务渠道 106
 - 1、医务渠道诞生于外企 106
 - 2、国内企业受益于医务渠道 107
 - 3、医务渠道案例分析-圣元的营销渠道分析 107
 - 8.2.2 商超渠道 108
 - 8.2.3 品牌专卖渠道 108
 - 8.2.4 专营店渠道 108
 - 8.2.5 加盟连锁渠道 108
 - 8.2.6 网络渠道 108
 - 8.2.7 批发市场渠道 108
 - 8.2.8 不同销售渠道优劣势对比 109
- 8.3 营销案例分析 109
 - 8.3.1 贝因美营销案例分析 109
 - 1、贝因美品牌定位 109
 - 2、贝因美产品定位 109
 - 3、贝因美广告营销 109
 - 4、贝因美传播策略 110
 - 8.3.2 强生营销案例分析 113
 - 1、强生品牌定位 113
 - 2、强生产品定位 113
 - 3、强生广告营销 115

8.3.3 童装品牌营销案例分析 117

- 1、巴拉巴拉营销案例 117
- 2、派克兰帝营销案例 118
- 3、今童王营销案例 118
- 4、嗒嘀嗒营销案例 119

8.3.4 童鞋品牌营销案例分析 123

- 1、七波辉营销案例 123
- 2、卡西龙营销案例 124
- 3、ABC营销案例 128
- 4、路豹营销案例 129
- 5、巴布豆营销案例 129

8.3.5 玩具品牌营销案例 131

- 1、乐高营销案例 131
- 2、奥迪营销案例 133
- 3、好孩子营销案例 134

8.4 消费者及电商模式调研 136

8.4.1 消费者调研 136

8.4.2 销售渠道调研 147

8.4.3 电商模式调研 153

第九章 2014-2016年婴童用品行业竞争形势及策略 159

9.1 行业总体市场竞争状况分析 159

9.1.1 婴童用品行业竞争结构分析 159

- 1、现有企业间竞争 159
- 2、潜在进入者分析 159
- 3、替代品威胁分析 159
- 4、供应商议价能力 159
- 5、客户议价能力 159
- 6、竞争结构特点总结 160

9.1.2 婴童用品行业企业间竞争格局分析 160

9.1.3 婴童用品行业集中度分析 161

9.1.4 婴童用品行业SWOT分析 161

9.2 中国婴童用品行业竞争格局综述 164

9.2.1 婴童用品行业竞争概况 164

9.2.2 中国婴童用品行业竞争力分析 164

- 9.2.3 中国婴童用品竞争力优势分析 164
- 9.2.4 婴童用品行业主要企业竞争力分析 165
- 9.3 2014-2016年婴童用品行业竞争格局分析 167
 - 9.3.1 2014-2016年国内外婴童用品竞争分析 167
 - 9.3.2 2014-2016年我国婴童用品市场竞争分析 167
 - 9.3.3 2014-2016年我国婴童用品市场集中度分析 167
 - 9.3.4 2014-2016年国内主要婴童用品企业动向 168
- 9.4 婴童用品市场竞争策略分析 169

- 第十章 2014-2016年婴童用品行业领先企业经营形势分析 171
 - 10.1 中国婴童食品领先企业分析 171
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.1.2 雅士利国际控股有限公司 173
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.1.3 美赞臣营养品(中国)有限公司 177
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.2 中国婴童日用品领先企业分析 179
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.2.2 强生(中国)有限公司 184
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.2.3 贝亲婴儿用品(上海)有限公司 186
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 10.2.4 天津郁美净集团有限公司 190

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 10.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析 192
- 10.3.1 上海丽婴房婴童用品有限公司 192
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 10.3.2 广东小猪班纳服饰股份有限公司 193
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 10.3.3 红黄蓝集团有限公司 194
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析

- 第十一章 2016-2022年婴童用品行业前景及趋势预测 196
- 11.1 2016-2022年婴童用品市场发展前景 196
 - 11.1.1 2016-2022年婴童用品市场发展潜力 196
 - 11.1.2 2016-2022年婴童用品市场发展前景展望 196
 - 11.1.3 2016-2022年婴童用品细分行业发展前景分析 197
- 11.2 2016-2022年婴童用品市场发展趋势预测 198
 - 11.2.1 2016-2022年婴童用品行业发展趋势 198
 - 11.2.2 2016-2022年婴童用品市场规模预测 199
 - 1、婴童用品行业市场规模预测 199
 - 2、婴童用品行业营业收入预测 200
 - 11.2.3 2016-2022年婴童用品行业应用趋势预测 200
 - 11.2.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测 200
- 11.3 2016-2022年中国婴童用品行业供需预测 202
 - 11.3.1 2016-2022年中国婴童用品行业供给预测 202
 - 11.3.2 2016-2022年中国婴童用品行业需求预测 203
 - 11.3.3 2016-2022年中国婴童用品行业供需平衡预测 204
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势 204
 - 11.4.1 市场整合成长趋势 204

- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 205
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势 206
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展 206
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 208

第十二章 2016-2022年婴童用品行业投资机会与风险防范 209

- 12.1 婴童用品行业投融资情况 209
 - 12.1.1 行业资金渠道分析 209
 - 12.1.2 固定资产投资分析 210
 - 12.1.3 兼并重组情况分析 210
 - 12.1.4 婴童用品行业投资现状分析 211
- 12.2 2016-2022年婴童用品行业投资机会 218
 - 12.2.1 产业链投资机会 218
 - 12.2.2 细分市场投资机会 218
 - 12.2.3 重点区域投资机会 218
 - 12.2.4 婴童用品行业投资机遇 219
- 12.3 2016-2022年婴童用品行业投资风险及防范 219
 - 12.3.1 政策风险及防范 219
 - 12.3.2 技术风险及防范 221
 - 12.3.3 供求风险及防范 222
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范 223
 - 12.3.5 产品结构风险及防范 224
 - 12.3.6 其他风险及防范 224
- 12.4 中国婴童用品行业投资建议 225
 - 12.4.1 婴童用品行业未来发展方向 225
 - 12.4.2 婴童用品行业主要投资建议 225
 - 12.4.3 中国婴童用品企业融资分析 226

第十三章 2016-2022年婴童用品行业面临的困境及对策 227

- 13.1 2016年婴童用品行业面临的困境 227
- 13.2 婴童用品企业面临的困境及对策 227
 - 13.2.1 重点婴童用品企业面临的困境及对策 227
 - 13.2.2 中小婴童用品企业发展困境及策略分析 228
 - 13.2.3 国内婴童用品企业的出路分析 231
- 13.3 中国婴童用品行业存在的问题及对策 232

- 13.3.1 中国婴童用品行业存在的问题 232
- 13.3.2 婴童用品行业发展的建议对策 232
- 13.3.3 市场的重点客户战略实施 233
 - 1、实施重点客户战略的必要性 233
 - 2、合理确立重点客户 235
 - 3、重点客户战略管理 236
 - 4、重点客户管理功能 237
- 13.4 中国婴童用品市场发展面临的挑战与对策 239
 - 13.4.1 中国婴童用品市场发展面临的挑战 239
 - 13.4.2 中国婴童用品市场发展对策分析 240

第十四章 婴童用品行业发展战略研究 242

- 14.1 婴童用品行业发展战略研究 242
 - 14.1.1 战略综合规划 242
 - 14.1.2 技术开发战略 243
 - 14.1.3 业务组合战略 246
 - 14.1.4 区域战略规划 248
 - 14.1.5 产业战略规划 250
 - 14.1.6 营销品牌战略 251
 - 14.1.7 竞争战略规划 253
- 14.2 对我国婴童用品品牌的战略思考 253
 - 14.2.1 婴童用品品牌的重要性 253
 - 14.2.2 婴童用品实施品牌战略的意义 254
 - 14.2.3 婴童用品企业品牌的现状分析 255
 - 14.2.4 我国婴童用品企业的品牌战略 255
 - 14.2.5 婴童用品品牌战略管理的策略 258
- 14.3 婴童用品经营策略分析 261
 - 14.3.1 婴童用品市场细分策略 261
 - 14.3.2 婴童用品市场创新策略 262
 - 14.3.3 品牌定位与品类规划 263
 - 14.3.4 婴童用品新产品差异化战略 264
- 14.4 婴童用品行业投资战略研究 265
 - 14.4.1 2016年婴童用品行业投资战略 265
 - 14.4.2 2016-2022年婴童用品行业投资战略 265
 - 14.4.3 2016-2022年细分行业投资战略 266

第十五章 研究结论及发展建议 267 (ZY PX)

15.1 婴童用品行业研究结论及建议 267

15.2 婴童用品子行业研究结论及建议 267

15.3 智研咨询对婴童用品行业发展建议 268

15.3.1 行业发展策略建议 268

15.3.2 行业投资方向建议 268

15.3.3 行业投资方式建议 269

图表目录：

图表：婴童用品行业概念界定 1

图表：婴童用品行业主要产品分类 2

图表：婴童用品行业上游产业供应链管理流程 6

图表：2011-2016年国内生产总值及其增长速度 9

图表：2011-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重 9

图表：2014-2016年我国婴童用品营业规模分析 17

图表：2014-2016年我国婴童用品投资规模分析 18

图表：2014-2016年我国婴童用品产能规模分析 18

图表：2014-2016年企业数量分析 23

图表：2014-2016年人员规模状况分析 24

图表：2014-2016年行业资产规模分析 25

图表：2014-2016年行业市场规模分析 26

图表：2014-2016年中国婴童用品行业盈利能力分析 26

图表：2014-2016年中国婴童用品行业偿债能力分析 27

图表：2014-2016年中国婴童用品行业营运能力分析 27

图表：2014-2016年中国婴童用品行业发展能力分析 27

图表：2014-2016年我国婴童用品行业供给分析 28

图表：中国婴童用品消费结构 29

图表：2014-2016年婴童用品行业需求市场 29

图表：婴童消费需求与婴童产业对照图 30

图表：2014-2016年我国婴童用品行业供需平衡分析 31

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/453062.html>