

2016-2022年中国婴童用品行业“十三五”发展策略 及前景预测研究报告

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“十三五”发展策略及前景预测研究报告》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/201601/375513.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：

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“二胎政策”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，更应从产品质量、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

本婴童用品行业研究报告共十五章是智研数据中心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。婴童用品行业研究报告是2014-2015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、智研数据中心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。

报告揭示婴童用品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国婴童用品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国婴童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：

第一部分 产业环境透视

第一章 婴童用品行业发展综述

第一节 婴童用品行业界定

一、婴童用品行业概念界定

二、婴童用品产品种类界定

第二节 婴童用品行业发展背景分析

一、家庭消费周期与消费特征分析

1、家庭消费生命周期界定

2、不同生命周期的消费特征

二、中国婴儿出生情况分析

三、单独二胎政策对婴儿出生影响

1、单独二胎政策解读

2、单独二胎政策对婴儿出生的影响

第三节 婴童用品产业链利润分布

第二章 婴童用品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 婴童用品行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、婴童用品行业标准

四、行业相关发展规划

1、婴童用品行业国家发展规划

2、婴童用品行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、婴童用品产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、婴童用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、婴童用品技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国婴童用品行业新技术研究

二、婴童用品技术发展水平

1、我国婴童用品行业技术水平所处阶段

2、与国外婴童用品行业的技术差距

三、2014-2015年婴童用品技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国婴童用品行业运行现状分析

第一节 我国婴童用品行业发展状况分析

一、我国婴童用品行业发展阶段

二、我国婴童用品行业发展总体概况

三、我国婴童用品行业发展特点分析

四、我国婴童用品行业商业模式分析

第二节 2014-2015年婴童用品行业发展现状

一、2014-2015年我国婴童用品行业市场规模

二、2014-2015年我国婴童用品行业发展分析

三、2014-2015年中国婴童用品企业发展分析

第三节 2014-2015年婴童用品市场情况分析

一、2014-2015年中国婴童用品市场总体概况

二、2014-2015年中国婴童用品产品市场发展分析

第四节 我国婴童用品市场价格走势分析

一、婴童用品市场定价机制组成

二、婴童用品市场价格影响因素

三、2014-2015年婴童用品产品价格走势分析

四、2016-2022年婴童用品产品价格走势预测

第四章 我国婴童用品行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国婴童用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国婴童用品行业产销情况分析

一、我国婴童用品行业工业总产值

二、我国婴童用品行业工业销售产值

三、我国婴童用品行业产销率

第三节 2014-2015年中国婴童用品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国婴童用品行业销售利润率

2、我国婴童用品行业成本费用利润率

3、我国婴童用品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国婴童用品行业资产负债比率

2、我国婴童用品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国婴童用品行业应收帐款周转率

2、我国婴童用品行业总资产周转率

3、我国婴童用品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国婴童用品行业总资产增长率

2、我国婴童用品行业利润总额增长率

3、我国婴童用品行业主营业务收入增长率

4、我国婴童用品行业资本保值增值率

第五章 中国婴童用品进出口市场分析

第一节 行业进出口市场概述

一、婴童用品行业进出口概况

二、婴童用品行业进出口产品结构分析

第二节 婴童用品行业出口情况分析

一、婴童用品行业出口规模概述

二、婴童用品行业出口产品概述

第三节 婴童产品行业出口产品类别分析

一、婴童食品类出口结构分析

二、婴童日用品类出口结构分析

三、婴童服装类出口结构分析

四、婴童玩具类出口结构分析

第四节 婴童用品行业进口情况分析

一、婴童用品行业进口概述

二、婴童用品行业进口产品结构

第五节 婴童用品行业进口产品类别分析

一、婴童食品类进口结构分析

二、婴童日用品类进口结构分析

三、婴童服装类进口结构分析

四、婴童玩具类进口结构分析

第三部分 市场全景调研

第六章 中国婴童食品市场发展分析

第一节 婴幼儿奶粉市场分析

一、婴幼儿奶粉市场发展概况

1、行业发展的特点

2、行业发展现状

二、婴幼儿奶粉市场政策环境

三、婴幼儿奶粉市场发展特点

1、婴幼儿奶粉市场消费特点

2、婴幼儿奶粉市场运营特点

四、婴幼儿奶粉行业市场规模

1、婴幼儿奶粉行业市场容量分析

2、婴幼儿奶粉行业市场规模分析

五、婴幼儿奶粉市场竞争格局

1、婴幼儿奶粉市场发展现状分析

2、婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局

3、婴幼儿奶粉产品价格区间分布

4、婴幼儿奶粉市场区域竞争格局

5、婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析

第二节 婴幼儿辅食市场分析

一、婴幼儿辅食市场发展概况

二、婴幼儿辅食市场政策环境

三、婴幼儿辅食行业市场容量

四、婴幼儿辅食市场竞争格局

- 1、婴幼儿辅食市场品牌竞争格局
- 2、婴幼儿辅食产品价格区间分布

五、婴幼儿辅食市场发展前景

第三节 婴幼儿奶粉与辅食消费状况调查

一、婴幼儿奶粉消费调查

- 1、婴幼儿体质与奶粉消费调查
- 2、父母选择婴幼儿奶粉的消费调查

二、婴幼儿辅食产品消费调查

- 1、辅食产品消费调查
- 2、辅食产品购买前调查

第七章 中国婴童日用品市场分析

第一节 婴童洗护用品市场分析

- 一、婴童洗护用品市场发展概况
- 二、婴童洗护用品市场政策环境
- 三、婴童洗护用品市场发展特点
 - 1、婴童洗护用品市场产品结构
 - 2、婴童洗护用品市场消费特点
- 四、婴童洗护用品行业市场规模
- 五、婴童洗护用品市场竞争格局
 - 1、婴童洗护用品市场竞争现状
 - 2、婴童洗护用品品牌竞争格局
 - 3、婴童洗护用品渠道竞争分析
- 六、婴童洗护用品市场发展前景

第二节 婴幼儿纸尿裤市场分析

- 一、婴幼儿纸尿裤市场发展概况
- 二、婴幼儿纸尿裤市场政策环境
- 三、婴幼儿纸尿裤市场规模
- 四、婴幼儿纸尿裤市场发展特点
 - 1、婴幼儿纸尿裤市场消费特点
 - 2、婴幼儿纸尿裤市场运营特点
- 五、婴幼儿纸尿裤市场竞争格局
 - 1、婴幼儿纸尿裤市场发展现状
 - 2、婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局
 - 3、纸尿裤品牌市场占有率

4、消费渠道竞争分析

六、婴幼儿纸尿裤市场前景

第三节 婴童车、床市场分析

一、婴童车、床市场政策环境

二、婴童车、床市场发展特点

1、婴童车、床市场消费特点

2、婴童车、床市场运营特点

三、婴童车、床市场竞争格局

1、婴童车、床品牌竞争格局

2、婴童车、床市场渠道竞争

四、婴童车、床市场前景

1、婴童车、床发展趋势

2、婴童车、床市场规模预测

第八章 中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析

第一节 婴童服饰市场发展分析

一、婴童服饰市场发展概况

1、婴童服饰市场现状

2、婴童服饰市场特点

二、婴童服饰发展市场规模

三、婴童服饰市场政策环境

四、婴童服饰市场发展特点

1、婴童服饰产品结构特点

2、婴童服饰市场消费特点

3、婴童服饰产业发展趋势

五、婴童服饰市场竞争格局

1、婴童服饰品牌竞争格局

2、婴童服饰区域竞争格局

3、婴童服饰市场渠道竞争

六、婴童服饰市场发展前景

第二节 婴童鞋产品市场发展分析

一、婴童鞋产品市场发展概况

二、婴童鞋产品发展市场规模

三、婴童鞋产品市场政策环境

四、婴童鞋产品市场竞争格局

1、婴童鞋产品品牌竞争格局

2、婴童鞋产品区域竞争格局

3、婴童鞋市场渠道竞争分析

五、婴童鞋产品市场前景

第三节 婴童玩具市场发展分析

一、婴童玩具市场发展概况

二、婴童玩具市场政策环境

1、国内标准

2、国外标准

三、婴童玩具市场竞争格局

1、婴童玩具发展阶段分析

2、婴童玩具品牌竞争格局

四、婴童玩具市场前景

第四节 婴童穿戴电子设备分析

一、可穿戴便携移动医疗设备市场规模

1、中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析

2、中国婴童可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析

二、婴童可穿戴便携移动医疗设备主要产品分析

三、婴儿可穿戴便携移动医疗电子设备发展前景

1、发展趋势

2、问题和挑战

第四部分 竞争格局分析

第九章 婴童用品产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国婴童用品产业集群发展特色分析

一、长江三角洲婴童用品产业发展特色分析

二、珠江三角洲婴童用品产业发展特色分析

三、环渤海地区婴童用品产业发展特色分析

四、闽南地区婴童用品产业发展特色分析

第二节 婴童用品重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、婴童用品重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第十章 2015年婴童用品行业领先企业经营形势分析

第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第二节 上海巴布豆儿童用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第三节 天门市叮当猫服饰有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第四节 红黄蓝集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第五节 广东小猪班纳服饰股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第六节 上海丽婴房婴童用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第七节 宁波康贝儿童用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第八节 宁波好孩子儿童用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 贝亲婴儿用品（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十节 强生（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2016-2022年婴童用品行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年婴童用品市场发展前景

- 一、2016-2022年婴童用品市场发展潜力
- 二、2016-2022年婴童用品市场发展前景展望
- 三、2016-2022年婴童用品细分行业发展前景分析
- 第二节2016-2022年婴童用品市场发展趋势预测
 - 一、2016-2022年婴童用品行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
 - 3、产品应用趋势分析
 - 二、2016-2022年婴童用品市场规模预测
 - 1、婴童用品行业市场容量预测
 - 2、婴童用品行业销售收入预测
 - 三、2016-2022年婴童用品行业应用趋势预测
 - 四、2016-2022年细分市场发展趋势预测
- 第三节2016-2022年中国婴童用品行业供需预测
 - 一、2016-2022年中国婴童用品行业供给预测
 - 二、2016-2022年中国婴童用品行业产量预测
 - 三、2016-2022年中国婴童用品市场销量预测
 - 四、2016-2022年中国婴童用品行业需求预测
 - 五、2016-2022年中国婴童用品行业供需平衡预测
- 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 一、市场整合成长趋势
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 三、企业区域市场拓展的趋势
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展
 - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 第十二章2016-2022年婴童用品行业投资机会与风险防范
 - 第一节 婴童用品行业投融资情况
 - 一、行业资金渠道分析
 - 二、固定资产投资分析
 - 三、兼并重组情况分析
 - 四、婴童用品行业投资现状分析
 - 1、婴童用品产业投资经历的阶段
 - 2、2014-2015年婴童用品行业投资状况回顾
 - 3、2014-2015年中国婴童用品行业风险投资状况
 - 4、2016-2022年我国婴童用品行业的投资态势

第二节2016-2022年婴童用品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、婴童用品行业投资机遇

第三节2016-2022年婴童用品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国婴童用品行业投资建议

- 一、婴童用品行业未来发展方向
- 二、婴童用品行业主要投资建议
- 三、中国婴童用品企业融资分析
 - 1、中国婴童用品企业IPO融资分析
 - 2、中国婴童用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章2016-2022年婴童用品行业面临的困境及对策

第一节 2015年婴童用品行业面临的困境

第二节 婴童用品企业面临的困境及对策

- 一、重点婴童用品企业面临的困境及对策
 - 1、重点婴童用品企业面临的困境
 - 2、重点婴童用品企业对策探讨
- 二、中小婴童用品企业发展困境及策略分析
 - 1、中小婴童用品企业面临的困境
 - 2、中小婴童用品企业对策探讨

三、国内婴童用品企业的出路分析

第三节 中国婴童用品行业存在的问题及对策

- 一、中国婴童用品行业存在的问题
- 二、婴童用品行业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国婴童用品市场发展面临的挑战与对策

第十四章 婴童用品行业发展战略研究

第一节 婴童用品行业发展战略研究

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

第二节 对我国婴童用品品牌的战略思考

一、婴童用品品牌的重要性

二、婴童用品实施品牌战略的意义

三、婴童用品企业品牌的现状分析

四、我国婴童用品企业的品牌战略

五、婴童用品品牌战略管理的策略

第三节 婴童用品经营策略分析

一、婴童用品市场细分策略

二、婴童用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、婴童用品新产品差异化战略

第四节 婴童用品行业投资战略研究

一、2015年婴童用品行业投资战略

二、2016-2022年婴童用品行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 婴童用品行业研究结论及建议

第二节 婴童用品子行业研究结论及建议

第三节 婴童用品行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议(ZY XZX)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201601/375513.html>