

2016-2022年中国婴童用品市场运营态势与发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国婴童用品市场运营态势与发展前景分析报告》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/201610/455779.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

婴童产业是以婴童消费（商品和服务）为主体的市场体系。婴童群体生理及心理特殊性决定了婴童消费与成人消费的区别显著，不同年龄阶段婴童的消费特点和消费内容存在较大差异：

0-3岁的婴幼儿：这一年龄段的消费频次最多的是奶粉和辅食等食品类；其次是以纸尿裤、洗护用品为代表的日用品。而耐用品方面，婴儿床/车以及安全座椅已成为这一年龄段的刚性需求。

4-6岁的学龄前儿童：这一阶段儿童开始逐渐形成了消费意识，善于模仿成人实践活动，父母购买商品时也考虑儿童的喜好和感受。童装/童鞋和玩具成为学龄前儿童的主要消费品。

7-14岁的儿童：消费仍依赖父母，但心智和偏好上已经形成独立观点和品牌意识，且可以直接影响父母的决定。其中，7-11岁家庭影响力较大，11-14岁同伴影响逐渐加大。这一阶段，消费更加多元化和均衡化，在消费品中童装/童鞋和玩具依然是重要品类，同时教育、娱乐等消费比重逐渐增加。

智研咨询发布的《2016-2022年中国婴童用品市场运营态势与发展前景分析报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：婴童用品行业发展综述

1.1 婴童用品行业界定

1.1.1 婴童用品行业概念界定

1.1.2 婴童用品产品种类界定

1.2 婴童用品行业发展背景分析

1.2.1 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

1.2.2 中国婴儿出生情况分析

1.3 婴童用品行业发展现状分析

1.3.1 婴童用品行业市场规模

1.3.2 婴童用品行业消费结构

1.3.3 婴童用品行业消费特性

1.4 婴童用品产业链利润分布

第2章：中国婴童食品市场发展分析

2.1 婴幼儿奶粉市场分析

2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况

2.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境

2.1.3 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

1) 婴幼儿奶粉企业费用率刚性特点

2) 主要婴幼儿奶粉企业费用率比较

2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场规模

2.1.5 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

2.2 婴幼儿辅食市场分析

2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况

2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境

2.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量

2.2.4 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

2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景

2.3 婴童奶粉与辅食消费状况调查

2.3.1 婴幼儿体质与奶粉消费调查

2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查

第3章：中国婴童日用品市场分析

3.1 婴童洗护用品市场分析

3.1.1 婴幼儿洗护用品市场发展概况

3.1.2 婴幼儿洗护用品市场政策环境

3.1.3 婴幼儿洗护用品市场发展特点

(1) 婴幼儿洗护用品市场产品结构

(2) 婴幼儿洗护用品市场消费特点

3.1.4 婴幼儿洗护用品行业市场规模

3.1.5 婴幼儿洗护用品市场竞争格局

(1) 婴幼儿洗护用品发展现状分析

(2) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局

(3) 婴幼儿洗护用品渠道竞争分析

3.1.6 婴幼儿洗护用品市场前景

3.2 婴童纸尿裤市场分析

3.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况

3.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境

3.2.3 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

3.2.4 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

3.2.5 婴幼儿纸尿裤市场前景

3.3 婴童车、床市场分析

3.3.1 婴幼儿车、床市场政策环境

3.3.2 婴幼儿车、床市场发展特点

(1) 婴幼儿车、床市场消费特点

(2) 婴幼儿车、床市场运营特点

1) 童车市场运营特点

2) 婴儿床市场运营特点

3.3.3 婴幼儿车、床市场竞争格局

(1) 婴幼儿车、床品牌竞争格局

(2) 婴幼儿车、床市场渠道竞争

3.3.4 婴幼儿车、床市场前景

第4章：中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析

4.1 婴童服饰市场发展分析

4.1.1 婴幼儿服饰市场发展概况

4.1.2 婴幼儿服饰市场政策环境

4.1.3 婴幼儿服饰市场发展特点

(1) 婴幼儿服饰产品结构特点

- (2) 婴幼儿服饰市场消费特点
- 4.1.4 婴幼儿服饰市场竞争格局
 - (1) 婴幼儿服饰品牌竞争格局
 - (2) 婴幼儿服饰区域竞争格局
 - (3) 婴幼儿服饰市场渠道竞争
- 4.1.5 婴幼儿服饰市场前景
- 4.2 婴童鞋产品市场发展分析
 - 4.2.1 婴幼儿鞋产品市场发展概况
 - 4.2.2 婴幼儿鞋产品市场政策环境
 - 4.2.3 婴幼儿鞋产品市场竞争格局
 - (1) 婴幼儿鞋产品品牌竞争格局
 - (2) 婴幼儿鞋产品区域竞争格局
 - (3) 婴幼儿鞋市场渠道竞争分析
 - 4.2.4 婴幼儿鞋产品市场前景
- 4.3 婴童玩具市场发展分析
 - 4.3.1 婴幼儿玩具市场发展概况
 - 4.3.2 婴幼儿玩具市场政策环境
 - (1) 国内标准
 - (2) 国外标准
 - 4.3.3 婴幼儿玩具市场竞争格局
 - (1) 婴幼儿玩具发展阶段分析
 - (2) 婴幼儿玩具品牌竞争格局
 - 4.3.4 婴幼儿玩具市场前景
- 第5章：中国婴童用品行业营销分析
 - 5.1 营销模式分析
 - 5.1.1 婴童用品行业主要营销模式比较
 - (1) 直接营销模式
 - (2) 代理经销模式
 - (3) 连锁卖场模式
 - (4) 网络营销模式
 - (5) 主要营销模式对比分析
 - 5.1.2 婴童用品行业优秀营销模式案例分析
 - (1) 直接营销模式优秀案例分析
 - (2) 代理经销模式优秀案例分析
 - (3) 连锁卖场模式优秀案例分析

- (4) 网络营销模式优秀案例分析
- 5.1.3 婴童用品行业营销模式创新建议
 - (1) 渠道品牌化
 - (2) 虚拟社区化
 - (3) 专业连锁化
- 5.2 销售渠道分析
 - 5.2.1 医务渠道
 - 5.2.2 商超渠道
 - 5.2.3 品牌专卖渠道
 - 5.2.4 专营店渠道
 - 5.2.5 加盟连锁渠道
 - 5.2.6 网络渠道
 - 5.2.7 批发市场渠道
 - 5.2.8 不同销售渠道优劣势对比
- 5.3 营销案例分析
 - 5.3.1 贝因美营销案例分析
 - (1) 贝因美品牌定位
 - (2) 贝因美产品定位
 - (3) 贝因美广告营销
 - (4) 贝因美传播策略
 - 5.3.2 强生营销案例分析
 - (1) 强生品牌定位
 - (2) 强生产品定位
 - (3) 强生广告营销
 - 5.3.3 童装品牌营销案例分析
 - (1) 巴拉巴拉营销案例
 - (2) 派克兰帝营销案例
 - (3) 水孩儿营销案例
 - (4) 今童王营销案例
 - (5) 嗒嘀嗒营销案例
 - 5.3.4 童鞋品牌营销案例分析
 - (1) 七波辉营销案例
 - (2) 卡西龙营销案例
 - (3) ABC营销案例
 - (4) 路豹营销案例

- (5) 巴布豆营销案例
- 5.3.5 玩具品牌营销案例
 - (1) 乐高营销案例
 - (2) 奥迪营销案例
 - (3) 好孩子营销案例
- 第6章：中国婴童用品行业领先企业经营分析
 - 6.1 中国婴童食品领先企业分析
 - 6.1.1 双城雀巢有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.1.2 广东雅士利集团股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.1.3 美赞臣营养品（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.1.4 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.1.5 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.2 中国婴童日用品领先企业分析
 - 6.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.2.2 强生（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析

- (3) 企业经营状况分析
- 6.2.3 贝亲婴儿用品（上海）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
- 6.2.4 天津郁美净集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
- 6.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析
 - 6.3.1 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.3.2 东莞市小猪班纳服饰有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - 6.3.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营优劣势分析
 - (3) 企业经营状况分析

第7章：中国婴童用品行业前景分析

- 7.1 中国婴童用品行业发展前景分析
 - 7.1.1 婴童用品行业发展趋势分析
 - 7.1.2 婴童用品行业市场前景分析
- 7.2 中国婴童用品行业投资前景分析
 - 7.2.1 婴童用品行业投资现状分析
 - 7.2.2 婴童用品行业投资前景分析

图表目录：

图表1：婴童用品行业概念界定

图表2：家庭消费生命周期

图表3：不同生命周期的家庭消费特征

图表4：2011-20155年中国出生人口数量（单位：万人）

图表5：2016-2022年0-12岁婴童用品市场规模及预测（单位：亿元）

图表6：中国婴童用品消费结构（单位：%）

图表7：中国婴童用品产业链利润分布（单位：%）

图表8：婴幼儿奶粉相关政策

图表9：2011-2015年贝因美销售费用率走势（单位：%）

图表10：2011-2015年主要婴幼儿奶粉上市公司销售费用率比较（单位：%）

图表11：2011-2015年中国奶粉市场规模（单位：亿元）

图表12：2011-2015年中国母乳率与婴儿人均奶粉消费量情况（单位：千克，%）

图表13：2011-2015年中国乳制品行业企业数量（单位：家）

图表14：中国婴幼儿配方奶粉品牌阶梯

图表15：2010-2015年国内婴幼儿奶粉产品结构（单位：%）

图表16：中国婴幼儿配方奶粉生产企业分布（单位：%）

图表17：主要奶粉品牌企业销售区域分布

图表18：国产品牌和外资品牌在不同类型城市销售占比（单位：%）

图表19：2015年婴幼儿奶粉各销售渠道占比（单位：%）

图表20：婴幼儿辅食种类

图表21：中国婴幼儿辅食市场份额分布（单位：%）

图表22：中国婴幼儿辅食市场品牌排名

图表23：主要婴幼儿辅食产品价位

图表24：受访家庭婴幼儿上火比例（单位：%）

图表25：受访家庭婴幼儿上火症状（单位：%）

图表26：受访家庭婴幼儿上火后的处理措施（单位：%）

图表27：受访家庭对奶粉产品的关注点（单位：%）

图表28：受访家庭在不同阶段对婴幼儿奶粉产品的关注点（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201610/455779.html>