

2021-2026年中国婴儿用品行业发展前景及行业投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国婴儿用品行业发展前景及行业投资策略研究报告》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.huaon.com/channel/cosmetics/672698.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

婴儿用品也称为婴幼儿用品，是给0-3岁婴儿这类特殊群体提供的专业健康产品。特殊的体质特殊的生理心理需求，国家卫生组织对婴儿用品都提出了极高的要求。因此对婴儿用品的选择，要求十分严格。

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 婴儿用品行业相关概述

1.1 婴儿用品行业定义及特点

1.1.1 婴儿用品行业的定义

1.1.2 婴儿用品行业产品特点

1.2 婴儿用品行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 婴儿用品行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.2 进入本行业的主要障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游原料产业分析

2.4.3 下游产业分析

第三章 中国婴儿用品行业发展环境分析

3.1 国际人口发展状况

3.1.1 世界人口发展态势

3.1.2 印度人口发展走势

3.1.3 美国人口多元化发展

3.1.4 俄罗斯人口发展状况

3.1.5 日本人口发展的问题

3.1.6德国人口发展状况

3.1.7英国人口增长态势

3.2中国人口发展形势

3.2.1中国人口发展规模

3.2.2中国人口结构变化

3.2.3中国人口发展拐点

3.2.4中国人口出生率

3.3中国人口政策发展动态

3.3.1计划生育政策发展

3.3.2单独二胎政策实行

3.3.3单独二胎政策效果

3.3.4全面放开二胎政策

3.4中国居民收入情况

3.4.1居民收入增长情况

3.4.2居民收入结构分析

3.4.3居民收入差距缩小

3.4.4居民收入增长目标

第四章 世界婴儿用品运行环境及动态分析

4.1近两年国际人口生育状况分析

4.1.1法国迎来最大婴儿潮

4.1.2英国提倡一个家庭只生两个孩子

4.1.3俄罗斯用经济手段提高生育率

4.2国际婴儿用品市场运行分析

4.2.1美国婴儿用品市场规模分析

4.2.2中东婴儿用品市场分析

4.2.3浅析欧盟婴儿护理用品市场

4.3 2021-2026年世界婴儿用品产业发展趋势分析

第五章 我国婴儿用品行业运行现状分析

5.1中国婴儿用品行业现状

5.1.1婴儿用品行业所处阶段及其特性

5.1.2中国婴儿用品行业的发展状况

5.1.3中国婴儿用品产业的发展态势

5.1.4中国婴儿用品行业发展的市场环境

5.2婴儿用品市场概况

5.2.1中国婴儿用品市场的发展特征

5.2.2 市场需求大增促进婴儿用品价格上涨

5.2.3 中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

5.2.4 婴儿用品市场日趋成熟

5.2.5 婴幼儿用品与玩具的市场融合发展分析

5.3 婴儿用品消费者购买行为分析

5.3.1 婴幼儿用品消费者分析

5.3.2 婴儿用品消费者特点

5.3.3 婴儿用品消费者的消费行为的一般特征

5.3.4 婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

5.3.5 婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

5.3.6 消费行为对婴儿用品超市经营的启发

5.4 婴儿用品终端市场营销分析

5.4.1 婴儿用品的不同销售模式

5.4.2 婴儿用品店的五大误区

5.4.3 婴儿用品店生存法则

5.4.4 婴儿用品店必须转守为攻

第六章 中国婴儿用品所属行业市场运行分析

6.1 2016-2020年中国婴儿用品所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 所属行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2016-2020年中国婴儿用品所属行业产销情况分析

6.2.1 中国婴儿用品所属行业工业总产值

6.2.2 中国婴儿用品所属行业工业销售产值

6.2.3 中国婴儿用品所属行业产销率

6.3 2016-2020年中国婴儿用品所属行业市场供需分析

6.3.1 中国婴儿用品所属行业供给分析

6.3.2 中国婴儿用品所属行业需求分析

6.3.3 中国婴儿用品所属行业供需平衡

6.4 2016-2020年中国婴儿用品所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国婴儿用品行业细分市场分析

7.1 婴儿用品行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 婴幼儿奶粉市场

7.2.1 中国婴儿奶粉行业现状分析

- 1、 婴儿奶粉行业事故频发
- 2、 婴儿奶粉行业将出现高端混战
- 3、 促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点

7.2.2 中国婴儿奶粉市场概况

- 1、 中国高档婴儿奶粉市场空间大
- 2、 中国高档婴儿配方奶粉市场还有上升空间
- 3、 消费者青睐洋品牌婴儿奶粉

7.2.3 中国婴儿奶粉营销分析

- 1、 婴儿奶粉企业打起营销模式战
- 2、 数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用
- 3、 4P组合在婴儿奶粉行业的应用状况

7.2.4 中国婴儿奶粉行业存在的问题

- 1、 浅析婴儿奶粉行业的四大乱象
- 2、 婴儿奶粉的质量令人忧
- 3、 婴儿奶粉营养素问题有待解决

7.3 婴儿纸尿裤市场

7.3.1 中国婴儿纸尿裤产业发展概述

- 1、 定义及结构设计
- 2、 不同品牌纸尿裤的特点
- 3、 纸尿裤和纸尿片的主要区别

7.3.2 中国婴儿纸尿裤市场发展态势分析

- 1、 中国纸尿裤市场进入高速增长期
- 2、 小纸尿裤蕴含大市场
- 3、 金佰利看好中国纸尿裤市场
- 4、 全球婴儿纸尿裤市场展望

7.3.3 中国纸尿裤的质量问题与对策分析

7.4 其它婴儿用品市场发展分析

7.4.1奶瓶

- 1、中国新型电子显温奶瓶市场概述
- 2、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠
- 3、加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶
- 4、法国禁止使用双酚A奶瓶
- 5、我国禁止生产双酚A婴幼儿奶瓶

7.4.2童车市场

- 1、我国童车产业的发展状况分析
- 2、我国童车开拓国际市场的问题及对策
- 3、中国童车企业的发展策略分析
- 4、中国童车行业的发展趋势分析
- 5、婴儿推车的设计特点及分类选择
- 6、婴儿学步车的利弊辨析

7.4.3婴儿食品

- 1、婴儿的营养需求
- 2、婴儿辅助食品市场有金可挖
- 3、中国婴儿食品市场发展前景广大
- 4、婴幼儿食品高端品牌的发展新动向

7.4.4其他类

- 1、婴儿浴室市场空间大
- 2、婴儿泳疗介绍
- 3、婴儿枕头的学问
- 4、中国婴儿纪念品市场前景广阔

7.5建议

7.5.1细分市场研究结论

第八章 婴儿用品电商发展分析

8.1婴儿用品电商发展概况

8.1.1行业产业链

8.1.2行业生命周期

8.2婴儿用品电商市场分析

8.2.1母婴电商市场规模

8.2.2母婴电商竞争分析

8.2.3母婴电商市场格局

8.3婴儿用品电商平台运营模式分析

8.3.1专属特卖平台——贝贝网

8.3.2限时特卖平台——蜜芽

8.3.3跨境闪购平台——宝贝格子

8.3.4国际买手街——唯一优品

8.3.5多渠道平台——乐友孕婴童

8.4婴儿用品电子商务市场前景展望

8.4.1投融资分析

8.4.2行业发展前景

8.4.3行业发展趋势

第九章 中国婴儿用品产业竞争格局分析

9.1中外婴儿奶粉企业竞争分析

9.1.1中国婴儿奶粉市场格局初步形成

9.1.2高端婴儿奶粉市场酝酿变局

9.1.3中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争

9.2婴儿奶粉本土企业竞争策略分析

9.2.1国产品牌的机会在细分市场

9.2.2本土企业应着力提升服务水平

9.2.3合资不是婴儿奶粉企业的万能药方

9.2.4中国企业竞争力及竞争策略分析

9.3中国部分城市婴儿用品市场分析

9.3.1北京婴儿用品市场上演价格战

9.3.2成都市婴儿用品市场广阔

9.3.3临沂市婴儿用品市场发展迅速

第十章 国外重点婴儿用品企业运行分析

10.1美赞臣

10.1.1公司概述

10.1.2美赞臣推出全新品牌策略

10.1.3美赞臣用服务铸造品牌

10.2多美滋

10.2.1公司概述

10.2.2多美滋加大对华投资

10.2.3多美滋成纽米克中国市场主打品牌

10.3雀巢

10.3.1公司概述

10.3.2雀巢调整策略加快进军国际市场步伐

10.3.3雀巢成长奶粉再度出手中国

10.4强生

10.4.1公司概述

10.4.2解析强生婴儿沐浴露的越位现象

10.4.3解析强生公司网络营销策略

10.5宝洁

10.5.1公司概述

10.5.2帮宝适纸尿裤的历史

10.5.3宝洁加强帮宝适和佳洁士两大品牌

10.6金佰利

10.6.1公司概述

10.6.2金佰利掘金中国婴儿潮

10.6.3金佰利看好中国市场

第十一章 中国婴儿用品行业领先企业竞争力分析

11.1内蒙古伊利实业集团股份有限公司

11.1.1企业发展基本情况

11.1.2企业主要产品分析

11.1.3企业竞争优势分析

11.1.4企业经营状况分析

11.2浙江贝因美科工贸股份有限公司

11.2.1企业发展基本情况

11.2.2企业主要产品分析

11.2.3企业竞争优势分析

11.2.4企业经营状况分析

11.3黑龙江优贝特乳业集团有限公司

11.3.1企业发展基本情况

11.3.2企业主要产品分析

11.3.3企业竞争优势分析

11.3.4企业经营状况分析

11.4奥飞娱乐股份有限公司

11.4.1企业发展基本情况

11.4.2企业主要产品分析

11.4.3企业竞争优势分析

11.4.4企业经营状况分析

11.5好孩子集团有限公司

11.5.1企业发展基本情况

11.5.2企业主要产品分析

11.5.3企业竞争优势分析

11.5.4企业经营状况分析

第十二章 中国婴儿用品行业发展趋势前景分析

12.1中国婴儿用品及经营方式发展趋势

12.1.1婴儿用品呈现四大发展趋势

12.1.2安全成为婴儿服装的成为流行趋势

12.1.3婴儿用品经营方式发展趋势

12.2中国婴儿用品行业前景预测分析

12.2.1婴儿用品前景看好

12.2.2婴幼儿用品市场前景广阔

12.2.3婴儿用品蕴藏巨大市场

12.3中国婴儿用品产业盈利预测分析

第十三章 中国婴儿用品产业投资机会与风险分析

13.1中国婴儿用品产业投资环境分析

13.2中国婴儿用品产业投资机会分析

13.3中国婴儿用品产业投资风险分析

13.3.1宏观调控风险

13.3.2行业竞争风险

13.3.3供需波动风险

13.3.4技术风险

13.3.5经营管理风险

13.4投资建议

第十四章 政策法规

14.1政策解读

14.1.1国家实行婴幼儿奶粉召回退市制

14.1.2《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布

14.1.3中国婴幼儿配方食品国家标准将较大程度修改

14.1.4婴儿睡眠用品输欧须符合安全新标准

14.1.5卫生部办公厅关于牛初乳产品适用标准问题的复函

14.2相关法规介绍

14.2.1乳品质量监督管理条例

14.2.2婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定

14.2.3婴儿配方乳粉生产许可证审查细则

14.2.4 2016-2020年婴儿食品婴儿配方乳粉I

14.2.5 2016-2020年婴儿食品婴儿配方乳粉II

14.2.6纸尿裤片垫行业标准

第十五章 研究结论及建议

15.1研究结论（AK ZJH）

15.2.1行业发展策略建议

15.2.2行业投资方向建议

15.2.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：婴儿用品行业特点

图表：婴儿用品行业生命周期

图表：婴儿用品行业产业链分析

图表：2016-2020年婴儿用品所属行业市场规模分析

图表：2021-2026年婴儿用品所属行业市场规模预测

图表：中国婴儿用品所属行业盈利能力分析

图表：中国婴儿用品所属行业运营能力分析

图表：中国婴儿用品所属行业偿债能力分析

图表：中国婴儿用品所属行业发展能力分析

图表：中国婴儿用品所属行业经营效益分析

图表：2016-2020年婴儿用品重要数据指标比较

图表：2016-2020年中国婴儿用品所属行业销售情况分析

图表：2016-2020年中国婴儿用品所属行业利润情况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/672698.html>