

# 2017-2022年中国母婴用品 市场现状研究及未来前景趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国母婴用品市场现状研究及未来前景趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/I58532YYMS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2015年我国母婴用品整体规模约为2.3万亿元，同比增长25.2%。2016年以来，受益二胎全面放开以及结婚潮到来，新生儿数量有望提升；此外消费升级趋势与母婴童消费能力提升，预计母婴用品行业未来三年将保持15%左右的快速增长趋势。

新修订的《人口与计划生育法》已于2016年元旦正式实施，据国家统计局抽样结果显示，我国育龄女性人数基本稳定、二孩生育率呈持续上升的态势，预计二胎全面放开后我国每年将新增200~300万的新生儿童。未来十年结婚潮的到来也有助于母婴童行业持续增长。80后、90初婴儿潮出生的人，将陆续进入适婚年龄（1985~1995年出生的人口，平均每年约有近2000万），这将使得我国育龄女性保持在较高的水平。

目前我国母婴童用品的市场规模虽已居全球前列，但人均消费额仍然偏低：2014年我国婴童产品的人均零售额为1034元，相比日本、英国、美国普遍1500元以上的消费水平仍有提升空间。未来随着居民收入水平的持续提升，以及消费意识的增强与母婴产品快速迭代出新，我国母婴行业成长潜力巨大。

中国母婴用品整体交易规模

国内外婴童产品人均消费对比（2014年）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国母婴用品市场现状研究及未来前景趋势预测报告》共十六章。首先介绍了母婴用品相关概念及发展环境，接着分析了中国母婴用品规模及消费需求，然后对中国母婴用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国母婴用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国母婴用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2014-2016年母婴用品产业相关概述

第一节 母婴用品概况

一、妈妈用品

二、宝宝日常用品

### 三、宝宝衣物

#### 第二节 母婴用品其他知识

##### 一、奶瓶和奶嘴种类

##### 二、纸尿裤和传统尿片对比分析

##### 三、国内排名前五位的纸尿裤品牌

##### 四、宝宝护肤品的选择与使用

## 第二章 2014-2016年中国母婴用品产业运行环境分析

### 第一节 中国宏观经济环境分析

#### 第二节 中国母婴用品产业政策环境分析

##### 一、中华人民共和国母婴保健法

##### 二、城市儿童保健工作要求

##### 三、农村儿童保健工作要求

#### 第三节 中国人口出生率情况

##### 一、中国人口出生率和生育率的地区差别

##### 二、中国人口出生率呈持续下降趋势

##### 三、中国的第四次生育高峰

#### 第四节 中国人口增长及结构分析

##### 一、人口总量及人口结构

##### 二、中国新生儿母乳喂养率

##### 三、人们生活节奏加快

## 第三章 2014-2016年中国母婴用品市场发展新形势分析

### 第一节 中国母婴用品市场发展状况

#### 第二节 中国母婴用品市场运行态势分析

##### 一、婴幼儿用品市场分析

##### 二、中国母婴产品市场商机分析

##### 三、婴幼儿用品价格分析

#### 第三节 中国部分城市母婴用品市场情况

##### 一、北京市

##### 二、上海市

##### 三、深圳市

## 第四章 2014-2016年中国婴儿服装鞋帽市场发展分析

### 第一节 中国婴儿服装鞋帽行业发展综述

- 一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾
- 二、中国婴儿服装鞋帽标准已达国际先进水平
- 三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析

### 第二节 婴儿服装鞋帽市场运行综述

- 一、婴儿服装鞋帽市场特点分析
- 二、婴儿服装鞋帽市场规模分析
- 三、儿童家纺市场缺口依然存在

### 第三节 中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析

- 一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进
- 二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展
- 三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂

### 第四节 中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题

## 第五章 2014-2016年中国婴儿玩具市场运行态势分析

### 第一节 中国婴儿玩具市场动态分析

### 第二节 中国玩具产业运行总况

- 一、国内玩具市场增长速度快
- 二、中国玩具市场亟待深耕细作
- 三、中国玩具市场期待建设大型零售连锁

### 第三节 中国婴儿玩具市场分析

- 一、国内婴儿玩具市场特点分析
- 二、中国婴儿玩具市场的需求规模
- 三、国内婴儿玩具市场销售特点
- 四、国内婴儿玩具消费市场潜力大
- 五、国内婴儿玩具市场安全隐患多

## 第六章 2014-2016年中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析

### 第一节 中国婴幼儿奶粉市场发展分析

- 一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状

二、中国乳制品产量情况

三、中国婴儿配方奶粉市场调查探讨

第二节 婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析

第三节 中国婴幼儿奶粉营销分析

一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析

二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究

三、婴幼儿奶粉成功营销模式分析

第四节 中国奶粉进出口情况分析

第七章 2014-2016年中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述

一、结构设计

二、不同品牌纸尿裤的特点

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别

第二节 中国纸尿裤行业市场运行综述

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期

二、小纸尿裤蕴含大市场

三、金佰利看好中国纸尿裤市场

第三节 中国纸尿裤消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、纸尿裤等细分产品的需求特征

四、纸尿裤消费的决策过程分析

第四节 中国纸尿裤市场价格分析

一、国际品牌纸尿裤市场分析

二、国内品牌纸尿裤市场分析

三、价格同比分析

第五节 中国纸尿裤的质量问题

第八章 2014-2016年其他母婴用品市场运行走势分析

第一节 孕妇装

一、中国孕妇装业发展历史

- 二、中国孕妇装品牌分析
- 三、孕妇装成行业新亮点
- 四、未来中国孕妇装市场前景分析

## 第二节 婴儿奶瓶

## 第三节 婴儿床

- 一、婴儿床产业热点聚焦
- 二、中国婴儿床品牌状况
- 三、中国婴儿床价格情况分析
- 四、婴儿床产品研发情况分析
- 五、婴儿床市场需求消费情况分析

## 第四节 婴儿护肤品

# 第九章 2014-2016年中国母婴用品市场竞争格局分析

## 第一节 中国母婴用品行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

## 第二节 中国婴幼儿奶粉竞争分析

- 一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析
- 二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况
- 三、婴幼儿奶粉市场竞争分析

## 第三节 中国童装行业竞争分析

# 第十章 中国母婴用品市场营销战略分析

## 第一节 中国母婴用品营销分析

- 一、中国母婴用品“目录直销”模式营销分析
- 二、中国母婴用品网络营销分析
- 三、中国母婴用品店营销问题
- 四、中国母婴用品营销渠道探讨

## 第二节 中国童装营销分析

- 一、童装销售渠道分析
- 二、中国童装市场生产营销情况
- 三、童装的网络营销策略
- 四、童装营销品牌传播策略

## 第十一章 中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析

### 第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 好孩子集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 广东省奥迪玩具实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 汕头市迪士嘉玩具厂有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析



五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 中山市隆成日用制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第十二章 中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析

#### 第一节 北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 澳优乳品（湖南）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

### 第十三章 中国童装行业重点企业竞争力分析

#### 第一节 青岛绮丽佳美制衣有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第二节 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司

##### 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 厦门市立达信服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 威海奥威服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第十四章 2017-2022年中国母婴用品发展前景与趋势分析

#### 第一节 中国母婴用品发展前景分析

一、中国母婴用品市场前景

二、中国童鞋市场前景

三、中国童装产量预测分析

#### 第二节 中国母婴用品发展趋势分析

一、中国母婴用品市场发展预测

二、今后中国童装市场发展趋势

三、童装市场整体发展趋势

四、童装流行趋势

五、中国童装消费趋势

六、婴幼儿奶粉市场发展趋势

### 第三节 中国母婴用品市场前景预测分析

- 一、中国母婴用品市场消费前景预测分析
- 二、中国母婴用品市场规模及增长预测分析
- 三、中国母婴用品市场盈利预测分析

## 第十五章 2017-2022年中国母婴用品发展策略分析

### 第一节 母婴用品行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、母婴用品品牌的特性和作用
- 四、母婴用品品牌的价值战略
- 五、中国母婴用品品牌竞争趋势
- 六、母婴用品企业品牌发展战略
- 七、母婴用品行业品牌竞争策略

### 第二节 中国母婴用品企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略
- 四、企业并购策略分析

## 第十六章 2017-2022年中国母婴用品投资战略分析（ZY ZM）

### 第一节 母婴用品投资特点与潜力分析

- 一、母婴用品投资特点
- 二、孕妇装市场投资潜力
- 三、童装市场的投资特性

### 第二节 中国母婴用品行业投资战略研究

图表目录：

图表1：一款婴儿学行车

图表2：一款双耳奶瓶

图表3：一款快速恒温调奶器，亦可用作热奶器

图表4：一款飞碟型电子水温计

图表5：一款多功能恒温碗，可保温、加热、蒸炖食物

图表6：奶瓶按照材质分类

图表7：奶瓶按其它形式分类

图表8：2016年GDP初步核算数据

图表9：GDP环比和同比增长速度

图表10：社会消费品零售总额分月份同比增长速度

图表11：2016年社会消费品零售总额主要数据

图表12：全国房地产开发投资增速

图表13：全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表14：全国商品房销售面积及销售额增速

图表15：2016年全国房地产开发和销售情况

图表16：民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表17：2016年民间固定资产投资主要数据

图表18：固定资产投资（不含农户）同比增速

图表19：固定资产投资到位资金同比增速

图表20：规模以上工业增加值同比增速

图表21：各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 %

图表22：各月累计利润与每百元主营业务收入中的成本

图表23：2016年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表24：2016年规模以上工业企业主要财务指标

图表25：2016年规模以上工业企业经济效益指标

图表26：2016年规模以上工业企业主要财务指标（主要行业）

图表27：我国本土各类婴幼儿企业的发展情况分析

图表28：婴儿服饰领域调查

图表29：品牌的认知度

图表30：行业生命周期主要特征列表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/I58532YYMS.html>