

2016-2022年中国婴幼儿用品市场深度研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国婴幼儿用品市场深度研究与投资可行性报告》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/Q36189P8EG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

婴幼儿消费品行业主要服务于0-3岁婴幼儿，产品品类丰富，涵盖范围广，覆盖婴幼儿“吃、穿、用、玩”各个方面。由于婴幼儿的生理特点特殊，婴幼儿消费品行业产品的功能和设计以及消费特点与其他消费品行业存在较大差异。

城镇婴幼儿人群是品牌婴幼儿产品的主要消费者，据国家统计局公布的各年《国民经济和社会发展统计公报》显示，2008年至2012年我国每年新生婴儿约1,600万，0-3岁的婴幼儿约6,400万。随着中国城镇化率的提高，中国城镇家庭0-3岁婴幼儿的人数逐年上升，从2007年的2,389.95万增加到2012年的3,214.27万。据预测，随着我国城市化率的进一步提升，以及2014年我国政府对于单独二胎政策的放开，未来几年中国城镇0-3岁婴幼儿数量会保持一定增长速度，2012-2016年均复合增长率将达到5.4%，并在2016年超过3,900万人。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国婴儿用品市场深度研究与投资可行性报告》共十二章。首先介绍了婴幼儿用品行业市场发展环境、婴幼儿用品整体运行态势等，接着分析了婴幼儿用品行业市场运行的现状，然后介绍了婴幼儿用品市场竞争格局。随后，报告对婴幼儿用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴幼儿用品行业发展趋势与投资预测。您若想对婴幼儿用品产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿用品行业，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家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 婴幼儿用品连锁业相关概述	14
第一节 婴幼儿用品的几种连锁业态	14
第二节 婴幼儿用品连锁行业特征分析	14
一、行业发展迅速	14
二、适宜于个人投资	15
三、产品品质要求	15
四、品牌创立还处于初步尝试阶段	15
五、婴幼儿用品连锁行业生命周期分析	16

第三节 各种婴幼儿用品连锁优缺点比较 17

一、优点比较 17

二、总结 18

三、连锁经营的三种形式 20

第二章 2013-2015年国际婴儿用品行业运行态势分析 21

第一节 2013-2015年国际人口生育状况分析 21

一、法国迎来最大婴儿潮 21

二、英国提倡一个家庭只生两个孩子 21

三、俄罗斯用经济手段提高生育率 22

四、日本人口出生率回升 22

第二节 2013-2015年国际婴儿用品市场运行态势分析 22

一、美国婴儿用品市场进入新时代 22

二、中东婴儿用品市场分析 23

三、欧盟婴儿护理用品市场浅析 25

第三节 2016-2022年国际婴儿护理用品行业发展趋势分析 26

第三章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁行业运行环境解析 29

第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁行业经济环境分析 29

一、中国GDP分析 29

二、消费价格指数分析 31

三、城乡居民收入分析 33

四、社会消费品零售总额 35

五、全社会固定资产投资分析 37

六、进出口总额及增长率分析 41

第二节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁行业政策环境分析 45

一、中国连锁行业发展政策 45

二、中国玩具标准与国际接轨 51

三、6类玩具将实施强制性产品认证 51

四、婴幼儿纺织品检测实行最严格的标准 52

五、婴幼食品安全危机与政府加强食品安全管理及处罚 53

第三节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁行业社会环境分析 72

- 一、婴幼儿用品安全问题引发社会关注 72
- 二、中国婴幼儿数量持续增长 72
- 三、绝大部分居民对婴儿用品的认知程度比较落后 75
- 四、大城市居民对婴幼儿用品的品质要求日益增高 75
- 五、独生子女父母消费水平提高 76

第四章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体动态形势分析 78

第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁行业运行总况 78

- 一、经营规模小 78
- 二、尚处于发展初期，连锁发展十分迅速 78
- 三、连锁的运营模式不断改进 78
- 四、婴幼儿用品连锁未来趋势 78

第二节 影响中国婴幼连锁发展因素分析 79

- 一、中国婴幼连锁行业发展的制约因素 79
- 二、中国婴幼连锁行业发展的有利因素 79

第五章 2013-2015年中国婴幼连锁行业竞争态势分析 81

第一节 2013-2015年中国婴幼连锁行业竞争现状 81

- 一、品牌竞争意识提高 81
- 二、居民消费习惯及市场辐射能力竞争行为 81
- 三、周边消费水平的制约 81
- 四、购物地理环境局限大 82

第二节 2013-2015年中国婴幼连锁行业竞争行为 82

- 一、产品竞争 82
- 二、价格竞争 83
- 三、运营模式竞争 83
- 四、购物环境竞争 84
- 五、营销方式竞争 84

第三节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业竞争趋势 86

第六章 2013-2015年中国婴幼儿用品市场深度剖析 92

第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品市场总况 92

- 一、 婴儿用品行业所处阶段及其特性 92
- 二、 中国婴幼儿用品市场规模分析 92
- 三、 婴幼儿用品市场结构分析 93
- 四、 婴幼儿用品市场品种齐全 94
- 第二节 2013-2015年中国婴儿用品市场深度剖析 94
 - 一、 中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成 94
 - 二、 婴儿用品市场更趋成熟 94
 - 三、 婴儿用品消费者购买行为分析 95
- 第三节 2013-2015年中国婴儿用品部分区域市场分析 103
 - 一、 上海婴儿用品市场发展分析 103
 - 二、 北京婴儿用品市场的发展动态 103
 - 三、 成都婴儿用品市场发展概况 104

- 第七章 2013-2015年中国婴幼儿用品细分市场透析 105
 - 第一节 婴幼儿食品市场 105
 - 一、 婴幼儿食品进口关税下调 105
 - 二、 中国首部婴童行业CAS标准即将出台 105
 - 三、 中国婴幼儿食品市场现状及规模 105
 - 四、 中国婴幼儿食品市场营销渠道分布现状 105
 - 五、 婴幼儿食品市场竞争分析 107
 - 六、 婴幼儿食品连锁业态发展可行性分析 109
 - 七、 婴幼儿食品专卖店业态发展可行性分析 109
 - 第二节 婴幼儿玩具市场 110
 - 一、 中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析 110
 - 二、 “婴儿潮”引爆“淘金潮”；市场规模约8500亿元 111
 - 三、 国内玩具市场年增长速度快 112
 - 四、 中国玩具市场亟待深耕细作 112
 - 五、 中国玩具市场期待建设大型零售连锁 113
 - 第三节 婴幼儿服装纺织市场 115
 - 一、 童装发展成为服装业新的增长点 115
 - 二、 国内童装业优化布局已现雏形 117
 - 三、 中国童装产业结构及产业链分析 118

四、童装品牌加盟三大误区及五大策略分析 120

五、2013-2015年中国童装产业优化布局分析 122

第四节 婴幼儿教育市场 124

一、我国婴幼儿教育市场发展现状 124

二、婴幼儿早期教育市场将成为投资新热点 124

三、婴幼儿在线教育市场呈现蓝海趋势 125

第五节 婴幼儿护理用品市场 126

一、婴幼儿日化品市场格局或将改变 127

二、儿童护理品产品趋势和发展瓶颈 128

三、我国婴儿用品呼吁加强管理 129

第八章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁区域市场运行分析 133

第一节 华北地区 133

一、婴幼儿用品连锁市场发展特征分析 133

二、区域消费水平分析 133

三、婴幼儿用品市场消费群体分析 133

四、华北地区婴幼儿用品连锁业投资优势分析 134

第二节 东北地区 135

第三节 华东地区 136

第四节 华中地区 139

第五节 华南地区 140

第六节 西南地区 141

第七节 西北地区 143

第九章 2013-2015年中国婴幼儿用品主体供应商竞争力分析 145

第一节 伊利集团 145

一、企业概况 145

二、主要经济指标情况 145

三、产值及存货产成品分析 145

四、主营成本及其它费用分析 145

五、偿债能力分析 146

六、盈利能力分析 146

七、经营效益分析 146

第二节 恒安集团 146

一、企业概况 147

二、主要经济指标情况 147

三、产值及存货产成品分析 147

四、主营成本及其它费用分析 147

五、偿债能力分析 148

六、盈利能力分析 148

七、经营效益分析 148

第三节 好孩子公司 148

一、企业概况 149

二、主要经济指标情况 149

三、产值及存货产成品分析 149

四、主营成本及其它费用分析 149

五、偿债能力分析 150

六、盈利能力分析 150

七、经营效益分析 150

第四节 强生公司 150

一、企业概况 151

二、主要经济指标情况 151

三、产值及存货产成品分析 151

四、主营成本及其它费用分析 151

五、偿债能力分析 152

六、盈利能力分析 152

七、经营效益分析 152

第五节 天津郁美净 152

一、企业概况 152

二、主要经济指标情况 153

三、产值及存货产成品分析 153

四、主营成本及其它费用分析 153

五、偿债能力分析 153

六、盈利能力分析 154

七、经营效益分析 154

第十章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁企业主体竞争力分析 155

第一节 点亿科技的华婴连锁 155

一、企业发展概况 155

二、连锁经营产品目录 155

三、公司连锁经营模式分析 155

四、公司连锁业务发展现状 155

五、连锁业态厂商合作现状 156

第二节 贝奇贝贝佳 157

一、企业发展概况 157

二、连锁经营产品目录 157

三、公司连锁经营模式分析 157

四、公司连锁业务发展现状 157

五、连锁业态厂商合作现状 158

第三节 阳光贝贝 158

一、企业发展概况 158

二、连锁经营产品目录 158

三、公司连锁经营模式分析 159

四、公司连锁业务发展现状 159

五、连锁业态厂商合作现状 159

第四节 贝因美 160

一、企业概况 160

二、主要经济指标情况 160

三、产值及存货产成品分析 160

四、主营成本及其它费用分析 160

五、偿债能力分析 161

六、盈利能力分析 161

七、经营效益分析 161

第五节 爱婴岛 162

一、企业发展概况 162

二、连锁经营产品目录 162

三、公司连锁经营模式分析 163

第十一章2016-2022年中国婴幼儿连锁市场战略分析 164

第一节 2013-2015年中国婴幼儿连锁业投资概况 164

一、婴幼儿连锁业投资特性 164

二、婴幼儿连锁业投资环境分析 169

三、婴幼儿连锁市场机会分析 170

第二节 2016-2022年中国婴幼儿连锁业投资机会分析 170

一、中国婴幼儿连锁投资规模将迅速增长 170

二、婴幼儿连锁业区域投资潜力分析 171

第三节 2016-2022年中国婴幼儿连锁市场风险分析 171

一、市场风险 171

二、政策风险 172

三、管理风险 172

四、区域经济风险 172

五、货源供应风险 172

第四节 专家投资建议 173

第十二章2016-2022年中国婴幼儿用品连锁行业发展趋势与前景展望 175 (ZY GXH)

第一节 2016-2022年中国婴儿用品行业趋势前景分析 175

一、中国婴儿用品行业前景展望 175

二、婴儿用品及经营方式发展趋势 176

第二节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁行业发展前景分析 177

一、婴幼儿用品连锁市场前景及发展空间预测 178

二、健康和儿童连锁产业前景广阔 178

第三节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁行业市场预测分析 178

第四节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业盈利预测分析 179 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2010-2015年中国婴幼儿用品连锁业资产增长速度情况 16

图表 2 行业生命周期图 18

图表 3 婴幼儿用品连锁经营模式设计图 19

图表 4 2015年第四季度中国主要宏观经济数据增长表 31

图表 5 2010-2015第二季度中国GDP及其增长率统计表 31

图表 6 2010-2015年中国分产业GDP增长率季度统计表 32

图表 7 2010-2015年中国GDP增长率季度走势图 33

图表 8 2013-2015年6月中国价格指数统计表 33

图表 9 2013-2015年6月中国价格指数月度走势图 34

图表 10 1978-2013年中国居民收入及恩格尔系数统计表 35

图表 11 中国城乡居民收入走势对比 36

图表 12 2010-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图 37

图表 13 2013年中国社会消费品零售总额月度统计表 38

图表 14 2010-2015年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 38

图表 15 2010-2015年中国社会固定资产投资额增长 39

图表 16 2010-2015年各月中国房地产开发投资额月度统计表 40

图表 17 2010-2015年中国各类房地产开发投资月度走势图 41

图表 18 2010-2015年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 42

图表 19 2010-2015年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 42

图表 20 2000-2013年中国货物进出口额统计表 43

图表 21 2010-2015年中国货物对外贸易总额走势图 44

图表 22 2010-2015年中国货物进口形势图 44

图表 23 2010-2015年中国货物出口形势图 46

图表 24 2010-2015年中国货物对外贸易顺逆差状况 46

图表 25 1978-2013年中国人口构成统计表 75

图表 26 1990-2013年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 76

图表 27 1978-2013年我国总人口增长趋势图 76

图表 28 2015人口数及其构成 77

图表 29 1978-2013中国城乡居民恩格尔系数对比表 78

图表 30 1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图 79

图表 31 行业波特五力模型 90

图表 32 波特五力模型与一般战略的关系 91

图表 33 消费者提出的一些商品方面的个性化需求情况 99

图表 34 2013-2015年度华北地区人均收入统计表 136

图表 35 2013年华北主要人口及出生率情况 136

- 图表 36 2013年华北主要新增人口情况 137
- 图表 37 2013-2015年度东北地区人均收入统计表 138
- 图表 38 2013年东北主要人口及出生率情况 138
- 图表 39 2013年东北主要新增人口情况 138
- 图表 40 2013-2015年度华东地区人均收入统计表 140
- 图表 41 2013年华东主要人口及出生率情况 140
- 图表 42 2013年华东主要新增人口情况 141
- 图表 43 2013-2015年度华中地区人均收入统计表 142
- 图表 44 2013年华中主要人口及出生率情况 142
- 图表 45 2013年华中主要新增人口情况 142
- 图表 46 2013-2015年度华南地区人均收入统计表 143
- 图表 47 2013年华南主要人口及出生率情况 143
- 图表 48 2013年华南主要新增人口情况 144
- 图表 49 2013-2015年度西南地区人均收入统计表 144
- 图表 50 2013年西南主要人口及出生率情况 145
- 图表 51 2013年西南主要新增人口情况 145
- 图表 52 2013-2015年度西北地区人均收入统计表 146
- 图表 53 2013年西北主要人口及出生率情况 146
- 图表 54 2013年西北主要新增人口情况 147
- 图表 55 内蒙古伊利实业集团股份有限公司概况 148
- 图表 56 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 148
- 图表 57 2013-2015年 内蒙古伊利实业集团股份有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 148
- 图表 58 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入及各项成本指标表 148
- 图表 59 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力指标表 149
- 图表 60 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债比率指标表 149
- 图表 61 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润指标表 149
- 图表 62 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利比率（能力）指标表 149
- 图表 63 恒安（天津）卫生用品有限公司概况 150
- 图表 64 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 150
- 图表 65 2013-2015年 恒安（天津）卫生用品有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）

图表 66 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司主营收入及各项成本指标表 150

图表 67 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司偿债能力指标表 151

图表 68 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司偿债比率指标表 151

图表 69 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司利润指标表 151

图表 70 2013-2015年恒安（天津）卫生用品有限公司盈利比率（能力）指标表 151

图表 71 好孩子集团有限公司概况 152

图表 72 2013-2015年好孩子集团有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 152

图表 73 2013-2015年 好孩子集团有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 152

图表 74 2013-2015年好孩子集团有限公司主营收入及各项成本指标表 152

图表 75 2013-2015年好孩子集团有限公司偿债能力指标表 153

图表 76 2013-2015年好孩子集团有限公司偿债比率指标表 153

图表 77 2013-2015年好孩子集团有限公司利润指标表 153

图表 78 2013-2015年好孩子集团有限公司盈利比率（能力）指标表 153

图表 79 强生(中国)有限公司概况 154

图表 80 2013-2015年强生(中国)有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 154

图表 81 2013-2015年 强生(中国)有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 154

图表 82 2013-2015年强生(中国)有限公司主营收入及各项成本指标表 154

图表 83 2013-2015年强生(中国)有限公司偿债能力指标表 155

图表 84 2013-2015年强生(中国)有限公司偿债比率指标表 155

图表 85 2013-2015年强生(中国)有限公司利润指标表 155

图表 86 2013-2015年强生(中国)有限公司盈利比率（能力）指标表 155

图表 87 天津郁美净集团概况 156

图表 88 2013-2015年天津郁美净集团主要经济指标（单位：千元、人） 156

图表 89 2013-2015年 天津郁美净集团工业总产值及存货产成品指标表（千元） 156

图表 90 2013-2015年天津郁美净集团主营收入及各项成本指标表 156

图表 91 2013-2015年天津郁美净集团偿债能力指标表 156

图表 92 2013-2015年天津郁美净集团偿债比率指标表 157

图表 93 2013-2015年天津郁美净集团利润指标表 157

图表 94 2013-2015年天津郁美净集团盈利比率（能力）指标表 157

图表 95 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司概况 162

图表 96 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主要经济指标（单位：千元、人）

- 图表 97 2013-2015年 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 (千元) 162
- 图表 98 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主营收入及各项成本指标表 163
- 图表 99 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债能力指标表 163
- 图表 100 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债比率指标表 163
- 图表 101 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司利润指标表 163
- 图表 102 2013-2015年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司盈利比率 (能力) 指标表 163
- 图表 103 婴儿用品旗舰店启动资金费用拆解 166
- 图表 104 标准婴儿用品七大类铺货预算 167
- 图表 105 标准婴儿用品启动资金费用拆解 168
- 图表 106 婴儿用品超市建议铺货类别和铺货量 169
- 图表 107 启动资金费用拆解 170
- 图表 108 婴儿用品产品消费群分析 172
- 图表 109 2016-2022年中国婴幼连锁投资规模增长率预测 172
- 图表 110 2013年中国城镇婴童消费支出构成情况 177
- 图表 111 2013年婴童产品利润环节分析 178
- 图表 112 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁行业市场规模 (万亿元) 预测 180
- 图表 113 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业产品销售利润率预测 181
- 图表 114 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁行业利润规模 (亿元) 预测 182

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/Q36189P8EG.html>