

2017-2022年中国母婴用品 市场需求态势展望及投资风险研究报告

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

《2017-2022年中国母婴用品市场需求态势展望及投资风险研究报告》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/W918940XNT.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

2015年我国母婴用品网络零售市场交易规模达2194亿元，同比增长39.9%，预计2018年可达4944亿元。

2013-2018年中国母婴用品网络零售市场规模及预测

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国母婴用品市场需求态势展望及投资风险研究报告》共十六章。首先介绍了母婴用品行业市场发展环境、母婴用品整体运行态势等，接着分析了母婴用品行业市场运行的现状，然后介绍了母婴用品市场竞争格局。随后，报告对母婴用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了母婴用品行业发展趋势与投资预测。您若想对母婴用品产业有个系统的了解或者想投资母婴用品行业，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、中国母婴用品市场发展前景

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(ZYPX)

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
图表31：纸尿裤和纸尿片的主要区别
图表32：纸尿裤和纸尿片的使用
图表33：2016年居民消费价格月度涨跌幅度
图表34：2016年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比
图表35：2016年中国婴儿床十大品牌企业排名
图表36：目前国内奶粉品牌市场占有率情况
图表37：目前国内婴幼儿奶粉产品价格分布图（单位：%）
图表38：中国童装市场品牌格局
图表39：中国童装企业战略营销模式分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/W918940XNT.html>