

2023-2029年中国婴幼儿洗 护用品市场深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国婴幼儿洗护用品市场深度评估与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202304/351080.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目前国外婴幼儿洗护用品品牌的定位在中高端，如日本的贝亲、德国的NUK和英国的新安怡，均在专卖店等专业的零售机构中品牌占有率较高。强生刚进入中国市场时，为高端产品。

但近年来，强生产品大幅降价，其消费者数量进一步增加。

国内婴幼儿洗护用品品牌集中在中低端，近年来出现了一批较为知名的品牌，如小叮当、大眼睛等，他们的品牌定位较为清楚，产品线较窄，集中做婴幼儿市场，已初具规模；另外，如隆力奇、贝因美、六神等，则是从其他行业进入婴幼儿产品市场，集中于某个细分市场，在国内企业中也具有一定的竞争力。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国婴幼儿洗护用品市场深度评估与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章 中国婴幼儿洗护用品行业发展综述

1.1 婴幼儿洗护用品行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 主要产品大类

1.2 婴幼儿洗护用品行业PEST模型

1.2.1 行业政治法律环境分析（P）

1.2.2 行业经济环境分析（E）

1.2.3 行业社会环境分析（S）

1.2.4 行业技术环境分析（T）

1.3 婴幼儿洗护用品行业波特五力模型

1.3.1 行业上游议价能力分析

1.3.2 行业下游议价能力分析

1.3.3 行业新进入者威胁分析

1.3.4 行业替代品威胁分析

1.3.5 行业现有竞争者竞争分析

第2章 婴幼儿洗护用品行业产业链解析

2.1 婴幼儿洗护用品行业上游产业供应链解析

2.1.1 上游细分行业供给与价格关系

- (1) 油脂原料市场供给与发展趋势分析
- (2) 香精香料市场供给与发展趋势分析
- (3) 表面活性剂市场供给与发展趋势分析
- (4) 植物提取物市场供给与价格走势
- (5) 婴幼儿洗护用品包装行业

2.1.2 婴幼儿洗护用品行业成本结构与比重

- (1) 成本结构构成分析
- (2) 用工成本分析
- (3) 营销成本分析
- (4) 成本上涨对行业的影响
- (5) 消化成本压力的途径与方法

2.2 婴幼儿洗护用品行业下游产业流通链解析

2.2.1 传统零售业发展现状与需求

- (1) 传统零售业发展现状
- (2) 婴幼儿洗护用品综合零售渠道需求

2.2.2 电子商务发展现状与需求

- (1) 电子商务行业发展现状
- (2) 婴幼儿洗护用品电子商务渠道需求

第3章 婴幼儿洗护用品行业细分产品市场

3.1 细分产品市场供需及趋势分析

3.1.1 洗浴用品市场供需及趋势

- (1) 婴幼儿洗护用品市场供需及趋势
- (2) 婴幼儿沐浴工具市场供需及趋势

3.1.2 洗涤用品市场供需及趋势

3.1.3 护肤用品市场供需及趋势

3.1.4 特效用品市场供需及趋势

3.2 婴幼儿洗护用品产业链延伸

3.2.1 延伸至养生保健品市场

3.2.2 延伸至婴幼儿童医疗市场

第4章 婴幼儿洗护用品行业发展与竞争关系

4.1 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系

4.1.1 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系

4.1.2 国际跨国公司在华的竞争策略分析

4.1.3 国际婴幼儿洗护用品品牌调研及在华投资

(1) 强生

(2) 贝亲

4.2 国内婴幼儿洗护用品市场发展与竞争关系

4.2.1 婴幼儿洗护用品市场发展需求

4.2.2 婴幼儿洗护用品竞争格局

第5章 婴幼儿洗护用品行业消费需求调研

5.1 婴幼儿洗护用品需求背景

5.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利

5.1.2 家庭消费生命周期与消费特征分析

5.2 婴幼儿洗护用品需求空间分析

5.2.1 城市婴幼儿消费规模

5.2.2 城市婴幼儿消费结构

5.2.3 农村婴幼儿消费规模

5.2.4 农村婴幼儿消费结构

5.3 婴幼儿洗护用品消费需求调研

5.3.1 婴幼儿洗护用品信息获取渠道

5.3.2 不同消费者婴幼儿洗护用品信息获取渠道

5.3.3 不同城市婴幼儿洗护用品信息获取渠道

第6章 婴幼儿洗护用品销售渠道与发展策略

6.1 婴幼儿洗护用品销售渠道

6.1.1 婴幼儿洗护用品销售渠道发展

6.1.2 国外婴幼儿洗护用品进入渠道

(1) 超市及大卖场

- (2) 百货专柜
- (3) 日化专营店
- (4) 单品牌门店
- (5) 电商渠道

6.1.3 国内婴幼儿洗护用品销售渠道

- (1) 直销渠道
- (2) 代理、经销渠道
- (3) 网络销售渠道
- (4) 出口渠道

6.1.4 婴幼儿洗护用品销售渠道发展趋势

- 1、传统渠道
- 2、新兴渠道

6.2 婴幼儿洗护用品营销策略及形式

6.2.1 婴幼儿洗护用品营销策略形式

- (1) 情感营销策略
- (2) 体验营销策略
- (3) 植入营销策略
- (4) 口碑营销策略
- (5) 事件营销策略
- (6) 比附营销策略
- (7) 饥饿营销策略
- (8) 恐吓营销策略
- (9) 会员营销策略

6.2.2 OTO模式婴幼儿洗护用品网络营销策略

- (1) 婴幼儿洗护用品传统营销与网络营销相结合
- (2) 品牌力量为引导
- (3) 客户关系管理为切入点

第7章 婴幼儿洗护用品行业主要企业生产经营分析

7.1 婴幼儿洗护用品企业发展总体状况分析

7.1.1 婴幼儿洗护用品行业企业规模

7.1.2 婴幼儿洗护用品行业市场规模分析

7.2 婴幼儿洗护用品行业领先企业个案分析

7.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

- 1、企业基本概况
- 2、企业经营与财务状况分析
- 3、企业竞争优势分析
- 4、企业未来发展战略与规划

7.2.2 中国儿童护理有限公司经营情况分析

- 1、企业基本概况
- 2、企业经营与财务状况分析
- 3、企业竞争优势分析
- 4、企业未来发展战略与规划

7.2.3 上海爱婴室商务服务股份有限公司经营情况分析

- 1、企业基本概况
- 2、企业经营与财务状况分析
- 3、企业竞争优势分析
- 4、企业未来发展战略与规划

7.2.4 金发拉比婴童用品股份有限公司经营情况分析

- 1、企业基本概况
- 2、企业经营与财务状况分析
- 3、企业竞争优势分析
- 4、企业未来发展战略与规划

第8章 婴幼儿洗护用品行业发展趋势分析与预测

8.1 婴幼儿洗护用品市场趋势与前景

8.1.1 中国婴幼儿洗护用品市场发展趋势

- (1) 品牌定位高端化
- (2) 产品开发多样化
- (3) 行业生产规范化

8.1.2 中国婴幼儿洗护用品市场前景预测

- (1) 婴幼儿洗护用品发展空间巨大
- (2) 婴幼儿洗护用品市场前景广阔
- (3) 小城市未来的购买力不容忽视

8.2 婴幼儿洗护用品行业投资特性

8.2.1 进入壁垒

- 1、品牌壁垒
- 2、营销网络壁垒
- 3、人才壁垒
- 4、技术、研发壁垒

8.2.2 盈利模式

8.2.3 盈利因素

8.3 婴幼儿洗护用品行业投资风险

8.3.1 政策风险

8.3.2 技术风险

8.3.3 市场风险

8.3.4 财务风险

8.3.5 经营管理风险

8.4 婴幼儿洗护用品行业投资建议

8.4.1 婴幼儿洗护用品技术应用注意事项

8.4.2 婴幼儿洗护用品项目投资注意事项

8.4.3 婴幼儿洗护用品生产开发注意事项

8.4.4 婴幼儿洗护用品销售注意事项

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/351080.html>