

2024-2030年中国婴童用品 市场评估与战略咨询报告

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

《2024-2030年中国婴童用品市场评估与战略咨询报告》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/202310/418231.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国婴童用品市场评估与战略咨询报告》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：第一章 婴童用品行业发展综述 21 第一节 婴童用品行业相关概念概述 21 一、行业概念及定义 21 婴童用品需求主体是0至14岁婴幼儿及产妇、孕妇，主要产品服务包括：孕婴童食品、哺育用品、洗护用品、婴童玩具、孕婴童服装、车床（出行）、早教、母婴服务等。 二、行业主要产品分类 21 第二节 最近3-5年中国婴童用品行业经济指标分析 21 一、赢利性 21 二、成长速度 22 三、附加值的提升空间 22 四、进入壁垒 22 主要壁垒包括：1) 政策法规性进入壁垒，指国家通过立法和监管部门的监管政策对婴童用品的进入设定的法律约束和政策规定；2) 规模经济壁垒，相对于新进企业而言，新进入市场的企业一般不具有与原有企业一样的规模经济或市场份额；3) 资源性进入壁垒，包括品牌、技术、渠道等等。 五、风险性 22 六、行业周期 23 七、竞争激烈程度指标 23 八、行业及其主要子行业成熟度分析 23 婴童用品行业整体上发展较为成熟，产品种类较多，产品的大幅创新与改变已较难。子行业中如奶粉已具有较高的成熟度，辅食方面市场成熟度相对较低；在玩具行业，国内由于出口加工较多，自主创新较少，成熟度相对较低。 第三节 婴童用品行业产业链分析 23 第二章 婴童用品行业市场环境及影响分析 26 第一节 婴童用品行业政治法律环境 26 一、行业管理体制分析 26 二、行业主要法律法规 26 三、行业相关标准 26 四、政策环境对行业的影响 30 第二节 行业经济环境分析 30 一、宏观经济形势分析 30 二、宏观经济环境对行业的影响分析 37 第三节 行业社会环境分析 37 一、婴童用品产业社会环境 37 二、社会环境对行业的影响 40 第四节 行业技术环境分析 41 一、婴童用品技术分析 41 二、技术环境对行业的影响 42 第三章 我国婴童用品行业运行现状分析 43 第一节 我国婴童用品行业发展状况分析 43 一、我国婴童用品行业发展阶段 43 二、我国婴童用品行业发展总体概况 43 三、我国婴童用品行业发展特点分析 43 第二节 婴童用品行业发展现状 44 一、我国婴童用品行业发展分析 44 1、我国婴童用品行业发展情况分析 44 2、我国婴童用品行业生产情况分析 44 二、中国婴童用品企业发展分析 44 1、中外婴童用品企业对比分析 44 2、我国婴童用品主要企业动态分析 44 第三节 婴童用品市场情况分析 48 一、中国婴童用品市场总体概况 48 二、中国婴童用品产品市场发展分析 49 第四章 我国婴童用品行业整体运行指标分析 50 第一节 中国婴童用品行业总体规模分析 50 一、企业数量结构分析 50 二、行业资产规模分析 50 三、行业收入规模分析 51 第二节 中国婴童用品行业财务指标总体分析 51 一、行业盈利能力分析 51 二、行业偿债能力分析 51 三、行业营运能力分析 52 四、行业发

展能力分析 52 第三节 我国婴童用品市场供需分析 52 一、我国婴童用品行业供给情况 52 1、我国婴童用品行业供给分析 52 2、我国婴童用品行业产量规模分析 53 二、我国婴童用品行业需求情况 53 1、婴童用品行业需求市场 53 2、婴童用品行业客户结构 54 3、婴童用品行业需求的地区差异 55 三、我国婴童用品行业供需平衡分析 55 第四节 婴童用品行业进出口市场分析 56 一、婴童用品行业出口市场分析 56 1、婴童服装行业出口整体情况 56 2、婴童食品行业出口整体情况 56 3、婴童玩具行业出口整体情况 57 二、婴童用品行业进口市场分析 58 1、婴童服装行业进口整体情况 58 2、婴童食品行业进口整体情况 59 3、婴童玩具行业进口整体情况 60 第五章 中国婴童食品市场发展分析 61 第一节 婴幼儿奶粉市场分析 61 一、婴幼儿奶粉市场发展概况 61 二、婴幼儿奶粉市场政策环境 61 三、婴幼儿奶粉市场发展特点 62 1、婴幼儿奶粉市场消费特点 62 2、婴幼儿奶粉市场运营特点 62 四、婴幼儿奶粉行业市场规模 63 五、婴幼儿奶粉市场竞争格局 63 1、婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局 63 2、婴幼儿奶粉产品价格区间分布 64 3、婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析 64 六、婴幼儿奶粉行业发展前景 65 第二节 婴幼儿辅食市场分析 67 一、婴幼儿辅食市场发展概况 67 二、婴幼儿辅食市场政策环境 67 三、婴幼儿辅食行业市场容量 68 四、婴幼儿辅食市场竞争格局 68 1、婴幼儿辅食市场品牌竞争格局 68 2、婴幼儿辅食产品种类分布 69 五、婴幼儿辅食市场发展前景 69 第三节 婴幼儿奶粉与辅食消费状况调查 70 一、婴幼儿奶粉消费调查 70 1、婴幼儿体质与奶粉消费调查 70 2、父母选择婴幼儿奶粉的消费调查 71 二、婴幼儿辅食产品消费调查 73 1、辅食产品消费调查 73 2、辅食产品购买前调查 73 第六章 中国婴童日用品市场分析 75 第一节 婴童洗护用品市场分析 75 一、婴童洗护用品市场发展概况 75 二、婴童洗护用品市场政策环境 76 三、婴童洗护用品市场发展特点 76 1、婴童洗护用品市场产品结构 76 2、婴童洗护用品市场消费特点 77 四、婴童洗护用品行业市场规模 78 五、婴童洗护用品市场竞争格局 78 1、婴童洗护用品市场竞争现状 78 2、婴童洗护用品品牌竞争格局 78 3、婴童洗护用品渠道竞争分析 79 六、婴童洗护用品市场发展前景 80 第二节 婴幼儿纸尿裤市场分析 81 一、婴幼儿纸尿裤市场发展概况 81 二、婴幼儿纸尿裤市场政策环境 82 三、纸尿裤行业市场规模 83 四、婴幼儿纸尿裤市场发展特点 83 1、婴幼儿纸尿裤市场消费特点 83 2、婴幼儿纸尿裤市场运营特点 84 五、婴幼儿纸尿裤市场竞争格局 84 1、婴幼儿纸尿裤市场发展现状 84 2、婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局 85 3、消费渠道竞争分析 85 六、婴幼儿纸尿裤市场前景 87 第三节 婴童车、床市场分析 90 一、婴童车、床市场政策环境 90 二、婴童车、床市场发展特点 90 1、婴童车、床市场消费特点 90 2、婴童车、床市场运营特点 92 三、婴童车、床市场竞争格局 93 1、婴童车、床品牌竞争格局 93 2、婴童车、床市场渠道竞争 95 四、婴童车、床市场前景 96 1、婴童车、床发展趋势 96 2、婴童车、床市场规模预测 97 第七章 中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析 99 第一节 婴童服饰市场发展分析 99 一、婴童服饰市场发展概况 99 1、婴童服饰市场现状 99 2、婴

童服饰市场特点 100 二、婴童服饰发展市场规模 101 三、婴童服饰市场政策环境 101 四、婴童服饰市场发展特点 102 1、婴童服饰产品结构特点 102 2、婴童服饰市场消费特点 102 3、婴童服饰产业发展趋势 103 五、婴童服饰市场竞争格局 106 1、婴童服饰品牌竞争格局 106 2、婴童服饰区域竞争格局 107 3、婴童服饰市场渠道竞争 107 六、婴童服饰市场发展前景 108 第二节 婴童鞋产品市场发展分析 112 一、婴童鞋产品市场发展概况 112 二、婴童鞋产品发展市场规模 114 三、婴童鞋产品市场政策环境 114 四、婴童鞋产品市场竞争格局 114 1、婴童鞋产品品牌竞争格局 114 2、婴童鞋产品区域竞争格局 115 3、婴童鞋市场渠道竞争分析 115 五、婴童鞋产品市场前景 116 第三节 婴童玩具市场发展分析 116 一、婴童玩具市场发展概况 116 二、婴童玩具市场政策环境 117 1、国内标准 117 2、国外标准 118 三、婴童玩具市场竞争格局 119 1、婴童玩具发展阶段分析 119 2、婴童玩具品牌竞争格局 119 四、婴童玩具市场前景 120 第四节 婴童穿戴电子设备分析 120 一、可穿戴便携移动医疗设备市场规模 120 1、中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析 120 2、中国婴童可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析 121 二、婴童可穿戴便携移动医疗设备主要产品分析 121 三、婴儿可穿戴便携移动医疗电子设备发展前景 126 第八章 中国婴童用品行业营销分析 128 第一节 营销模式分析 128 一、婴童用品行业主要营销模式比较 128 1、直接营销模式 128 2、代理经销模式 128 3、连锁卖场模式 128 4、网络营销模式 128 二、婴童用品行业营销模式创新建议 129 1、渠道品牌化 129 2、虚拟社区化 129 3、专业连锁化 129 4、产业集群化 129 三、婴童用品行业优秀营销模式案例分析 129 1、渠道品牌化优秀案例分析 129 2、虚拟社区化优秀案例分析 130 3、专业连锁化优秀案例分析 130 4、产业集群化优秀案例分析 131 第二节 销售渠道分析 131 一、医务渠道 131 1、医务渠道诞生于外企 131 2、医务渠道案例分析-圣元的营销渠道分析 131 二、商超渠道 132 三、品牌专卖渠道 133 四、专营店渠道 133 五、加盟连锁渠道 134 六、网络渠道 134 第三节 营销案例分析 134 一、贝因美营销案例分析 134 1、贝因美品牌定位 134 2、贝因美产品定位 135 3、贝因美广告营销 135 4、贝因美传播策略 136 二、强生营销案例分析 136 1、强生品牌定位 136 2、强生产品定位 136 3、强生广告营销 137 三、童装品牌营销案例分析 138 1、巴拉巴拉营销案例 138 2、派克兰帝营销案例 138 3、米喜迪营销案例 140 4、嗒嘀嗒营销案例 140 四、童鞋品牌营销案例分析 142 1、七波辉营销案例 142 2、卡西龙营销案例 142 3、ABC 营销案例 147 4、巴布豆营销案例 147 五、玩具品牌营销案例 148 1、乐高营销案例 148 2、芭比娃娃营销案例 150 3、好孩子营销案例 152 第九章 婴童用品行业竞争形势及策略 156 第一节 婴童用品行业五力模型分析 156 第二节 中国婴童用品行业竞争格局综述 156 一、婴童用品行业竞争概况 156 二、中国婴童用品行业竞争力分析 158 三、婴童用品行业主要企业竞争力分析 158 第三节 婴童用品市场竞争策略分析 159 第十章 婴童用品行业领先企业经营形势分析 160 第一节 中国婴童食品领先企业分析 160 一、双城雀巢有限公司经营情况分析 160 1、

企业概况 160 2、企业经营情况 160 3、企业销售渠道与网络 160 4、企业经营状况优劣势分析
160 二、雅士利国际控股有限公司 161 1、企业概况 161 2、企业经营情况 161 3、企业销售渠道
与网络 161 4、企业经营状况优劣势分析 162 三、美赞臣营养品（中国）有限公司 162 1、
企业概况 162 2、企业经营情况 163 3、企业销售渠道与网络 164 4、企业经营状况优劣势分析
164 第二节 中国婴童日用品领先企业分析 165 一、广州宝洁有限公司 165 1、企业概况 165 2
、企业经营情况 165 3、企业销售渠道与网络 166 4、企业经营状况优劣势分析 166 二、强生
（中国）有限公司 166 1、企业概况 166 2、企业经营情况 167 3、企业销售渠道与网络 167 4
、企业经营状况优劣势分析 167 三、贝亲婴儿用品（上海）有限公司 168 1、企业概况 168 2
、企业经营情况 169 3、企业销售渠道与网络 169 4、企业经营状况优劣势分析 169 四、天津
郁美净集团有限公司 170 1、企业概况 170 2、企业经营情况 170 3、企业销售渠道与网络 170
4、企业经营状况优劣势分析 171 第三节 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析 171 一、上海丽
婴房婴童用品有限公司 171 1、企业概况 171 2、企业经营情况 174 3、企业销售渠道与网络
174 4、企业经营状况优劣势分析 174 二、广东小猪班纳服饰股份有限公司 175 1、企业概况
175 2、企业经营情况 175 3、企业销售渠道与网络 175 4、企业经营状况优劣势分析 176 三、
浙江红黄蓝服饰股份有限公司 176 1、企业概况 176 2、企业经营情况 176 3、企业销售渠道与
网络 177 4、企业经营状况优劣势分析 177 第十一章 婴童用品行业前景及趋势预测 179 第一
节 婴童用品市场发展趋势预测 179 一、婴童用品行业发展趋势 179 二、婴童用品渠道趋势预
测 179 四、细分市场发展趋势预测 180 第二节 中国婴童用品行业供需预测 181 一、中国婴童
用品行业供给预测 181 二、中国婴童用品行业需求预测 181 第三节 影响企业生产与经营的关
键趋势 182 一、市场整合成长趋势 182 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 182 三、企业
区域市场拓展的趋势 183 四、科研开发趋势及替代技术进展 184 五、影响企业销售与服务方
式的关键趋势 184 第十二章 婴童用品行业投资机会与风险防范 187 第一节 婴童用品行业投
融资情况 187 一、行业资金渠道分析 187 二、固定资产投资分析 187 三、兼并重组情况分析
187 四、婴童用品行业投资现状分析 187 第二节 婴童用品行业投资机会 188 一、产业链投资
机会 188 二、细分市场投资机会 189 三、重点区域投资机会 190 四、婴童用品行业投资机遇
190 第三节 中国婴童用品行业投资建议 191 一、婴童用品行业未来发展方向 191 二、婴童用
品行业主要投资建议 191 三、中国婴童用品企业融资分析 192 第十三章 婴童用品行业面临
的困境及对策 194 第一节 婴童用品行业面临的困境 194 第二节 婴童用品企业面临的困境及对
策 194 一、中小婴童用品企业发展困境及策略分析 194 三、国内婴童用品企业的出路分析 194
第三节 中国婴童用品行业存在的问题及对策 194 一、中国婴童用品行业存在的问题 194 二、
婴童用品行业发展的建议对策 195 三、市场的重点客户战略实施 195 第四节 中国婴童用品市
场发展面临的挑战与对策 196 一、中国婴童用品市场发展面临的挑战 196 二、中国婴童用品

市场发展对策分析 198 第十四章 研究结论及发展建议 213 第一节 婴童用品行业研究结论及建议 213 第二节 婴童用品子行业研究结论及建议 213 第三节 婴童用品行业发展建议 215 一、行业发展策略建议 215 二、行业投资方向建议 216 三、行业投资方式建议 216

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418231.html>