



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国母婴用品市场 研究及投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/200768.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

母婴用品是孕妇、0-1岁婴儿这两类特殊相关群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。我国母婴用品行业运行目前发展形势良好，随着我国母婴用品行业运行需求市场的不断扩大，我国母婴用品行业运行将会迎来一个新的发展机遇。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》共十六章。首先介绍了母婴用品产业相关概述、中国母婴用品产业运行环境等，接着分析了中国母婴用品市场发展的现状，然后介绍了中国母婴用品市场竞争格局。随后，报告对中国母婴用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国母婴用品发展前景预测。您若想对母婴用品产业有个系统的了解或者想投资v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。

### 目录

#### 第一章 母婴用品产业相关概述 1

##### 第一节 母婴用品概况 1

###### 一、妈妈用品 1

###### 二、宝宝日常用品 1

###### 三、宝宝衣物 2

##### 第二节 母婴用品其他知识 6

###### 一、奶瓶和奶嘴种类 6

###### 二、纸尿裤和传统尿片对比分析 8

###### 三、国内排名前五位的纸尿裤品牌 8

###### 四、宝宝护肤品的选择与使用 9

#### 第二章 中国母婴用品产业运行环境分析 11

##### 第一节 国内宏观经济环境分析 11

###### 一、GDP历史变动轨迹分析 11

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 19
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析 20
- 第二节 中国母婴用品行业政策环境分析 24
  - 一、中华人民共和国母婴保健法 24
  - 二、城市儿童保健工作要求 28
  - 三、农村儿童保健工作要求 31

### 第三章 中国母婴用品市场发展新形势分析 35

- 第一节 中国母婴用品市场发展状况 35
  - 一、中国母婴用品市场发展特点分析 35
  - 二、萧山母婴用品市场或将面临洗牌 36
  - 三、惠州母婴用品市场分析 37
- 第二节 中国母婴用品市场运行态势分析 40
  - 一、婴幼儿用品市场分析 40
  - 二、中国母婴产品市场商机分析 41
  - 三、婴幼儿用品价格分析 42
- 第三节 中国部分城市母婴用品市场情况 43
  - 一、北京市 43
  - 二、上海市 44
  - 三、深圳市 45

### 第四章 中国婴儿服装鞋帽市场发展分析 47

- 第一节 中国婴儿服装鞋帽行业发展综述 47
  - 一、中国儿童服装纺织行业质量状况及问题回顾 47
  - 二、中国婴儿服装鞋帽标准已达国际先进水平 50
  - 三、婴儿服装鞋帽行业发展增速分析 51
- 第二节 婴儿服装鞋帽市场运行综述 51
  - 一、婴儿服装鞋帽市场特点分析 51
  - 二、婴儿服装鞋帽市场规模分析 52
  - 三、儿童家纺市场缺口依然存在 52
- 第三节 中国婴儿服装鞋帽产业优化布局分析 54
  - 一、物流发展推动婴儿服装鞋帽产业共进 54

二、婴儿服装鞋帽业变革中求发展 54

三、外国品牌加入是我国婴儿服装鞋帽业发展的催化剂 56

第四节 中国婴儿服装鞋帽行业存在的问题 57

一、婴儿服装鞋帽成人化趋势明显 57

二、婴儿服装鞋帽价格偏贵 57

三、国产婴儿服装鞋帽"无牌"设计 58

四、批发市场婴儿服装鞋帽质量堪忧 59

五、婴儿服装鞋帽市场的"重女轻男"现象 60

第五章 中国婴儿玩具市场运行态势分析 61

第一节 中国婴儿玩具市场动态分析 61

一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析 61

二、"婴儿潮"引爆"淘金潮" 市场规模 62

第二节 中国玩具产业运行总况 63

一、国内玩具市场年增长速度快 63

二、中国玩具市场亟待深耕细作 64

三、中国玩具市场期待建设大型零售连锁 66

第三节 中国婴儿玩具市场分析 70

一、国内婴儿玩具市场特点分析 70

二、中国婴儿玩具市场的需求规模 71

三、国内婴儿玩具市场销售特点 72

四、国内婴儿玩具消费市场潜力大 72

五、国内婴儿玩具市场安全隐患多 73

第六章 中国婴幼儿奶粉市场发展动态分析 75

第一节 中国婴幼儿奶粉市场发展分析 75

一、中国婴幼儿奶粉市场消费现状 75

二、中国乳制品产量情况 76

三、中国婴儿配方奶粉市场调查探讨 78

第二节 婴幼儿奶粉市场发展机遇与挑战分析 84

第三节 中国婴幼儿奶粉营销分析 85

一、国产婴幼儿奶粉品牌营销分析 85

二、婴幼儿奶粉行业P组合营销研究 90

三、婴幼儿奶粉三种成功营销模式 96

第四节 中国奶粉进出口情况分析 96

## 第七章 中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析 100

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述 100

一、结构设计 100

二、不同品牌纸尿裤的特点 100

三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 102

第二节 中国纸尿裤行业市场运行综述 102

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期 102

二、小纸尿裤蕴含大市场 103

三、金佰利看好中国纸尿裤市场 104

第三节 中国纸尿裤消费需求特征分析 104

一、城镇和农村消费者需求特征 104

二、不同收入层次家庭需求特征 105

三、纸尿裤等细分产品的需求特征 105

四、纸尿裤消费的决策过程分析 105

第四节 中国纸尿裤市场价格分析 106

一、国际品牌纸尿裤市场分析 106

二、国内品牌纸尿裤市场分析 107

三、价格同比分析 108

第五节 中国纸尿裤的质量问题 109

一、纸尿裤质量连年下滑 109

二、纸尿裤的三项指标不合格 110

三、造成纸尿裤出现质量问题的原因 111

## 第八章 其他母婴用品市场运行走势分析 112

第一节 孕妇装 112

一、中国孕妇装业发展历史 112

二、中国孕妇装品牌分析 112

三、孕妇装成行业新亮点 115

#### 四、未来中国孕妇装市场前景分析 117

#### 第二节 婴儿奶瓶 117

##### 一、新型电子显温奶瓶市场透析 117

##### 二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位 120

##### 三、奶瓶质量良莠不齐 121

##### 四、义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场 121

##### 五、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠 122

##### 六、2009年加拿大明确禁止进口双酚A奶瓶 123

##### 七、2010年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析 123

#### 第三节 婴儿床 125

##### 一、婴儿床产业热点聚焦 125

##### 二、中国婴儿床品牌状况 125

##### 三、中国婴儿床价格情况分析 126

##### 四、婴儿床产品研发情况分析 126

##### 五、婴儿床市场需求消费情况分析 126

#### 第四节 婴儿护肤品 127

### 第九章 中国母婴用品市场竞争格局分析 129

#### 第一节 中国母婴用品行业竞争结构分析 129

##### 一、行业内现有企业的竞争 129

##### 二、新进入者的威胁 130

##### 三、替代品的威胁 131

##### 四、供应商的讨价还价能力 131

##### 五、购买者的讨价还价能力 131

#### 第二节 中国婴幼儿奶粉竞争分析 132

##### 一、国内外婴幼儿奶粉品牌比较分析 132

##### 二、婴幼儿奶粉市场品牌竞争情况 134

##### 三、2009年婴幼儿奶粉市场竞争分析 134

#### 第三节 中国童装行业竞争分析 138

##### 一、高科技竞争 138

##### 二、品牌竞争 139

##### 三、渠道竞争 140

- 四、管理竞争 140
- 五、创新竞争 140
- 六、人力资源竞争 140
- 七、理念竞争 141
- 八、资讯竞争 141
- 九、竞争的弱化趋势 141

## 第十章 中国母婴用品市场营销战略分析 143

### 第一节 中国母婴用品营销分析 143

- 一、中国母婴用品"目录直销"模式营销分析 143
- 二、中国母婴用品网络营销分析 143
- 三、中国母婴用品店营销问题 145
- 四、中国母婴用品营销渠道探讨 147

### 第二节 中国童装营销分析 147

- 一、童装销售渠道分析 147
- 二、中国童装市场生产营销情况 151
- 三、童装的网络营销策略 153
- 四、童装营销品牌传播策略 154

## 第十一章 中国玩具产业优势生产企业运行财务数据分析 157

### 第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司 157

- 一、企业概况 157
- 二、企业主要经济指标分析 157
- 三、企业盈利能力分析 158
- 四、企业偿债能力分析 160
- 五、企业运营能力分析 160
- 六、企业成长能力分析 161

### 第二节 广东高乐玩具股份有限公司 161

- 一、企业概况 161
- 二、企业主要经济指标分析 162
- 三、企业盈利能力分析 163
- 四、企业偿债能力分析 164



五、企业运营能力分析 165

六、企业成长能力分析 166

### 第三节 广东骅威玩具工艺股份有限公司 166

一、企业概况 166

二、企业主要经济指标分析 167

三、企业盈利能力分析 168

四、企业偿债能力分析 169

五、企业运营能力分析 170

六、企业成长能力分析 170

### 第四节 汕头市迪士嘉玩具厂有限公司 171

一、企业概况 171

二、企业主要经济指标分析 172

三、企业盈利能力分析 172

四、企业偿债能力分析 172

五、企业运营能力分析 173

六、企业成长能力分析 173

### 第五节 中山市隆成日用制品有限公司 173

一、企业概况 173

二、企业主要经济指标分析 174

三、企业盈利能力分析 174

四、企业偿债能力分析 175

五、企业运营能力分析 175

六、企业成长能力分析 175

## 第十二章 中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析 176

### 第一节 北京三元食品股份有限公司 176

一、企业概况 176

二、企业主要经济指标分析 177

三、企业盈利能力分析 178

四、企业偿债能力分析 179

五、企业运营能力分析 180

六、企业成长能力分析 180

## 第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 181

### 一、企业概况 181

### 二、企业主要经济指标分析 182

### 三、企业盈利能力分析 183

### 四、企业偿债能力分析 183

### 五、企业运营能力分析 183

### 六、企业成长能力分析 184

## 第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司 184

### 一、企业概况 184

### 二、企业主要经济指标分析 184

### 三、企业盈利能力分析 185

### 四、企业偿债能力分析 185

### 五、企业运营能力分析 185

### 六、企业成长能力分析 186

## 第四节 澳优乳品(湖南)有限公司 186

### 一、企业概况 186

### 二、企业主要经济指标分析 186

### 三、企业盈利能力分析 187

### 四、企业偿债能力分析 187

### 五、企业运营能力分析 187

### 六、企业成长能力分析 188

## 第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 188

### 一、企业概况 188

### 二、企业主要经济指标分析 189

### 三、企业盈利能力分析 189

### 四、企业偿债能力分析 190

### 五、企业运营能力分析 190

### 六、企业成长能力分析 190

## 第十三章 中国童装行业重点企业竞争力分析 191

### 第一节 青岛绮丽佳美制衣有限公司 191

#### 一、企业概况 191

二、企业主要经济指标分析 191

三、企业盈利能力分析 191

四、企业偿债能力分析 192

五、企业运营能力分析 192

六、企业成长能力分析 192

第二节 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司 193

一、企业概况 193

二、企业主要经济指标分析 193

三、企业盈利能力分析 194

四、企业偿债能力分析 194

五、企业运营能力分析 194

六、企业成长能力分析 195

第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司 195

一、企业概况 195

二、企业主要经济指标分析 195

三、企业盈利能力分析 196

四、企业偿债能力分析 196

五、企业运营能力分析 196

六、企业成长能力分析 197

第四节 上海丽婴房婴童用品有限公司 197

一、企业概况 197

二、企业主要经济指标分析 197

三、企业盈利能力分析 198

四、企业偿债能力分析 198

五、企业运营能力分析 198

六、企业成长能力分析 199

第五节 威海奥威服装有限公司 199

一、企业概况 199

二、企业主要经济指标分析 199

三、企业盈利能力分析 200

四、企业偿债能力分析 200

五、企业运营能力分析 200

## 六、企业成长能力分析 201

## 第十四章 2012-2016年中国母婴用品发展前景与趋势分析 202

### 第一节 2012-2016年中国母婴用品发展前景分析 202

#### 一、中国母婴用品市场发展前景 202

#### 二、中国童鞋市场前景 202

#### 三、中国童装产量预测分析 203

### 第二节 2012-2016年中国母婴用品发展趋势分析 204

#### 一、2010年中国母婴用品市场发展预测 204

#### 二、今后中国童装市场发展趋势 204

#### 三、童装市场整体发展趋势 205

#### 四、童装流行趋势 206

#### 五、中国童装消费趋势 207

#### 六、未来婴幼儿奶粉市场发展趋势 208

### 第三节 2012-2016年中国母婴用品市场盈利预测分析 209

## 第十五章 2012-2016年中国母婴用品发展策略分析 211

### 第一节 母婴用品行业品牌战略分析 211

#### 一、品牌的基本含义 211

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性 211

#### 三、母婴用品品牌的特性和作用 212

#### 四、母婴用品品牌的价值战略 212

#### 五、中国母婴用品品牌竞争趋势 213

#### 六、母婴用品企业品牌发展战略 214

#### 七、母婴用品行业品牌竞争策略 214

### 第二节 2012-2016年中国母婴用品企业经营管理策略 215

#### 一、企业经营策略综述 215

#### 二、企业产品经营策略 216

#### 三、企业渠道经营策略 216

#### 四、企业并购策略分析 217

#### 五、经济危机下企业经营管理策略 217

## 第十六章 2012-2016年中国母婴用品投资战略分析 219

### 第一节 母婴用品投资特点与潜力分析 219

#### 一、母婴用品投资特点 219

#### 二、孕妇装市场投资潜力 219

#### 三、童装市场的投资特性 220

### 第二节 2012-2016年中国母婴用品行业投资战略研究 223

### 第三节 金融危机下母婴用品发展与投资策略分析 223

#### 一、对症下药 223

#### 二、程序科学 224

#### 三、控制成本 224

#### 四、以市场为中心 224

#### 五、讲求效益 224

#### 六、可持续发展 225

#### 七、遵守法律 225

通过《2012-2016年中国母婴用品市场研究及投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/200768.html>

## 三、研究方法

### 1、系统分析方法

### 2、比较分析方法

### 3、具体与抽象方法

### 4、分析与综合方法

### 5、归纳与演绎方法

### 6、定性分析与定量分析方法

### 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。