



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国婴儿用品市场 深度分析及投资咨询报告

# 一、调研说明

《2013-2017年中国婴儿用品市场深度分析及投资咨询报告》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/221577.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

近几年，随着经济水平的不断提高和新生儿数量的增加，婴儿用品的需求量越来越大，品牌不断增多。孕妇及婴儿的健康和护理越来越受社会的关注，对孕妇和婴儿的生活用品的品质要求越来越高。家人及朋友的关心及爱护，使孕婴幼儿用品形成了庞大的消费群体。

年轻一辈的父母在选择孩子的衣物、玩具和食物时，通常把安全和质量放在首位，常把一些品牌形象好、价格相对较贵的产品作为首选，这也间接推动了婴儿用品市场朝着健康、高速的方向发展。

未来几年内，婴儿用品零售领域的竞争将会变得越来越激烈，大型的，品种齐全的，价格适中的，能够满足一站式购物需求的终端消费场所将受到更多消费者的青睐，优质服务也将成为婴儿用品零售领域的核心竞争力。

从宏观角度来看，婴儿用品产业还面临良好的宏观环境。一是"十二五"规划更加重视经济质量和内需市场，高、新、精、尖等产业及服务业将会明显受到政策扶持。婴儿用品产业及婴儿护理等服务业属于该类产业。二是城市化进程的不断加快。一般而言，在农村的人口进入城市后，对婴儿产品的需求将比以前大幅增长。因而随着城市化不断加快，婴儿用品需求将不断增长。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国婴儿用品市场深度分析及投资咨询报告》共十章。首先报告对婴儿用品行业、中国婴儿用品市场运行环境做了重点分析等，接着分析了中国婴儿用品市场发展的现状，然后介绍了中国婴儿用品市场竞争格局。随后，报告对中国婴儿用品重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴儿用品行业发展趋势及投资前景。您若想对婴儿用品产业有个系统的了解或者想投资婴儿用品行业，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。

### 第一章 婴儿用品行业分析

#### 第一节 中国婴儿用品行业现状

##### 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

##### 二、中国婴儿用品行业的发展状况

##### 三、中国婴儿用品产业的发展态势

##### 四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

## 第二节 婴儿用品市场概况

- 一、中国婴儿用品市场的发展特征
- 二、市场需求大增促进婴儿用品价格上涨
- 三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 四、婴儿用品市场日趋成熟
- 五、婴幼儿用品与玩具的市场融合发展分析

## 第三节 部分城市婴儿用品市场

- 一、上海婴儿用品市场发展分析
- 二、成都婴儿用品市场发展概况
- 三、贵阳市婴儿用品市场发展概况
- 四、临安市婴儿用品市场发展状况
- 五、德州市婴幼儿用品市场发展态势良好
- 六、营口市婴儿用品价格高涨
- 七、双鸭山市婴儿用品市场发展迅速

## 第四节 婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴幼儿用品消费者分析
- 二、婴儿用品消费者特点
- 三、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征
- 四、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯
- 五、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性
- 六、消费行为对婴儿用品超市经营的启发

## 第五节 婴儿用品终端市场营销分析

- 一、婴儿用品的不同销售模式
- 二、婴儿用品店的五大误区
- 三、婴儿用品店生存法则
- 四、婴儿用品店必须转守为攻

## 第二章 婴儿用品行业全球市场分析

### 第一节 2013年全球婴儿用品行业市场概况

### 第二节 2013年全球主要国家婴儿用品行业市场概况

- 一、欧洲地区
- 二、北美地区

### 三、亚洲地区

#### 第三节 2013-2017年全球婴儿用品行业市场趋势预测

### 第三章 中国婴儿用品行业发展环境分析

#### 第一节 国内婴儿用品经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国婴儿用品经济发展预测分析

#### 第二节 中国婴儿用品行业政策环境分析

### 第四章 中国婴儿用品行业市场发展分析

#### 第一节 2011-2012年中国婴儿用品市场分析

- 一、2011年婴儿用品市场形势回顾
- 二、2012年婴儿用品市场形势分析

#### 第二节 中国婴儿用品行业市场产品价格走势分析

- 一、中国婴儿用品行业市场价格影响因素分析
- 二、2011-2012年中国婴儿用品行业市场价格走势分析

#### 第三节 中国婴儿用品行业市场发展的主要策略

- 一、发展国内婴儿用品业的相关建议与对策
- 二、中国婴儿用品产业的发展建议

### 第五章 中国婴儿用品行业市场供需分析

#### 第一节 婴儿用品行业市场现状分析及预测

- 一、2010-2012年我国婴儿用品行业总产值分析
- 二、2013-2017年我国婴儿用品行业总产值预测

#### 第二节 婴儿用品产品产量分析及预测

- 一、2010-2012年我国婴儿用品行业产量分析
- 二、2013-2017年我国婴儿用品行业产量预测

#### 第三节 婴儿用品市场需求分析及预测

- 一、2010-2012年我国婴儿用品行业市场需求分析
- 二、2013-2017年我国婴儿用品行业市场需求预测

## 第六章 2010-2012中国婴儿用品行业生产数据分析

### 第一节 2010-2012年中国婴儿用品行业总体数据分析

#### 一、2010年中国婴儿用品行业全部企业数据分析

#### 二、2011年中国婴儿用品行业全部企业数据分析

#### 三、2012年中国婴儿用品行业全部企业数据分析

### 第二节 2010-2012年中国婴儿用品行业不同规模企业数据分析

#### 一、2010年中国婴儿用品行业不同规模企业数据分析

#### 二、2011年中国婴儿用品行业不同规模企业数据分析

#### 三、2012年中国婴儿用品行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国婴儿用品行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2010年中国婴儿用品行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2011年中国婴儿用品行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2012年中国婴儿用品行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 中国婴儿用品市场竞争格局透析

### 第一节 中国婴儿用品行业竞争现状

#### 一、同行企业间竞争分析

#### 二、婴儿用品产品竞争分析

#### 三、营销方式竞争分析

### 第二节 中国婴儿用品行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、生产企业的集中分布

### 第三节 中国婴儿用品行业竞争中存的问题

### 第四节 2013-2017年中国婴儿用品行业竞争趋势分析

## 第八章 中国婴儿用品行业优势生产企业竞争力及关键性数据分析

### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

#### 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 杭州贝因美集团有限公司

#### 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 雅士利

#### 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 好孩子

#### 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 恒安集团

#### 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

## 第九章 2013-2017年中国婴儿用品行业发展趋势与前景展望

### 第一节 2013-2017年中国婴儿用品行业发展前景分析

## 第二节 2013-2017年中国婴儿用品行业发展趋势分析

- 一、婴儿用品产业发展趋势分析
- 二、婴儿用品市场供需及价格发展趋势分析
- 三、婴儿用品产品自身发展趋势分析

## 第三节 2013-2017年中国婴儿用品行业市场预测分析

- 一、婴儿用品行业市场供给预测分析
- 二、婴儿用品行业市场销量预测分析

## 第四节 2013-2017年中国婴儿用品市场盈利预测分析

## 第十章 2013-2017年中国婴儿用品行业投资分析

### 第一节 行业投资机会分析

- 一、投资领域
- 二、主要项目

### 第二节 行业投资风险分析

- 一、市场风险
- 二、经营风险
- 三、竞争风险
- 四、其他风险

### 第三节 专家投资建议

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况



图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

通过《2013-2017年中国婴儿用品市场深度分析及投资咨询报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/221577.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。