



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国母婴用品市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国母婴用品市场需求及投资前景分析报告》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/269247.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

母婴用品是指为孕产期女性与0-3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品。

未来发展趋势:

1、婴幼儿服装三四级城市争夺成焦点。

婴幼儿服装市场经过多年的发展，一二级城市的婴幼儿服装市场已经成熟稳定，在一二线城市中婴幼儿服装消费的品牌已经有了较高的集中度。中小品牌想要进入一二线城市并夺得一定的市场份额已非易事。而三四级城市除了好孩子品牌服装消费较高外，其他品牌服装的消费程度相当。三四级城市已经成为众多品牌争夺的焦点。

2、婴幼儿奶粉行业格局发生变化，国产品牌形象重塑任重道远。

受到三聚氰胺事件影响，伊利已经从婴幼儿奶粉消费量第一的位置退居到第二的位置。伊利现在正处于市场恢复期，消费者的信心也在逐渐回升。

但消费者对于奶粉等食品安全造成的影响仍是心有余悸，这种背景下，人们出于慎重考虑，消费时仍会倾向国外品牌;国外品牌也可能就此发难国产品牌，同时国外品牌将会进一步加速在中国的战略推广和布局。

3、网络将成为针对母婴人群的重要宣传销售渠道。

网络所提供的快速、便捷、高效，被他们广泛认可。低龄婴幼儿家庭出行不便，而通过网络能够减少出行，从而减少各种安全隐患，因此在低龄婴幼儿家庭中网络的接触更加频繁。

从发展趋势上看网络接触相对电视接触保持着一定的优势，而且这种趋势将会扩大。因此网络将成为针对母婴群体重要的宣传和销售渠道。

从我国的婴童产业发展来看，尽管生产婴童用品的企业有很多，但是大部分以中低端为主，产品层次不齐，没有形成良好的规模效应。

根据分析：预计到2015年，对婴童用品的需求规模每年将达到两万亿元以上。

中国现阶段母婴市场终端商家在一些中小城市多数是形单影只的"夫妻店",整体实力薄弱,扩展后劲不足,没有形成强势的专业化服务品牌的基础,目前母婴用品连锁终端的著名品牌如乐友、丽家宝贝等,通过连锁经营的模式已占有了国内大城市市场的半壁江山,但目前这些品牌在中小城市区域内的市场渗透不够,造成多数中小城市的母婴市场没有领导品牌,更谈不上核心竞争力。

母婴产品市场的发展还处于初级阶段,全国性母婴产品终端还没有出现,但是很大一部分强势企业开始在区域内展露头角。目前,在一些地级市,部分母婴产品直营店做的非常出色、服务非常周到,客户源较为稳定,但这些直营店往往都是带有区域色彩,店铺铺开范围较为有限,一个全国性的领军品牌尚未出现。在一线城市,母婴产品的竞争逐步演变为品牌竞争,在以北京为中心

华北地区、以上海为中心的华东地区已经出现了区域性的强势品牌。北京地区乐友、丽家宝贝等零售店已经建立了良好的品牌优势,在上海地区好孩子、爱婴室等品牌是最强的。在二、三线城市,国内许多母婴产品专营店还在奋力争夺市场,在供货体系上不断优化建设、在服务商不断学习,以更好的占据本地市场,二、三线城市母婴用品专营店的品牌优势还不明显。

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。

报告目录：

第一章 母婴用品相关概述

第一节 母婴用品的定义及分类

一、母婴用品的定义

二、母婴用品的分类

第二节 分类产品介绍

第二章 母婴用品市场环境分析

第一节 国内宏观经济环境

一、GDP历史变动轨迹

二、固定资产投资历史变动轨迹

三、进出口贸易历史变动轨迹

四、2015-2020年我国宏观经济发展预测

第二节 我国母婴用品产业政策分析

一、行业"十二五"发展规划

二、产业发展鼓励政策

三、相关税收政策

四、相关投资政策

第三节 母婴用品行业发展波特五力模型分析

一、行业内竞争

二、买方还价能力

三、卖方还价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

六、竞争结构分析

第四节 母婴用品行业发展影响因素分析

第三章 国际市场现状

第一节 市场国际现状分析

第二节 市场主要国家情况

第三节 市场国际发展趋势分析

第四节 国际市场的重要动态

第四章 中国母婴用品行业分析

第一节 2013-2014年母婴用品行业总产值分析

第二节 2013-2014年母婴用品行业产出结构变动分析

第三节 2013-2014年母婴用品行业产能过剩情况分析

第四节 2013-2014年母婴用品行业产销率与产品库存分析

第五节 2013-2014年母婴用品行业盈利能力分析

第五章 中国母婴用品市场分析

第一节 2013-2014年母婴用品行业总消费量分析

第二节 2013-2014年母婴用品行业消费特点与消费趋势分析

第三节 2013-2014年母婴用品行业供需错位情况分析

第四节 2013-2014年母婴用品行业需求满足率与潜在需求量分析

一、2013-2014年母婴用品行业满足率分析

二、2013-2014年母婴用品行业潜在需求量分析

第五节 2013-2014年母婴用品行业市场价格变动分析

第六节 2014年母婴用品区域市场分析

第六章 母婴用品渠道分析

第一节 销售渠道形式

第二节 市场渠道格局

第三节 销售渠道要素对比

第四节 各区域市场主要代理商情况

第七章 市场供需态势分析

第一节 2013-2014年母婴用品行业供需状况

一、2013-2014年母婴用品供给状况

二、2013-2014年母婴用品需求状况

三、2013-2014年母婴用品供需缺口分析

第二节 2015-2020年我国母婴用品供给变化趋势预测

第三节 2015-2020年我国母婴用品需求变化趋势预测

第四节 2015-2020年我国母婴用品供需缺口变化趋势预测

第五节 母婴用品行业供需主要影响因素

第八章 细分产品分析

第一节 细分产品A

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

四、消费者需求发展趋势

第二节 细分产品B

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

四、消费者需求发展趋势

第三节 细分产品C

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

四、消费者需求发展趋势

第四节 细分产品D

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

四、消费者需求发展趋势

第九章 母婴用品进出口状况

第一节 2013-2014年母婴用品行业国际贸易市场分析

第二节 2013-2014年母婴用品行业进出口量分析

第三节 2013-2014年国内外进出口相关政策分析

第四节 2013-2014年母婴用品行业进出口特点分析

第五节 2013-2014年进出口市场母婴用品行业结构变动分析

第六节 2015-2020年我国母婴用品行业进出口市场预测

第十章 母婴用品价格机制分析

第一节 2013-2014年母婴用品行业平均价格走势分析

第二节 2013-2014年母婴用品行业价格走势分析

第三节 价格形成机制分析

第四节 2015-2020年我国母婴用品行业价格走势预测

第五节 2015-2020年我国母婴用品主要产品价格走势预测

第十一章 母婴用品市场营销策略分析

第一节 母婴用品行业国内营销模式分析

第二节 母婴用品行业主要销售渠道分析

第三节 母婴用品行业广告与促销方式分析

第四节 母婴用品行业价格竞争方式分析

第五节 母婴用品行业国际化营销模式分析

第十二章 主要母婴用品生产企业分析

第一节 A企业

一、公司概况

二、公司资产/销售收入/利润总额分析

三、公司成长能力分析

四、公司盈利能力分析

五、公司偿债能力分析

六、公司成本费用分析

第二节 B企业

一、公司概况

二、公司资产/销售收入/利润总额分析

三、公司成长能力分析

四、公司盈利能力分析

五、公司偿债能力分析

六、公司成本费用分析

第三节 C企业

一、公司概况

二、公司资产/销售收入/利润总额分析

三、公司成长能力分析

四、公司盈利能力分析

五、公司偿债能力分析

六、公司成本费用分析

第十三章 母婴用品行业发展前景及趋势预测

第一节 母婴用品发展趋势和预测

一、2014年全球母婴用品市场发展预测

二、2015-2020年全球母婴用品发展趋势

三、我国母婴用品市场竞争趋势

四、2015-2020年中国母婴用品发展预测

第二节 母婴用品行业发展未来总体趋势

一、未来我国母婴用品行业发展优势

二、我国母婴用品未来前景与总体发展趋势

第三节 2015-2020年我国母婴用品发展趋势分析

一、产业规范化发展趋势

二、企业更品牌发展趋势

三、行业资金投入趋势

四、行业现代化发展趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国母婴用品产量及其增速

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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年母婴用品开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：母婴用品行业产业母婴用品

图表：2011-2014年我国母婴用品行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业工业母婴用品产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业母婴用品成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年我国母婴用品行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2014年母婴用品行业市场供给

图表：2011-2014年母婴用品行业市场需求

图表：2011-2014年母婴用品行业市场规模

图表：母婴用品所属行业生命周期判断

图表：母婴用品所属行业区域市场分布情况

图表：2014-2020年中国母婴用品行业市场规模预测

图表：2014-2020年中国母婴用品行业供给预测

图表：2014-2020年中国母婴用品行业需求预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/269247.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）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提供专业投资咨询报告、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。