



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国婴儿用品产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2023年中国婴儿用品产业发展现状及市场监测报告》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/287743.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

从 2010 年，我国新增人口数量持续缓慢增加，复合增长率为 1.7%。于 2015 年出现下滑。下滑主要由生肖问题引起：人们普遍不愿在“羊”年产子。随着二胎政策的全面推行，预计其政策可为我国每年贡献 100-300 万新出生人口。由此推算 2017 年我国新增加人口数将达 2000 万。中国新增人口数量

测算全面放开二胎后的生育情况。由于压抑的生育意愿在二胎放开后的前5年集中释放，相对维持现有人口政策不变的情况，新生儿5年里每年多生500万左右。5年之后，相对现行生育政策不变情况下，每年仍多生200-350万左右。当然，上述多出生人口数都是相对于现有计生政策不变假设下本应出生人口数而言的。我们基于生育人口队列和生育率测算，2015-2050 年，每年出生人口大致在1600万上下，所以未来的出生人口数相对当前每年1600+不会明显下降。2015-2020年出生人口预测（单位：万人）

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。

报告目录：

第一章 婴儿用品产业概述 10

第一节 婴儿用品定义 10

第二节 婴儿用品分类 10

第三节 婴儿用品用途 12

第四节 婴儿用品经营模式 14

一、实体店经营模式 14

二、电商经营模式 15

第二章 全球及中国婴儿用品市场分析 17

第一节 婴儿用品行业国际市场分析 17

一、婴儿用品重点生产企业 17

二、全球纸尿裤市场分析 18

（一）全球纸尿裤市场成熟度 18

(二) 全球纸尿裤市场发展现状	18
(三) 全球纸尿裤市场竞争格局	19
(四) 全球婴儿纸尿裤市场发展趋势	19
三、全球婴儿护肤品行业发展分析	21
(一) 全球婴儿护肤品特点分析	21
(二) 主要国家婴儿护肤品市场前景	22
(三) 全球婴幼儿护肤品发展趋势	23
四、全球婴儿车床市场分析	23
(一) 北美童车床市场规模	23
(二) 欧洲童车床市场规模	24
第二节 婴儿用品行业国内市场分析	24
一、婴儿纸尿裤国内市场现状	24
二、婴幼儿洗护用品市场分析	25
(一) 婴幼儿洗护用品品牌竞争格局	25
(二) 婴幼儿洗护用品市场渠道竞争	26
三、中国纸尿裤市场发展情况	27
(一) 婴儿纸尿裤市场发展现状	27
(二) 国内外婴儿纸尿裤差距	28
四、婴儿纸尿裤市场发展前景	28
五、婴儿车床市场发展前景	28
六、婴儿用品国内需求前景	29

第三章 2016年婴儿用品市场环境分析 30

第一节 世界宏观经济及前景预测 30

一、世界经济运行主要特点	30
二、世界经济运行影响因素	32
三、世界经济前景预测分析	33
四、外部环境对中国经济的影响	36

第二节 2016年中国宏观经济环境分析 36

一、中国GDP增长情况分析	36
二、工业经济发展形势分析	37
三、社会固定资产投资分析	39

- 四、全社会消费品零售总额 40
- 五、城乡居民收入增长分析 41
- 六、居民消费价格变化分析 42
- 七、对外贸易发展形势分析 43

第四章 婴儿用品行业相关政策分析 45

- 第一节 婴儿用品行业监管体制 45
- 第二节 婴儿用品行业政策分析 45
- 第三节 婴儿用品相关标准分析 47
- 第四节 婴儿用品产业政策趋势 48
 - 一、婴幼儿洗护用品行业政策趋势 48
 - 二、进一步规范婴幼儿用品安全标准 50
 - 三、婴幼儿日用化妆品应尽快立法 50

第五章 婴儿用品技术工艺及成本结构 51

- 第一节 婴儿用品行业技术水平 51
- 第二节 婴儿用品技术工艺分析 52
 - 一、婴儿纸尿裤技术工艺 52
 - 一、纸尿裤内部结构 52
 - (一) 面层 53
 - (二) 吸收芯层 53
 - (三) 导流层 54
 - (四) 背层 55
 - 二、婴儿车设计理念 56
 - 三、婴儿护肤品行业成本结构分析 57
 - (一) 原材料成本 57
 - (二) 研发和设计成本 57
 - (三) 知识产权使用许可费 58
 - (四) 劳动力成本 59
- 第三节 婴儿用品成本结构分析 59

第六章 2011-2016年婴儿用品市场供需分析 61

第一节 婴儿用品市场规模统计 61

一、婴儿洗护用品市场规模 61

二、中国童车床市场规模 61

三、婴儿纸尿裤市场规模 62

婴儿纸尿裤市场规模稳步扩张，2018预计将接近500亿元。根据中国社科院预测，随着二胎政策的实施，伴随着新生儿数量短暂回落后，将于2017年迎来新生儿的增长。同时，随着消费习惯的改变，人均纸尿裤的渗透率将会继续保持增长，目前渗透率为58%左右。随着渗透率的增加，婴儿纸尿裤的日均使用量也会增加，但并不会有过于显著的增幅。随着人民生活水平以及可支配收入的提高，高端品牌会更受青睐，婴儿纸尿裤平均销售价格也会随之增加。预计婴儿纸尿裤市场规模在2018年将达到485亿元。

婴儿纸尿裤市场规模预测														时间
0-2岁婴儿人口/万	渗透率%	纸尿裤日均使用量	婴儿纸尿裤消费量/亿	婴儿纸尿裤均价	市场规模/亿元	2013	3864.44	47	2.8	185.62	1.16	215.32	2014	3891.45
														53.6
													3	228.39
													1.17	
													267.22	
													2015	3917.67
													58.98	
													3.2	
													269.88	
													1.23	
													331.95	
													2016E	3944.54
													62.3	
													3.3	
													295.99	
													1.3	
													384.79	
													2017E	3971.12
													67.5	
													3.3	
													322.86	
													1.35	
													435.87	
													2018E	3997.77
													70.8	
													3.4	
													351.25	
													1.38	
													484.73	

四、童装市场规模 62

五、儿童玩具市场规模 62

第二节 婴儿用品主要生产企业市场份额 63

第三节 婴儿用品主要生产品牌市场份额 64

第四节 婴儿用品细分市场规模 64

一、婴儿车床细分市场规模 64

（一）婴童手推车市场规模 64

（二）婴儿床市场规模分析 65

（三）儿童汽车安全座规模 65

二、婴儿洗护用品细分市场规模 66

（一）婴儿保湿乳液市场规模 66

（二）婴儿沐浴洗发市场规模 66

（三）儿童防晒护理的市场规模 67

（四）儿童化妆品的市场规模 67

三、童装洗护市场规模分析 68

（一）低档童装市场规模 68

（二）中档童装市场规模 68

(三) 高档童装市场规模 69

四、儿童玩具细分市场规模 69

(一) 户外运动玩具零售规模 69

(二) 毛绒玩具市场零售规模 70

(三) 无线电遥控玩具零售额 70

(四) 童车玩具市场零售规模 70

第五节 婴儿用品价格、毛利率分析 71

一、婴儿用品价格分析 71

(一) 婴儿车价格分析 71

(二) 婴儿纸尿裤价格分析 72

二、婴儿用品市场毛利率分析 73

第六节 婴儿用品进口、出口情况分析 74

一、婴儿车进出口 74

(一) 婴儿车进口 74

(二) 婴儿车出口 74

二、婴儿护肤品进出口 75

(一) 婴儿护肤品进口 75

(二) 婴儿护肤品出口 75

三、婴儿服饰进出口 76

(一) 婴儿服饰进口 76

(二) 婴儿服饰出口 76

第七章 2017-2023婴儿用品市场供需前景预测 78

第一节 婴儿用品市场规模预测 78

一、婴儿洗护用品市场规模预测 78

二、中国童车床市场规模预测 78

三、婴儿纸尿裤市场规模预测 79

四、童装行业市场规模预测 79

五、儿童玩具市场规模预测 80

第二节 婴儿用品发展前景 81

一、中国婴童数量增长潜力分析 81

二、婴童用品种类发展前景 81

第三节 婴儿护肤品进出口贸易预测 82

第四节 婴儿用品市场趋势 82

一、婴儿护肤品产品趋势 82

二、婴儿车行业发展趋势 84

三、婴幼儿纸尿裤发展趋势 85

四、童装行业发展趋势分析 85

五、儿童玩具行业发展趋势 86

第八章 婴儿用品市场波特五力竞争分析 88

第一节 现有企业间的竞争格局 88

第二节 行业新进入者威胁分析 88

第三节 替代产品或服务的威胁 88

第四节 供应商讨价还价的能力 89

第五节 下游用户讨价还价能力 89

第九章 婴儿用品标杆企业研究分析 90

第一节 福建恒安集团有限公司 90

一、企业发展基本情况 90

二、企业主要产品分析 90

三、企业经营情况分析 91

四、企业经济指标分析 92

五、企业盈利能力分析 93

六、企业偿债能力分析 93

七、企业运营能力分析 93

八、企业成本费用分析 94

九、企业产品销售网络 94

十、企业发展规划情况 95

第二节 好孩子国际控股有限公司 96

一、企业发展基本情况 96

二、企业主要产品分析 96

三、企业经营情况分析 97

四、企业经济指标分析 97

五、企业盈利能力分析 98

六、企业偿债能力分析 98

七、企业运营能力分析 99

八、企业成本费用分析 99

九、企业销售网络分析 100

第三节 中国儿童护理有限公司 101

一、企业发展基本情况 101

二、企业主要产品分析 101

三、企业经营情况分析 103

四、企业经济指标分析 103

五、企业盈利能力分析 104

六、企业偿债能力分析 104

七、企业运营能力分析 105

八、企业成本费用分析 105

第四节 宁波神马集团有限公司 105

一、公司发展基本情况 105

二、企业主要产品分析 106

三、企业经营情况分析 108

四、企业竞争优势分析 108

第五节 强生（中国）有限公司 109

一、公司发展基本情况 109

二、企业主要产品分析 110

三、企业经营情况分析 111

四、企业竞争优势分析 111

第六节 上海丽婴房婴童用品有限公司 112

一、企业发展基本情况 112

二、企业主要产品分析 113

三、企业经营情况分析 114

四、企业营销网络分析 114

第十章 婴儿用品产业链及供应商联系方式 116

第一节 婴儿用品产业链分析 116

一、婴幼儿纸尿裤供应链 116

（一）婴幼儿纸尿裤产业链结构 116

（二）产业链发展分析 116

1、无纺布 116

2、ES纤维 117

3、高吸水性树脂（SAP） 118

4、绒毛浆 120

二、婴儿护肤品行业产业链分析 121

第二节 婴儿用品产业链供应商联系方式 122

第十一章 婴儿用品营销模式及渠道分析 124

第一节 婴儿用品直销模式分析 124

第二节 婴儿用品代理销售模式 124

第三节 婴儿用品网络销售模式 124

第十二章 婴儿用品行业投资策略及建议 125(AK WZY)

第一节 婴儿用品行业投资环境 125

第二节 婴儿用品行业投资潜力 125

一、婴儿用品行业区域投资潜力 125

二、婴儿用品行业投资前景分析 126

第三节 婴儿用品行业投资机会 126

一、婴儿服饰投资机会分析 127

二、婴儿玩具投资机会分析 128

三、婴儿纸尿裤投资机会分析 128

四、婴儿洗护品投资机会分析 128

第四节 婴儿用品行业投资风险 129

一、宏观经济风险 129

二、行业政策风险 129

三、市场竞争风险 129

四、产品质量风险 130

第五节 婴儿用品项目投资策略 130

部分图表目录：

图表 1 2011-2016年北美童车、床市场规模情况	23
图表 2 2011-2016年欧洲童车、床市场规模情况	24
图表 3 2012-2015年世界及主要经济体GDP同比增长率（%）	30
图表 4 2011-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图	37
图表 5 2014-2016年国内生产总值构成及增长速度统计	37
图表 6 2014-2016年中国规模以上工业增加值月度增长速度	38
图表 7 2011-2016年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图	40
图表 8 2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	41
图表 9 2011-2016年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	42
图表 10 2014-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图	43
图表 11 2011-2016年中国货物进出口总额变化趋势图	44
图表 12 婴儿用品相关标准	47
图表 13 婴幼儿纸尿裤各层结构示意图	53
图表 14 婴幼儿纸尿裤内部高分子吸水树脂吸液机理示意图	54
图表 15 婴幼儿纸尿裤导流层导流作用示意图	55
图表 16 2015年化妆品行业主要岗位工资情况表	59
图表 17 婴儿用品生产企业成本结构图	60
图表 18 2011-2016年中国婴幼儿洗护用品市场规模情况	61
图表 19 2011-2016年中国童车、床市场规模情况	61
图表 20 2011-2016年中国新生儿用尿布/尿片市场规模情况	62
图表 21 2011-2016年中国童装市场规模统计	62
图表 22 2011-2016年中国儿童玩具市场零售额统计	63
图表 23 2011-2016年中国婴儿用品市场主要企业市场份额	63
图表 24 2011-2016年中国婴儿用品市场主要品牌市场份额	64
图表 25 2011-2016年中国婴童手推车市场规模情况	65
图表 26 2011-2016年中国婴儿床市场规模情况	65
图表 27 2011-2016年中国儿童汽车安全座市场规模情况	66
图表 28 2011-2016年中国婴幼儿保湿乳液市场规模情况	66
图表 29 2011-2016年中国婴幼儿沐浴洗发产品市场规模情况	67
图表 30 2011-2016年中国儿童防晒护理产品市场规模情况	67
图表 31 2011-2016年中国儿童化妆品市场规模情况	67

图表 32 2011-2016年中国低档童装市场规模统计 68

图表 33 2011-2016年中国中档童装市场规模统计 68

图表 34 2011-2016年中国高档童装市场规模统计 69

图表 35 2011-2016年中国户外运动玩具市场零售额统计 69

图表 36 2011-2016年中国毛绒玩具市场零售额统计 70

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287743.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。