



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008—2012年中国婴儿沐浴 露专项调查及产业前景预测

## 一、调研说明

《2008—2012年中国婴儿沐浴露专项调查及产业前景预测》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/44832.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](mailto: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

### 第一章 国内外婴儿沐浴露行业发展环境分析

#### 第一节 中国人口结构分析

- 一、中国人口出生情况
- 二、中国人口地区分布状况
- 三、中国人口结构面临的六大问题

#### 第二节 国内经济和社会环境分析

- 一、近年来我国国民经济发展概况
- 二、城市化和人民生活水平

#### 第三节 国际环境分析

- 一、英国提倡一个家庭只生两个孩子
- 二、俄罗斯用经济手段提高生育率
- 三、法国迎来25年来最大婴儿潮
- 四、2006年日本人口出生率回升

#### 第四节 国际婴儿沐浴露市场分析

- 一、国际婴儿沐浴露行业发展成熟度分析
- 二、国际婴儿沐浴露行业发展趋势
- 三、主要国家婴儿沐浴露市场现状

### 第二章 2008-2012年婴儿沐浴露行业结构分析

#### 第一节 婴儿沐浴露行业基本特征

- 一、婴儿沐浴露行业主要细分产品
- 二、婴儿沐浴露行业产业链分析

#### 第二节 婴儿沐浴露行业竞争格局

- 一、婴儿沐浴露行业主要企业和主要品牌
- 二、婴儿沐浴露市场集中度分析

#### 第三节 婴儿沐浴露行业的“波特五力模型”分析

- 一、现有企业间的竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

### 第三章 2008-2012年中国婴儿沐浴露行业生产状况分析

#### 第一节 2001-2007年婴儿沐浴露产量增长情况

#### 第二节 婴儿沐浴露行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿沐浴露行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

#### 第三节 婴儿沐浴露行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

#### 第四节 婴儿沐浴露行业生产中存在的主要问题

### 第四章 2008-2012年中国婴儿沐浴露市场供需状况分析

#### 第一节 婴儿沐浴露消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、婴儿沐浴露等细分产品的需求特征

四、婴儿沐浴露消费的决策过程分析

#### 第二节 2001-2007年婴儿沐浴露行业供需状况

一、2001-2007年婴儿沐浴露供给状况

二、2001-2007年婴儿沐浴露需求状况

三、2001-2007年婴儿沐浴露供需缺口分析

四、2008-2012年我国婴儿沐浴露供需缺口变化趋势预测

#### 第三节 2008-2012年中国婴儿沐浴露消费量分析

一、2001-2007年我国婴儿沐浴露消费量

二、2001-2007年婴儿沐浴露各细分产品消费量

三、2008-2012年我国婴儿沐浴露消费量预测

## 第四节 影响婴儿沐浴露行业供需关系的主要因素

## 第五章 2008-2012年主要区域市场分析

### 第一节 华北地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第二节 东北地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第三节 华东地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第四节 华中地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第五节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第六节 西南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

### 第七节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

## 第六章 2008-2012年婴儿沐浴露行业市场营销分析

### 第一节 主要营销模式分析

- 一、直营模式
- 二、代理经销商模式
- 三、大型综合连锁卖场模式
- 四、网络营销

### 第二节 营销策略分析

- 一、从生产导向转向市场导向
- 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争
- 三、从产品营销到品牌营销和文化营销

### 第三节 婴儿沐浴露企业营销模式建议

- 一、婴儿沐浴露企业的国内营销模式建议
  - (一) 婴儿沐浴露企业的渠道建设
  - (二) 婴儿沐浴露企业的品牌建设
- 二、婴儿沐浴露企业海外营销模式建议
  - (一) 婴儿沐浴露企业的海外细分市场选择
  - (二) 婴儿沐浴露企业的海外经销商选择

### 第四节 婴儿沐浴露行业市场营销发展趋势

- 一、展望中国婴儿沐浴露营销未来
- 二、未来婴儿沐浴露营销模式发展趋势

## 第七章 2008-2012年婴儿沐浴露行业进出口分析

### 第一节 婴儿沐浴露进出口现状

- 一、进口规模及产品结构
- 二、出口规模、产品结构及主要市场

### 第二节 我国婴儿沐浴露面临的“反倾销”问题及应对措施

- 一、我国婴儿沐浴露行业遭受“反倾销”调查的主要案例
- 二、应对反倾销调查的措施

### 第三节 2008-2012年中国婴儿沐浴露进出口发展趋势分析

## 第八章 2008-2012年中国婴儿沐浴露行业市场预测分析

### 第一节 2008-2012年中国婴儿沐浴露季节特征分析

## 第二节 2008-2012年中国婴儿沐浴露产品趋势分析

## 第三节 2008-2012年中国婴儿沐浴露价格走势

## 第四节 2008-2012年中国婴儿沐浴露竞争格局分析

# 第九章 2008-2012年婴儿沐浴露行业主要品牌企业分析

## 第一节 强生

### 一、企业概况

### 二、近三年企业经营状况

### 三、企业布局与分支机构

### 四、品牌市场份额

### 五、品牌竞争策略

## 第二节 贝亲

### 一、企业概况

### 二、近三年企业经营状况

### 三、企业布局与分支机构

### 四、品牌市场份额

### 五、品牌竞争策略

## 第三节 郁美净

### 一、企业概况

### 二、近三年企业经营状况

### 三、企业布局与分支机构

### 四、品牌市场份额

### 五、品牌竞争策略

## 第四节 新安怡

### 一、企业概况

### 二、近三年企业经营状况

### 三、企业布局与分支机构

### 四、品牌市场份额

### 五、品牌竞争策略

## 第五节 孩儿面

### 一、企业概况

### 二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

#### 第六节 NUK

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

#### 第七节 金盏花

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

#### 第八节 婴姿坊

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

#### 第九节 爱得利

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

#### 第十节 贝蒂儿

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额



## 五、品牌竞争策略

### 第十一节 好孩子

#### 一、企业概况

#### 二、近三年企业经营状况

#### 三、企业布局与分支机构

#### 四、品牌市场份额

#### 五、品牌竞争策略

## 第十章 2008-2012年婴儿沐浴露行业投资价值与投资策略分析

### 第一节 婴儿沐浴露行业投资价值分析

#### 一、婴儿沐浴露行业发展前景分析

#### 二、婴儿沐浴露行业盈利能力预测

#### 三、投资机会分析

#### 四、投资价值综合分析

### 第二节 婴儿沐浴露行业投资风险分析

#### 一、市场风险

#### 二、竞争风险

#### 三、原材料价格波动的风险

#### 四、经营风险

#### 五、政策风险

### 第三节 婴儿沐浴露行业投资策略分析

#### 一、市场定位

#### 二、重点区域

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44832.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。