

2017-2022年中国婴儿奶瓶 市场调研及发展机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国婴儿奶瓶市场调研及发展机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201709/142178.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2016年国内外婴儿用品业运行态势分析

第一节 2016年国际婴儿用品市场分析

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代

三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管

四、欧盟婴儿护理用品市场浅析

五、中东婴儿用品市场分析

第二节 2016年中国婴儿用品行业现状综述

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现状

三、中国婴儿产业的发展态势

四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

第三节 2016年中国婴儿用品市场点评

一、婴儿用品市场解析

二、中国婴儿用品市场基本状况

三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

四、婴儿用品市场更趋成熟

第四节 2016年中国重点城市婴儿用品市场动态

一、上海婴儿用品市场发展分析

二、北京婴儿用品市场的发展动态

三、成都婴儿用品市场发展概况

四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第五节 2016年中国婴儿用品行业发展存在的问题分析

一、婴儿用品消费观念薄弱

二、婴儿用品成为经销商的一块鸡肋

三、强势品牌统邻市场弱势品牌无力争锋

四、假货充斥婴儿用品市场

第二章 2016年世界婴儿奶瓶市场发展动态分析

第一节 2016年世界婴儿奶瓶市场运行环境分析

一、英国提倡一个家庭只生两个孩

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

第二节 2016年世界婴儿奶瓶市场动态分析

一、欧盟将从2016年起禁止婴儿奶瓶中含双酚A

二、世界婴儿奶瓶品牌竞争激烈分析

三、婴儿奶瓶新产品功能与设计透析

第三节 2017-2022年世界婴儿奶瓶市场发展趋势分析

第三章 2016年中国婴儿用品市场运行环境分析

第一节 中国人口出生率情况

一、中国人口出生率和生育率的地区差别

二、中国人口出生率呈持续下降趋势

三、中国的第四次生育高峰

第二节 中国人口增长及结构分析

一、人口总量及人口结构

二、中国新生儿母乳喂养率

三、人们生活节奏加快

第三节 2016年国内宏观经济环境及影响分析

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、2017年中国宏观经济发展预测分析

第四节 2016年中国婴儿用品市场政策环境分析

一、婴儿营养食品新标准即将完成

二、婴儿服装实施新标准

三、三项强制性婴儿奶粉国家标准有新规

四、《奶粉中阪崎肠杆菌检测方法》出台

第五节 2016年中国婴儿用品社会环境分析

一、居民的各种消费观念和习惯

二、中国生活品质提高

三、婴幼儿用品安全引关注

第四章 2016年中国婴儿奶瓶产业营运格局分析

第一节 2016年中国婴儿奶瓶热点聚焦——欧盟禁含双酚A

一、婴儿奶瓶的材质及所占比重

1、玻璃奶瓶

2、塑料奶瓶

二、欧盟禁含双酚A奶瓶国内塑料奶瓶现隐忧

三、“双酚A”袭来玻璃奶瓶渐受宠

四、欧美禁用双酚A塑料婴儿奶瓶中国出口将遭冲击

第二节 2016年中国婴儿奶瓶产业动态分析

一、新型电子显温奶瓶市场透析

二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位

三、奶瓶质量良莠不齐

四、义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场

五、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠

六、巴比象婴儿用品等5企业奶瓶奶嘴不合格将被清出哈尔滨

第三节 2016年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析

一、塑料奶瓶含有毒物

二、塑料奶瓶主要成份及对婴儿造成的影响分析

三、选购婴儿奶瓶注意事项分析

第五章 2016年中国婴儿奶瓶市场产销状况统计分析

第一节 2016年中国婴儿奶瓶市场需求状况分析

一、婴儿奶瓶需求状况综述

二、婴儿奶瓶行业需求的主要指标

三、婴儿奶瓶行业供需缺口分析

第二节 2016年中国婴儿奶瓶市场供给能力分析

一、婴儿奶瓶供给现状综述

二、婴儿奶瓶行业供给的主要指标

三、影响婴儿奶瓶行业供给关系的主要因素

第三节 2016年中国婴儿奶瓶市场价格分析

一、品牌价格走势

二、影响价格的因素分析

第六章 2016年中国婴儿奶瓶行业市场营销模式与战略分析

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 婴儿奶瓶行业市场营销战略分析

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

四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第三节 2017-2022年中国婴儿奶瓶营销趋势分析

第七章 2016年中国婴儿奶瓶市场竞争格局分析

第一节 2016年中国婴儿奶瓶市场竞争总况

一、婴儿奶瓶市场竞争程度

二、婴儿奶瓶竞争力体现

三、外资品牌对布局中国市场分析

第二节 2016年中国婴儿奶瓶产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 提升婴儿奶瓶市场竞争力策略分析

第四节 2017-2022年中国婴幼儿奶瓶竞争策略

第八章 2016年中国婴儿奶瓶外资品牌企业运行状况分析

第一节 贝亲pigeon奶瓶（日本）

第二节 NUK奶瓶（德国）

第三节 爱得利IVORY（台湾）

第四节 新安怡Avent（英国）

第五节 优生usBaby（美国）

第六节 其它

- 一、喜多奶瓶（日本）
- 二、贝丽Bfree奶瓶（英国）
- 三、布朗博士.好流畅

第九章 婴儿奶瓶企业运行关键性财务数据分析

第一节 上海优生婴儿用品有限公司（优生usBaby）

- 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 浙江日康婴儿用品有限公司（日康）

- 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 青岛宝贝园婴幼儿用品有限公司(快乐娃娃奶瓶)

- 一、企业概况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、市场营销动态分析

第四节 港芝（东莞）电子制造厂有限公司

- 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

第五节 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司

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

第六节 上海隆成日用制品有限公司

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

第七节 林哥婴儿用品（昆山）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

第八节 义乌市帅宝塑胶制品有限公司

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

第九节 东莞常平宝达美塑胶制品厂

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

第十章 2016年中国婴儿食品细分市场运行透析——婴儿奶粉

第一节 2016年全球婴幼儿奶粉市场动态分析

一、国际奶荒国内多种奶粉涨价

二、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场

三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题

四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况

五、印度婴幼儿奶粉政策环境

第二节 2016年中国婴幼儿奶粉市场运行综述

一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长

二、国内品牌需加大研发力度

三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析

四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

第三节 2016年中国婴儿配方奶粉市场调研

一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式

二、婴儿配方奶粉类型

三、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况

五、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

六、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

七、消费者购买婴儿配方奶粉的途径

八、消费者对婴儿配方奶粉了解途径

九、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

十、消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况

第四节 2016年中国婴幼儿产品结构分析

一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成

二、婴幼儿奶粉中端市场分析

三、婴幼儿奶粉高端市场分析

四、中高档配方奶粉市场分析

五、婴幼儿奶粉市场价格的空档

第五节 2016年中国婴幼儿奶粉市场需求分析

- 一、中国婴幼儿奶粉年需30万吨
- 二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升
- 三、2016年广东奶粉进口及增长情况
- 四、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成
- 五、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代
- 六、婴幼儿奶粉市场暗战升级

第六节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场盈利预测

第七节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场消费形势对奶瓶市场的影响

第十一章 2017-2022年中国婴儿奶瓶行业发展趋势与前景分析

第一节 2017-2022年中国婴儿用品行业新趋势分析

- 一、婴儿用品日趋系列化、科学化、人性化
- 二、开发成人系列成为现代婴儿用品市场又一发展方向
- 三、婴儿用品蕴藏巨大市场

第二节 2017-2022年中国婴幼儿奶瓶市场预测分析

- 一、供给预测分析
- 二、需求预测分析
- 三、进出口预测分析

第三节 2017-2022年中国婴幼儿奶瓶市场盈利预测

第十二章 2017-2022年中国婴儿奶瓶行业投资价值研究（ZY ZM）

第一节 2016年中国婴儿奶瓶行业投资概况分析

- 一、投资环境分析
- 二、婴儿奶瓶及相关产品投资价值分析

第二节 2017-2022年中国婴儿奶瓶行业投资机会分析

- 一、投资潜力分析
- 二、吸引力分析
- 三、盈利水平分析
- 四、融资方式分析

第三节 2017-2022年中国婴儿奶瓶行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、进退入风险

第四节 投资建议

图表目录：

图表：全国各省市人口出生率及人口数

图表：2000-2016年全国各省市生育率

图表：2000-2016年中国人口变化情况

图表：日本历年来出生人口数和总和生育率

图表：美国历年来出生人口数和总和生育率

图表：中国三次出生高峰和历年总和生育率

图表：2016年中国人口主要构成情况

图表：中国不同年份年龄结构指标

图表：“婴儿潮”对企业HR管理的各种影响比例分布

图表：企业执行国家女员工福利及产假政策力度比例情况

图表：怀孕的员工或家属的表现让HR“头痛”所占比例情况

图表：企业给男员工放“产假”的比例情况

图表：企业员工计划生“猪宝宝”的比例情况

图表：企业对“婴儿潮”采取了应对措施的比例情况

图表：企业应对“婴儿潮”的措施有效程度的比例情况

图表：企业对员工生育的福利政策不同描述的认可比例

图表：企业招聘时对生育问题执行不同原则情况

图表：2016年欧盟国家婴儿护理用品销售额

图表：2011-2016年欧盟国家新生儿人数

图表：2016年欧盟国家婴儿护理用品零售渠道构成

图表：2011-2016年欧盟国家婴儿护理用品销售值

图表：2016年欧盟国家婴儿护理用品分类市场比重

图表：2011-2016年欧盟国家婴儿护理用品分类销售值变化情况

图表：婴儿用品专卖店和超市优劣势比较

图表：消费者购买婴儿用品的规律

图表：影响消费者购买婴儿奶粉习惯的因素

图表：发达国家和发展中国家2001年人口及其后50年预测情况

图表：2011-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2017-2022年中国婴幼儿奶瓶市场盈利预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142178.html>