

2014-2018年中国婴儿洗护 用品市场运行态势及投资方向研究报告

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

《2014-2018年中国婴儿洗护用品市场运行态势及投资方向研究报告》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/201312/100950.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

婴儿洗护用品就婴儿日常护理必备的用品，包括淋浴液、润肤露、按摩油、痱子粉、乳液等。因为婴儿的皮肤比较薄，特别娇嫩，所以家长在为孩子选购此类用品时，应选择无香精、着色剂等添加剂的用品，避免刺激宝宝的肌肤，引起过敏反应。

“奶粉”让家长们的的心还在余悸中，婴儿洗护用品又报出了问题，美国消费者组织称，市场上销售的婴儿卫浴产品其中一些含有甲醛及“1，4-二氧杂环乙烷”等有毒物质，这些产品涉及强生、妙思乐及帮宝适等厂商或产品。

由于儿童的皮肤薄，比较敏感，很容易受到洗护产品的刺激，引起过敏性反应。所以不是专业、正规生产儿童护肤品厂家的产品，很可能含有成人产品成分，所以最好不要购买。质量好的宝宝洗护用品，经过严格的医学测试证明：品质纯正温和，其中的成分完全符合婴幼儿皮肤的特性，与成人的用品有着很大的区别，对宝宝的皮肤无任何刺激性，也不会引起过敏反应婴儿洗护用品。

数据显示，我国每年有将近1500万左右的新生儿出生，其中8-36个月龄的婴幼儿约为4500万，0-6岁的婴幼儿达1.2亿，每年婴幼儿用品消费达数千亿元人民币，婴幼儿用品行业在中国被称为“永远的朝阳产业”。

在中国，父母不但已经有更多的可支配收入，他们也几乎是“固执”地希望在孩子身上多投入资金。这给予零售商——从销售打折产品到奢侈产品，各层次进入新的贸易领域的机会。调查显示，在近八成的工薪三口之家，孩子的月平均消费竟超过一个大人。前瞻网调查显示，婴幼儿用品市场是国内发展速度最快的行业之一，年均增长率在30%以上，而同期中国的GDP增长率在9%左右。为此，预计婴幼儿产业在未来20年内，将是中国最具成长性与最值得投资的产业。

随着中国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，中国婴幼儿洗护用品市场规模不断扩大。随着婴幼儿洗护用品行业竞争的不断加剧，大型婴幼儿洗护用品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的婴幼儿洗护用品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究，将使一批国内优秀的婴幼儿洗护用品品牌逐步崛起。

第一章 中国婴儿洗护用品产品品牌市场实地调研

第一节 中国婴儿洗护用品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、婴儿洗护用品产品品牌平均价格趋势分析

三、2014年中国婴儿洗护用品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国婴儿洗护用品产品品牌价格因素分析

- 一、消费税调整对婴儿洗护用品产品品牌价格的影响
- 二、零售环境的变化对婴儿洗护用品产品品牌价格的影响

第三节 中国婴儿洗护用品产品品牌市场消费状况分析

- 一、中国婴儿洗护用品产品品牌市场消费结构
- 二、中国婴儿洗护用品产品品牌市场消费特点
- 三、影响中国婴儿洗护用品产品品牌市场消费因素

第二章 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌市场结构调研

第一节 中国婴儿洗护用品市场主要品牌发展分析

- 一、中国婴儿洗护用品市场主要品牌所占市场份额
- 二、中国婴儿洗护用品市场各品牌新动向监测

第二节 中国婴儿洗护用品市场品牌排名调查

- 一、按照销售额排名
- 二、按市场份额排名
- 三、按品牌知名度排名
- 四、按消费者认可度排名

第三节 中国婴儿洗护用品市场品牌发展新特色分析

第三章 2013年中国婴儿洗护用品行业区域市场需求状况预测

第一节 2013-2018年华北地区婴儿洗护用品市场需求状况

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第二节 2013-2018年东北地区婴儿洗护用品市场规模研究

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第三节 2013-2018年华东地区婴儿洗护用品行业前景展望

- 一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第四节2013-2018年华南地区婴儿洗护用品市场需求预测

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第五节2013-2018年华中地区婴儿洗护用品行业发展潜力分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第六节2013-2018年西南地区婴儿洗护用品市场规模预测

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第七节2013-2018年西北地区婴儿洗护用品行业发展预测

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年婴儿洗护用品行业发展前景预测

第四章 2013年中国婴儿洗护用品行业需求用户调研结果

第一节2013年婴儿洗护用品行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节2013年中国婴儿洗护用品行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌上游市场调查情况

第一节 2013年中国婴儿洗护用品产品原材料生产情况调查

- 一、中国婴儿洗护用品产品原材料产量调查分析
- 二、中国婴儿洗护用品产品原材料生产区域结构调查
- 三、2014-2018年中国婴儿洗护用品产品原材料生产规模预测

第二节 中国婴儿洗护用品产品原材料价格走势调查

- 一、中国婴儿洗护用品产品原材料历年价格趋势调查
- 二、婴儿洗护用品产品原材料未来走势预测
- 三、婴儿洗护用品产品原材料价格走势对企业影响
 - (一) 短期影响分析研究
 - (二) 长期影响分析研究
 - (三) 产品原材料成本敏感度

第三节 2013年中国婴儿洗护用品产品生产现状概况

- 一、2013年中国婴儿洗护用品产品生产规模调查
- 二、2013年中国婴儿洗护用品产品生产结构调查
- 三、2014-2018年中国婴儿洗护用品产品产量预测

第六章 中国婴儿洗护用品产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第七章 2013年中国婴儿洗护用品行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国婴儿洗护用品行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要婴儿洗护用品行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌销售渠道模式研究

一、2013年中国婴儿洗护用品产品品牌渠道销售现状调查

二、2013年中国婴儿洗护用品产品品牌营销渠道调研

三、2013年中国婴儿洗护用品产品品牌渠道发展机遇

四、2013年中国婴儿洗护用品产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、2013年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2013年中国婴儿洗护用品产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、婴儿洗护用品产品品牌营销的发展之道

三、中国婴儿洗护用品品牌市场营销渠道探讨

第九章 2013年中国婴儿洗护用品行业竞争对手渠道模式

第一节 婴儿洗护用品市场渠道情况

第二节 婴儿洗护用品竞争对手渠道模式

第三节 婴儿洗护用品直营代理分布情况

第十章 2013年中国婴儿洗护用品行业竞争力与发展态势研究

第一节 2013年中国婴儿洗护用品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2013年中国婴儿洗护用品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2013年中国婴儿洗护用品行业竞争力分析

一、2013年婴儿洗护用品行业竞争分析

二、2013年中外婴儿洗护用品产品竞争力比较分析

三、2013年中国婴儿洗护用品市场竞争格局分析

四、2014-2018年国内主要婴儿洗护用品企业动向研究

第三节 2014-2018年中国婴儿洗护用品行业竞争态势展望

第十一章 中国婴儿洗护用品行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌B

一、品牌渠道结构

- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌C

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌D

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌E

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

· · · · ·

第十二章 中国婴儿洗护用品行业供需预测与发展趋势

第二节 2011-2013年中国婴儿洗护用品行业未来发展趋势研究

- 一、未来行业发展环境
- 二、未来行业发展方向
- 三、未来行业发展预测

第二节 2011-2013年婴儿洗护用品行业市场供需状况预测

- 一、供给能力预测
- 二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2011-2013年婴儿洗护用品行业总资产预测

第四节 2011-2013年婴儿洗护用品行业工业总产值预测

第五节 2014-2018年婴儿洗护用品行业销售收入预测

第六节 2014-2018年中国婴儿洗护用品行业盈利能力预测

第十三章 2014-2018年中国婴儿洗护用品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国婴儿洗护用品行业SWOT模型分析

第二节 中国婴儿洗护用品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2014-2018年中国婴儿洗护用品行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国婴儿洗护用品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国婴儿洗护用品项目行业可行性分析研究

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/100950.html>