

# 2014-2019年中国婴儿用品 行业监测与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国婴儿用品行业监测与投资前景研究报告》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/201408/110956.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

随着20世纪七八十年代独生子女普遍进入适龄生育期，在人文观念、社会事件和巨大的人口基数等多重因素影响下，我国进入又一次持续时间更长的生育高峰期，经历第四波婴儿潮，时间将持续到2015年。这股婴儿潮将全面冲涨起容量巨大的中国婴儿用品产业市场，形成一个0-6岁婴幼儿的衣、食、住、行、育、玩等生活消费品的庞大产业群。

近几年，随着经济水平的不断提高和新生儿数量的增加，婴儿用品的需求量越来越大，品牌不断增多。孕妇及婴儿的健康和护理越来越受社会的关注，对孕妇和婴儿的生活用品的品质要求越来越高。家人及朋友的关心及爱护，使孕婴幼儿用品形成了庞大的消费群体。年轻的父母在选择孩子的衣物、玩具和食物时，通常把安全 and 质量放在首位，常把一些品牌形象好、价格相对较贵的产品作为首选，这也间接推动了婴儿用品市场朝着健康、高速的方向发展。婴儿用品产业正成为拉动中国GDP增长的动力源泉之一，也是收益丰厚的产业之一。

2012年3月，一贯稳扎稳打的云月私募股权投资公司再次出手完成了对中国婴儿服饰领军企业--广州英爱贸易有限公司绝对控股权的收购，本次收购及后续总投资约为1亿美金，这也标志着云月投资正式进入中国的婴儿用品市场。

统计显示，从中国近三年新生儿数量看，2008年至2010年中国0-3岁婴儿有6000万，孕妇数量达2000万，母婴消费迎来黄金时代。而按现有人口推算，中国新生儿高峰期大约出现在2016年，届时将迎来第五轮“婴儿潮”，预计市场销售额将达1万亿元。换言之，持续增长的消费群，加上新的消费意识、育儿理念带来的消费提升，将促成中国婴儿用品市场迎来20年的牛市。

婴幼儿用品市场潜力巨大，童装、玩具、奶嘴、奶瓶、奶粉、幼教用品、婴儿护肤用品……许多商家和个人都把目光瞄准这一市场。那么，在当前婴幼儿用品市场发展形势下，我国婴幼儿用品企业该如何分析当前咖啡行业的形势、把握未来市场发展方向，及时调整产品结构，根据行业趋势制定发展战略呢？

本《2014-2019年中国婴儿用品行业监测与投资前景研究报告》，立足于世界婴儿用品行业整体发展大势，对中国婴儿用品行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来婴儿用品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和分析，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了婴儿用品行业今后的发展与投资策略，为婴儿用品生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

## 第一部分 行业发展分析

### 第一章 宏观环境分析 1

#### 第一节 国际人口生育状况 1

- 一、世界人口增长趋势分析 1
- 二、俄罗斯出生人口发展情况 2
- 三、美国人口出生率发展情况 2
- 四、2012年法国人口出生情况 2
- 五、2012年英国人口出生情况 3
- 六、2012年德国人口出生状况 4
- 七、2012年日本人口出生情况 4

#### 第二节 中国人口出生率情况 5

- 一、中国人口出生率发展情况 5
- 二、中国的第四次生育高峰 8
- 三、2012年中国人口出生率 9
- 四、2013年迎来龙年生育高峰 9

#### 第三节 中国人口增长及结构分析 10

- 一、人口总量及人口结构 10
- 二、中国人口发展取得的成就 11
- 三、中国人口发展面临的挑战 11

#### 第四节 计划生育政策发展形势 13

- 一、中国计划生育政策发展回顾 13
- 二、计划生育政策对中国的贡献 16
- 三、计划生育政策成为新的议点 18
- 四、2012年全国人口和计划生育事业发展公报 19

#### 第五节 中国居民收入及宏观经济发展情况 24

- 一、中国城镇居民收入增长情况 24
- 二、中国居民收入分配问题分析 25
- 三、2012年中国宏观经济运行分析 26
- 四、2013年经济运行形势分析及展望 47
- 五、2013-2015年中国经济发展预测 61

### 第二章 婴儿用品行业分析 67

#### 第一节 国际婴儿用品市场分析 67

一、全球婴儿用品市场安全问题	67
二、美国婴儿用品市场分析	68
三、加拿大对婴儿用品市场的监管	68
四、欧盟婴儿护理用品市场浅析	69
五、中东婴儿用品市场分析	70
第二节 中国婴儿用品发展分析	71
一、婴儿用品行业所处阶段及其特性	71
二、中国婴儿用品市场基本状况	72
三、2013年中国婴儿用品细分市场分析	73
四、2013年中国婴儿用品网上市场分析	76
五、2013年私募股权投资看好中国婴儿用品行业	77
第三节 部分城市婴儿用品市场	79
一、上海婴儿用品市场发展分析	79
二、北京婴儿用品市场发展分析	84
三、成都婴儿用品市场发展概况	85
四、临沂市婴儿用品市场发展迅速	85
第四节 婴儿用品消费者购买行为分析	86
一、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征	86
二、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯	89
三、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性	90
四、对婴儿用品经营的启发	92
第五节 婴儿用品终端市场营销分析	95
一、婴儿用品的不同销售模式	95
二、婴儿用品店的五大误区	96
三、婴儿用品店生存法则	97
四、婴儿用品店营销策略	98
第二部分 细分行业分析	
第三章 婴幼儿奶粉市场分析	100
第一节 婴幼儿奶粉概述	100
一、婴幼儿奶粉营养成分	100
二、婴幼儿配方奶粉的分类	109
三、婴儿奶粉技术发展进程	110

## 第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况 112

- 一、中国婴儿奶粉总市场规模 112
- 二、中国婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代 113
- 三、中国婴幼儿奶粉市场步入高质量时代 113
- 四、2013年奶粉市场受惠龙年婴儿潮 115
- 五、2013年婴幼儿奶粉市场涨价情况分析 116
- 六、奶粉市场需回归良性发展 118
- 七、2012年婴幼儿食品禁添加牛初乳 118

## 第三节 婴幼儿配方奶粉剖析 122

- 一、婴幼儿配方奶粉的定义 122
- 二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义 123
- 三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征 124
- 四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法 124
- 五、2012年全国婴幼儿配方奶粉市场占有率 126
- 六、2013年婴幼儿配方奶粉产量增幅预计 127
- 七、2015年婴幼儿配方奶粉市场销售预计 128
- 八、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略 128

## 第四节 婴幼儿奶粉市场竞争分析 130

- 一、婴幼儿奶粉竞争现状 130
- 二、2013年中国奶粉市场竞争升级 131
- 三、2013年外资在华抢建奶源基地 133
- 四、2013年洋奶粉冲击国内婴幼儿奶粉市场 133
- 五、中国婴儿奶粉行业市场竞争趋势分析 135

## 第五节 婴幼儿奶粉中的4P营销分析 136

- 一、产品开发是第一要素 136
- 二、价格 and 价值的审视 137
- 三、营销渠道是一大关键点 138
- 四、促销手段扩大知名度 139
- 五、需求才是营销的中心 140
- 六、奶粉新营销组合因素产生和发展 140

## 第四章 婴儿纸尿裤市场 142

### 第一节 概述 142

- 一、定义及结构设计 142
- 二、不同品牌纸尿裤的特点 142
- 三、纸尿裤和纸尿片的主要区别 143
- 第二节 纸尿裤市场发展态势 144
  - 一、中国纸尿裤市场的发展现状 144
  - 二、中国纸尿裤市场商机无限 145
  - 三、中国纸尿裤消费市场分析 146
  - 四、发展中国家纸尿裤市场发展潜力大 148
- 第三节 中国纸尿裤发展分析 148
  - 一、拥有技术优势国外品牌占据大部分市场 149
  - 二、研发能力较弱国内企业缺乏专利成软肋 149
  - 三、中国纸尿裤企业发展策略 150
- 第五章 其它婴儿用品市场 152
  - 第一节 奶瓶 152
    - 一、中国新型电子显温奶瓶市场概述 152
    - 二、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠 153
    - 三、PES材质奶瓶市场前景可期 154
    - 四、禁止使用双酚A奶瓶 155
  - 第二节 童车市场 156
    - 一、中国童车业企业的生存现状 156
    - 二、中国童车行业的发展策略分析 157
    - 三、中国童车行业的发展趋势分析 159
    - 四、婴儿推车的设计特点及分类选择 160
    - 五、婴儿学步车的利弊辨析 163
  - 第三节 婴儿食品 164
    - 一、婴儿的营养需求 164
    - 二、婴儿辅助食品市场有金可挖 168
    - 三、婴儿营养食品蛋白质含量偏高 171
    - 四、中国婴儿食品须标注营养成分 172
  - 第四节 其他类 172
    - 一、婴儿浴室市场空间大 172
    - 二、婴儿泳疗介绍 173

三、婴儿枕头的学问 174

四、中国婴儿纪念品市场前景广阔 176

五、婴幼儿小家电市场 177

六、婴儿湿巾市场规模 178

第三部分 重点企业分析

第六章 国外重点企业分析 179

第一节 美赞臣 179

一、公司简介 179

二、美赞臣实施全程安全管理 180

三、2013年美赞臣加码中国市场 181

四、2013年美赞臣经营状况分析 182

第二节 多美滋 185

一、公司简介 185

二、多美滋的优势 185

三、多美滋中国发展分析 186

四、2013年多美滋首推创新“优阶”配方奶粉 188

第三节 雀巢 189

一、雀巢集团简介 189

二、雀巢企业的发展史 189

三、雀巢的模块组合营销经营优势 190

四、2012年雀巢经营状况分析 193

五、2013年雀巢收购惠氏 194

六、2013年中国成为雀巢的重要市场 195

第四节 强生 197

一、公司简介 197

二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象 198

三、解析强生公司网络营销策略 199

四、2013年强生经营状况分析 203

第五节 宝洁 203

一、公司简介 203

二、2013年宝洁经营状况分析 204

三、2013年宝洁日化品牌营销活动研究分析 204



## 第六节 金佰利 206

### 一、公司简介 206

### 二、金佰利婴儿产品创新发展提升市场亲和力 206

### 三、2012年金佰利经营状况分析 207

### 四、2013年金佰利经营状况分析 208

### 五、2013年金佰利推进亚太区市场发展 209

### 六、2013年金佰利将深耕中国市场 210

## 第七章 国内重点企业分析 211

### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 211

#### 一、公司简介 211

#### 二、2012年伊利股份经营状况分析 213

#### 三、2013年伊利股份经营状况分析 216

#### 四、2010-2013年企业财务数据分析 217

#### 五、2013年伊利股份发展展望及战略 220

#### 六、伊利婴幼儿市场发展分析 221

### 第二节 杭州贝因美集团有限公司 221

#### 一、公司简介 221

#### 二、贝因美公司的优势 222

#### 三、2012年贝因美经营状况分析 223

#### 四、2013年贝因美经营状况分析 223

#### 五、2010-2013年企业财务数据分析 224

#### 六、2013年贝因美发展展望及战略 226

### 第三节 雅士利 231

#### 一、公司简介 231

#### 二、2012年雅士利经营状况分析 233

#### 三、2010-2013年企业财务数据分析 235

#### 四、2013年雅士利荣获2013“中国消费市场最具影响力品牌” 237

### 第四节 好孩子 238

#### 一、公司简介 238

#### 二、2012年好孩子经营状况分析 239

#### 三、2010-2013年企业财务数据分析 240

#### 四、2013年好孩子经营状况分析 242

五、2013年好孩子发展策略分析	244
六、2013年“好孩子”在全球树立中国标准	245
第五节 恒安集团	246
一、公司简介	246
二、2012年恒安国际经营状况分析	247
三、2010-2013年企业财务数据分析	249
四、2012年恒安国际生活用纸业务分析	252
五、2013年恒安国际发展展望及战略	254
六、恒安集团升级策略	254
七、2013年恒安集团创新变革成就	256
第六节 立志美丽	258
一、公司简介	258
二、宝宝金水实现民族品牌的市场突围	259
三、宝宝金水的市场营销策略	260
四、宝宝金水品牌延伸的失误	261
第四部分 行业前景与政策法规	
第八章 婴儿用品行业趋势前景分析	263
第一节 中国婴儿用品行业前景展望	263
一、中国婴儿用品市场潜力巨大	263
二、中国婴儿用品市场前景广阔	263
三、中国婴儿用品市场将迎来新一轮“淘金潮”	265
四、2015年中国婴幼儿服饰市场预测	267
第二节 婴儿用品及经营方式发展趋势	269
一、婴儿用品市场四大发展趋势	269
二、婴儿用品行业发展趋势	269
三、孕婴用品店经营趋势	273
第九章 政策法规	274
第一节 政策解读	274
一、国家实行婴幼儿奶粉召回退市制	274
二、《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布	274
三、中国婴幼儿配方食品国家标准将较大程度修改	275
四、婴儿睡眠用品输欧须符合安全新标准	276

五、卫生部办公厅关于牛初乳产品适用标准问题的复函 277

## 第二节 相关法规介绍 278

一、乳品质量监督管理条例（2008） 278

二、婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定（2008） 289

三、婴儿配方乳粉生产许可证审查细则 290

四、GB10765-1989婴儿食品婴儿配方乳粉I 297

五、GB10766-1989婴儿食品婴儿配方乳粉II 308

六、纸尿裤片垫行业标准 320

## 图表目录

图表：1978-2012年中国人口出生数据 7

图表：2006-2012年全社会出生人口及出生率 9

图表：2012年年末人口数及其构成 10

图表：2006-2012年已婚育龄妇女人数 19

图表：2006-2012年出生人口性别比 20

图表：2006-2012年“三项制度”投入资金 21

图表：2006-2012年“三项制度”受益人群 21

图表：2012年1季度-2013年2季度城镇居民人均可支配收入实际增长速度 24

图表：2012年1季度-2013年2季度农村居民人均可支配收入实际增长速度 25

图表：2006-2012年国内生产总值及其增长速度 27

图表：2012年1-12月居民消费价格月度涨跌幅度 27

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度 28

图表：2012年1-12月新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 28

图表：2006-2012年城镇新增就业人员人数 29

图表：2006-2012年年末国家外汇储备及其增长速度 29

图表：2006-2012年公共财政收入及其增长速度 30

图表：2006-2012年粮食产量及其增长速度 30

图表：2006-2012年全年全部工业增加值及其增长速度 31

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度 32

图表：2012年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 33

图表：2006-2012年建筑业增加值及其增长速度 33

图表：2006-2012年全社会固定资产投资及其增长速度 34

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 34

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力 35

图表：2012年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 36

图表：2006-2012年全社会消费品零售总额及其增长速度 36

图表：2012年货物进出口总额及其增长速度 37

图表：2006-2012年货物进出口总 38

图表：2012年非金融领域外商直接投资及其增长速度 38

图表：2012年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 39

图表：2012年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 39

图表：2006-2012年末电话用户数 40

图表：2012年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 41

图表：2006-2012年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数 42

图表：2012年年末人口数及其构成 44

图表：2006-2012年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 45

图表：2006-2012年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 45

图表：2002年 季度—2013年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 48

图表：2012年1季度-2013年2季度国内生产总值同比增长速度 48

图表：2002年6月—2013年6月工业增加值月度同比增长率（%） 50

图表：2012年-2013年6月规模以上工业增加值增速（月度同比） 50

图表：2002年6月—2013年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 51

图表：2012年1月—2013年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 52

图表：2002年1-6月—2013年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 53

图表：2012年—2013年1-6月固定资产投资完成额同比增长率（%） 54

图表：2012年—2013年1-6月房地产开发投资同比增长率（%） 54

图表：2002年6月—2013年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 55

图表：2002年6月—2013年6月居民消费价格指数（上年同月=100） 57

图表：2012年1月—2013年6月居民消费价格指数同比上涨情况（%） 57

图表：2002年6月—2013年6月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 58

图表：2012年1月—2013年6月工业品出厂价格指数同比上涨情况（%） 59

图表：2002年6月—2013年6月货币供应量月度同比增长率（%） 60

图表：2011年上海市各区、县计划生育基本情况 84

图表：2011年北京市常住人口自然变动 84

图表：婴儿用品专卖店优劣势分析 86

图表：婴儿用品的购物规律 93

图表：对纸尿裤市场评价 146

图表：对纸尿裤市场评价家庭收入差异 147

图表：对纸尿裤市场评价城市规模差异 147

图表：婴儿枕头学问核心提示 174

图表：2008-2012年美赞臣利润表 183

图表：2008-2012年美赞臣资产负债表 183

图表：2008-2012年美赞臣现金流量表 184

图表：2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成数据分析表 217

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务数据分析表 217

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 218

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力分析表 218

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析表 219

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债分析表 219

图表：2010-2013年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表 219

图表：2012年浙江贝因美科工贸股份有限公司主营构成数据分析表 224

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司主要财务数据分析表 224

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 224

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司经营能力分析表 225

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司发展能力分析表 225

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司资产与负债分析表 225

图表：2010-2013年浙江贝因美科工贸股份有限公司现金流量分析表 226

图表：2010-2012年雅士利国际控股有限公司主要经营业绩 233

图表：2010-2012年雅士利国际控股有限公司婴幼儿配方奶粉业务营收 234

图表：2011-2012年雅士利国际控股有限公司重要财务指标 235

图表：2010-2012年雅士利国际控股有限公司资产负债表 235

图表：2010-2012年雅士利国际控股有限公司现金流量表 236

图表：2010-2012年雅士利国际控股有限公司综合损益表 237

图表：2011-2012年好孩子国际控股有限公司重要财务指标 240

图表：2010-2012年好孩子国际控股有限公司资产负债表 241

图表：2010-2012年好孩子国际控股有限公司综合损益表 242

图表：2012年恒安国际财务摘要 247

图表：2010-2012年恒安国际集团有限重要财务指标 249

图表：2010-2012年恒安国际集团有限公司资产负债表 250

图表：2010-2012年恒安国际集团有限公司现金流量表 251

图表：2010-2012年恒安国际集团有限公司综合损益表 251

图表：企业生产婴幼儿配方乳粉产品必备的生产设备 292

图表：婴幼儿配方乳粉的产品标准及相关规定 292

图表：婴幼儿配方乳粉产品的原辅材料标准 293

图表：企业必备的出厂检验设备 294

图表：婴幼儿配方乳粉质量检验项目表 294

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/110956.html>