

2021-2027年中国婴儿（儿童）护肤品行业发展态势与前景趋势报告

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

《2021-2027年中国婴儿（儿童）护肤品行业发展态势与前景趋势报告》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/202109/238565.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

婴儿油、儿童霜、儿童蜜等都属于护肤类。其中大多添加适量的杀菌剂、维生素及珍珠粉、蛋白质等营养保健添加剂，且产品多为中性或微酸性，与婴幼儿皮肤的PH值一致。经常搽用，可以保护皮肤，防止水分过度损耗或浸渍，避免皮肤干燥破裂或淹湿，以及粪、尿、酸、碱或微生物生长引起的刺激。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国婴儿（儿童）护肤品行业发展态势与前景趋势报告》共十四章。首先介绍了婴儿（儿童）护肤品行业市场发展环境、婴儿（儿童）护肤品整体运行态势等，接着分析了婴儿（儿童）护肤品行业市场运行的现状，然后介绍了婴儿（儿童）护肤品市场竞争格局。随后，报告对婴儿（儿童）护肤品做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴儿（儿童）护肤品行业发展趋势与投资预测。您若想对婴儿（儿童）护肤品产业有个系统的了解或者想投资婴儿（儿童）护肤品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分行业现状

第一章2019年国内外婴儿用品产业运行新形势分析

第一节2019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2019年中国婴儿用品行业现状

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

二、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

三、婴儿用品市场更趋成熟

第三节2019年中国部分城市婴儿用品市场透析

一、上海

- 二、北京
- 三、成都
- 四、临沂市

第二章2019年世界婴儿护肤品产业运行态势分析

第一节2019年世界婴幼儿护肤品行业市场环境分析

- 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
- 四、日本人口出生率下降

第二节2019年世界婴儿护肤品市场运行态势

- 一、世界婴儿护肤品行业发展成熟度分析
- 二、世界婴儿护肤品特点分析
- 三、主要国家婴儿护肤品市场现状

第三节2021-2027年世界婴幼儿护肤品行业发展趋势分析

第三章2019年中国婴儿护理品产业发展环境分析

第一节2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节2019年中国婴儿护理品产业政策发展环境分析

- 一、中国婴幼儿化妆品无专门标准
- 二、进一步规范婴幼儿用品安全标准
- 三、婴幼儿日用化妆品应尽快立法

第三节2019年中国婴儿护理品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析

- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四章中国婴幼儿护肤品人口环境分析

第一节2019年中国人口出生率情况分析

- 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2019年中国人口结构情况

- 一、2019年中国人口构成情况
- 二、中国人口年龄结构的不断变化
- 三、中国人口结构面临六大难题

第三节2019年计划生育政策发展形势

- 一、计划生育四川省少生4千万人
- 二、计划生育30多年来上海少生700万人
- 三、“单独二胎”在河南可行

第五章2019年中国婴儿护肤品行业生产现状分析

第一节2019年中国婴儿护肤品业运行总况

- 一、婴儿护肤品热销背后暗藏隐忧
- 二、儿童护肤品制作要求高但标准缺失
- 三、2019年中国婴儿护肤品细分市场分析

- 1、护肤类
- 2、洗涤类
- 3、儿童爽身粉、花露水

第二节2019年中国婴儿护肤品行业产能及增长情况分析

- 一、主要生产企业及其产能
- 二、婴儿护肤品行业产能扩张趋势

第三节2019年中国婴儿护肤品行业成本结构分析

- 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2019年中国婴儿护肤品行业生产中存在的主要问题

第六章2019年中国婴儿护肤品市场供需态势分析

第一节2019年中国婴儿护肤品消费需求特征分析

- 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、婴儿护肤品等细分产品的需求特征
- 四、婴儿护肤品消费的决策过程分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业供需状况

- 一、2019年婴儿护肤品供给状况
- 二、2019年婴儿护肤品需求状况
- 三、2019年婴儿护肤品供需缺口分析
- 四、2021-2027年我国婴儿护肤品供需缺口变化趋势预测

第三节2019年影响婴儿护肤品行业供需关系的主要因素

第七章2019年中国婴儿护肤品细分市场分析

第一节婴儿面霜

- 一、婴儿面霜市场发展现状
- 二、2019年婴儿面霜销售分析
- 三、婴儿面霜市场焦点
- 四、婴儿面霜市场前景

第二节婴儿洗发水

- 一、婴儿洗发水市场发展现状
- 二、2019年婴儿洗发水销售分析
- 三、婴儿洗发水市场焦点
- 四、婴儿洗发水市场前景

第三节婴儿沐浴露

- 一、 婴儿沐浴露市场发展现状
- 二、 2019年婴儿沐浴露销售分析
- 三、 婴儿沐浴露市场焦点
- 四、 婴儿沐浴露市场前景

第四节 婴儿爽身粉

- 一、 婴儿爽身粉市场发展现状
- 二、 2019年婴儿爽身粉销售分析
- 三、 婴儿爽身粉市场焦点
- 四、 婴儿爽身粉市场前景

第五节 婴儿润肤油

- 一、 婴儿润肤油市场发展现状
- 二、 2019年婴儿润肤油销售分析
- 三、 婴儿润肤油市场焦点
- 四、 婴儿润肤油市场前景

第六节 婴儿护肤香皂

- 一、 婴儿护肤皂市场发展现状
- 二、 2019年婴儿护肤皂销售分析
- 三、 婴儿护肤皂市场焦点
- 四、 婴儿护肤皂市场前景

第七节 舒敏软膏（防过敏药膏）

- 一、 舒敏软膏市场发展现状
- 二、 2019年舒敏软膏销售分析

第八节 婴儿香水

- 一、 婴儿香水市场发展现状
- 二、 2019年婴儿香水销售分析
- 三、 婴儿香水市场焦点
- 四、 婴儿香水市场前景

第九节 婴儿润肤露

- 一、 婴儿润肤露市场发展现状
- 二、 2019年婴儿润肤露销售分析
- 三、 婴儿润肤露市场焦点
- 四、 婴儿润肤露市场前景

第八章2019年中国婴儿护肤品所属行业进出口统计分析

第一节2015-2019年中国护肤品进出口数据统计情况

一、护肤品进出口数量分析

三、护肤品进出口国家及地区分析

第二节2019年我国婴儿护肤品面临的“反倾销”问题及应对措施

一、我国婴儿护肤品行业遭受“反倾销”调查的主要案例

二、应对反倾销调查的措施

第三节2021-2027年中国婴儿护肤品进出口发展趋势分析

第二部分竞争格局

第九章2019年中国婴儿护肤品行业结构分析

第一节2019年中国婴儿护肤品行业基本特征

一、婴儿护肤品行业主要细分产品

二、婴儿护肤品行业产业链分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业竞争格局

一、婴儿护肤品行业主要企业和主要品牌

二、婴儿护肤品市场集中度分析

第三节2019年中国婴儿护肤品行业的“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

第十章2019年中国婴儿护肤品行业市场营销分析

第一节2019年婴儿用品消费者购买行为分析

一、婴儿用品消费者特点

二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征

三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

五、对婴儿用品经营的启发

第二节2019年婴儿护肤品主要营销模式分析

- 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

第三节2019年中国婴儿护肤品营销策略分析

- 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
- 四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第四节2019年中国婴儿护肤品企业营销模式建议

- 一、药店销售渠道建设
- 二、直销渠道建设
- 三、俱乐部渠道建设
- 四、连锁渠道建设

第五节各大婴儿护肤品品牌纷纷打起按年龄、时节细分的大旗策略点评

第十一章 中国婴儿护肤品主要区域市场调查分析

第一节华北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第二节东北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第三节华东地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析

四、区域市场前景

第四节华中地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第五节华南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第六节西南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第七节西北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第十二章 中国婴儿护肤品行业主要品牌企业竞争力分析

第一节 强生

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第二节

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第三节 郁美净

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、市场策略及成绩

第四节康贝

- 一、企业概况
- 二、企业愿景
- 三、发展历史

第五节孩儿面

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第六节NUK

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第三部分预测分析

第十三章2021-2027年婴儿护肤品行业发展前景预测分析

第一节2021-2027年中国婴儿护肤品行业市场预测分析

- 一、中国婴儿护肤品季节特征分析
- 二、中国婴儿护肤品产品趋势分析
- 三、中国婴儿护肤品竞争格局分析

第二节2021-2027年中国婴儿护肤品行业市场营销发展趋势

- 一、展望中国婴儿护肤品营销未来
- 二、未来婴儿护肤品营销模式发展趋势

第三节2021-2027年中国婴儿护肤品行业发展前景预测

- 一、中国婴儿护肤品市场供需预测分析
- 二、中国婴儿护肤品进出口贸易预测分析
- 三、中国婴儿护肤品盈利预测分析

第四部分投资策略

第十四章2021-2027年婴儿护肤品行业投资价值与投资策略分析

第一节2019年中国婴儿护肤品投资环境分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节2021-2027年中国婴儿护肤品行业投资价值分析

一、婴儿护肤品行业投资热点研究

二、婴儿护肤品行业投资盈利空间预测

三、婴儿护肤品区域投资潜力分析

四、投资价值综合分析

第四节2021-2027年中国婴儿护肤品行业投资风险分析

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

第五节2021-2027年中国婴儿护肤品行业投资策略分析

一、市场定位

二、重点区域

第六节研究结论与建议

一、结论

二、建议

图表目录：

图表：2015-2019年全球化妆品行业的专利申请量变化情况

图表：2015-2019年我国化妆品企业专利申请量的变化情况

图表：2015-2019年我国不同功效化妆品专利申请量的变化情况

图表：2019年中国不同年龄段人口数量

图表：2019年中国婴幼儿数量情况

图表：2019年婴儿面霜市场口碑排行榜

图表：2019年婴儿面霜市场销售排行榜

图表：2019年婴儿洗发水市场口碑排行榜

图表：2019年婴儿洗发水市场销售排行榜
图表：2019年婴儿沐浴露市场销售排行榜
图表：2019年婴儿爽身粉市场使用排行榜
图表：2019年婴儿面霜市场使用排行榜
图表：2019年婴儿面霜市场销售排行榜
图表：2019年婴儿苏敏软膏市场销售排行榜
图表：2019年婴儿润肤露市场销售排行榜
图表：中国近几年化妆品进出口数量情况
图表：中国近几年化妆品进出口金额情况
图表：2019年我国化妆品出口主要国际情况
图表：2019年中国化妆品进口主要国家情况
图表：2015-2019年中国化妆品网购交易市场规模及预测
图表：中国化妆品B2C站点日均独立访问用户数
图表：化妆品线上销售渠道细分
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/238565.html>