

2008年中国婴儿用品行业市场分 析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2008年中国婴儿用品行业市场分析及投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/200806/20-3253.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007年中国婴儿用品行业发展宏观环境分析

一、国际人口生育状况

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

二、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
- (四) 2007年中国新生婴儿将达到2000万

三、中国人口结构情况

- (一) 2006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

四、计划生育政策发展形势

- (一) 计划生育上海少生近半数人
- (二) 广州鼓励独生子女生两小孩
- (三) 河南不享受独生子女夫妇生二胎政策

五、中国居民收入情况

- (一) 2007年中国居民收入总体情况
- (二) 城镇居民收入分配状况
- (三) 农村居民收入分配状况
- (四) 地区间居民收入分配状况

六、2007年“婴儿潮”的影响

- (一) 对社会的影响
- (二) 对经济的影响
- (三) 对企业的影响

第二章 2007年中国外婴儿用品行业发展研究及市场分析

一、国际婴儿用品市场分析

(一) 美国婴儿用品市场进入寒冰时代

(二) 中东婴儿用品市场分析

(三) 浅析欧盟婴儿护理用品市场

二、中国婴儿用品行业现状

(一) 中国婴儿用品产业发展现状

(二) 浅析婴儿用品行业状况及市场环境

(三) 婴儿用品行业所处阶段及其特性

三、婴儿用品市场概况

(一) 婴儿用品市场解析

(二) 中国婴儿用品市场基本状况

(三) 婴儿用品市场更趋成熟

(四) 婴儿用品市场潜力巨大

四、部分城市婴儿用品市场分析

(一) 北京婴儿用品市场上演价格战

(二) 成都市婴儿用品市场广阔

(三) 临沂市婴儿用品市场发展迅速

五、婴儿用品消费者购买行为分析

(一) 婴儿用品消费者特点

(二) 婴儿用品消费者购买行为的共性分析

(三) 对婴儿用品经营的启发

六、婴儿用品终端市场营销分析

(一) 婴儿用品的不同销售模式

(二) 婴儿用品店的五大误区

(三) 婴儿用品店生存法则

(四) 婴儿用品店必须转守为攻

第三章 2007年中国婴儿奶粉行业发展分析

一、婴儿奶粉行业现状

(一) 婴儿奶粉行业事故频发

(二) 婴儿奶粉行业将出现高端混战

(三) 促进婴儿脑部发育奶粉成行业研究热点

二、婴儿奶粉市场概况

- (一) 中国高档婴儿奶粉市场空间大
- (二) 中国高档婴儿配方奶粉市场还有上升空间
- (三) 消费者青睐洋品牌婴儿奶粉

三、中外企业竞争格局

- (一) 中国婴儿奶粉市场格局初步形成
- (二) 高端婴儿奶粉市场酝酿变局
- (三) 中国婴儿乳品市场上演土洋品牌之争

四、本土企业竞争策略分析

- (一) 国产品牌的机会在细分市场
- (二) 本土企业应着力提升服务水平
- (三) 合资不是婴儿奶粉企业的万能药方
- (四) 中国企业竞争力及竞争策略分析

五、婴儿奶粉营销分析

- (一) 婴儿奶粉企业打起营销模式战
- (二) 数据库营销系统在婴儿奶粉企业中的应用
- (三) 4P组合在婴儿奶粉行业的应用状况

六、婴儿奶粉行业存在的问题

- (一) 浅析婴儿奶粉行业的四大乱象
- (二) 婴儿奶粉的质量令人忧
- (三) 婴儿奶粉营养素问题有待解决

第四章 2007年中国婴儿纸尿裤市场发展分析

一、概述

- (一) 定义及结构设计
- (二) 不同品牌纸尿裤的特点
- (三) 纸尿裤和纸尿片的主要区别

二、市场发展态势

- (一) 中国纸尿裤市场进入高速增长期
- (二) 小纸尿裤蕴含大市场
- (三) 金佰利看好中国纸尿裤市场
- (四) 全球婴儿纸尿裤市场展望

三、纸尿裤的质量问题

- (一) 纸尿裤质量连年下滑
- (二) 纸尿裤的三项指标不合格
- (三) 造成纸尿裤出现质量问题的原因

第五章 2007年中国其它婴儿用品市场发展态势

一、奶瓶

- (一) 新型电子显温奶瓶市场综述
- (二) 广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位
- (三) 南京市场奶瓶质量良莠不齐
- (四) 义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场

二、童车市场

- (一) 欧洲童车市场注重品质
- (二) 平湖童车企业合力进军国际市场
- (三) 童车的发展呈现三大趋向
- (四) 婴儿推车的设计特点及分类选择
- (五) 婴儿学步车的利弊辨析

三、婴儿食品

- (一) 婴儿的营养需求
- (二) 婴儿辅助食品市场有金可挖
- (三) 婴儿营养食品蛋白质含量偏高
- (四) 婴儿食品市场发展前景广大

四、其他类

- (一) 婴儿浴室市场空间大
- (二) 婴儿泳疗介绍
- (三) 婴儿枕头的学问
- (四) 婴儿纪念品市场前景好

第六章 2007-2008年中国婴儿用品行业市场竞争态势分析

一、中国婴儿用品行业国际竞争力分析

- (一) 国际竞争力分析
- (二) 国家产业政策分析
- (三) 竞争优、劣势分析

(四) 行业竞争现状SCP(结构、行为、绩效)分析与评价

二、中国婴儿用品行业竞争格局分析

(一) 市场竞争分析

- 1、婴儿用品消费观念薄弱
- 2、婴儿用品成为经销商的一块鸡肋
- 3、强势品牌统邻市场 弱势品牌无力争锋
- 4、假货充斥婴儿用品市场

(二) 行业竞争结构

三、国内主要区域竞争形势预测

(一) 区域之间竞争分析

(二) 区域与企业发展潜力

四、2007-2008年中国婴儿用品行业竞争态势预测

第七章 国外重点企业优势运营分析

一、美赞臣

(一) 企业基本概况

(二) 美赞臣推出全新品牌策略

(三) 美赞臣用服务铸造品牌

二、多美滋

(一) 企业基本概况

(二) 多美滋加大对华投资

(三) 多美滋成纽米克中国市场主打品牌

三、雀巢

(一) 企业基本概况

(二) 雀巢调整策略加快进军国际市场步伐

(三) 雀巢成长奶粉再度出手中国

四、强生

(一) 企业基本概况

(二) 解析强生婴儿沐浴露的越位现象

(三) 解析强生公司网络营销策略

五、宝洁

(一) 企业基本概况

- (二) 帮宝适纸尿裤的历史
- (三) 宝洁加强帮宝适和佳洁士两大品牌

六、金佰利

- (一) 企业基本概况
- (二) 金佰利掘金中国“婴儿潮”
- (三) 金佰利看好中国市场

第八章 中国重点企业优势运营分析

一、伊利股份

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年伊利股份经营状况
- (三) 伊利奶粉营养不断寻求突破
- (四) 伊利新配方奶粉开创补钙新途径

二、贝因美

- (一) 企业基本概况
- (二) 贝因美与跨国巨头的竞争策略
- (三) 解析贝因美的娱乐营销
- (四) 贝因美婴儿奶粉利用差异化营销抢占市场

三、三鹿

- (一) 企业基本概况
- (二) 三鹿酸奶发展战略探析
- (三) 三鹿进军高端婴儿奶粉市场
- (四) 三鹿借外力加速全国区域化布局

四、雅士利

- (一) 企业基本概况
- (二) 雅士利全力做好高品质的售后服务
- (三) 雅士利以质量打造品牌
- (四) 解析雅士利优怡系列的成功之道

五、好孩子

- (一) 企业基本概况
- (二) 好孩子集团进军儿童零售业引来众多关注
- (三) 好孩子集团以移动商务优化服务水平

(四) 好孩子童车品牌打价值成就隐形冠军

六、恒安集团

(一) 企业基本概况

(二) 恒安集团打造生活用纸品牌

(三) 恒安集团架构全国性的ERP管理系统

(四) 恒安集团竞争策略中的三要素

七、立志美丽

(一) 企业基本概况

(二) 宝宝金水实现民族品牌的市场突围

(三) 宝宝金水的个性化市场策略

(四) 宝宝金水品牌延伸的失误

第九章 2008-2010年中国婴儿用品行业发展趋势与前景分析

一、婴儿用品及经营方式发展趋势

(一) 婴儿用品呈现四大发展趋势

(二) 安全成为婴儿服装的成为流行趋势

(三) 婴儿用品经营方式发展趋势

二、婴儿用品行业前景预测

(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

第十章 2008-2010年中国婴儿用品行业投资规划指引

一、2008-2010年婴儿用品行业投资环境分析

二、2008-2010年婴儿用品行业投资潜力分析

三、2008-2010年婴儿用品行业投资吸引力分析

(一) 行业成长潜力

(二) 行业的竞争力量变动趋势

四、行业盈利水平分析

(一) 行业盈利驱动因素带来的影响

(二) 主要企业在行业中的竞争地位

(三) 企业实力变动趋势

(四) 企业成功同核心竞争力的匹配程度

五、2008-2010年婴儿用品行业投资机会与风险预警

(一) 投资机会分析

(二) 投资风险预警

1、政策风险

2、经营风险

3、技术风险

4、进入退出风险

六、投资策略与建议

第十一章 相关政策法规解读

一、政策解读

(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

二、相关法规介绍

(一) 婴儿配方乳粉生产许可证审查细则(2006版)

(二) GB10765-1989婴儿食品婴儿配方乳粉I

(三) GB10766-1989婴儿食品婴儿配方乳粉II

(四) 婴儿学步车安全要求(最新版)

(五) 纸尿裤/片/垫行业标准

图表目录(部分):

图表1 全国各省市人口出生率及人口数

图表2 2000-2007年全国各省市生育率

图表3 2000-2007年中国人口变化情况

图表4 日本历年来出生人口数和总和生育率

图表5 美国历年来出生人口数和总和生育率

图表6 中国三次出生高峰和历年总和生育率

图表7 2007年中国人口主要构成情况

图表8 1990年中国年龄金字塔结构

- 图表9 中国不同年份年龄结构指标
- 图表10 “婴儿潮”对企业HR管理的各种影响比例分布
- 图表11 企业执行国家女员工福利及产假政策力度比例情况
- 图表12 怀孕的员工或家属的表现让HR“头痛”所占比例情况
- 图表13 企业给男员工放“产假”的比例情况
- 图表14 企业员工计划生“猪宝宝”的比例情况
- 图表15 企业对“婴儿潮”采取了应对措施的比例情况
- 图表16 企业应对“婴儿潮”的措施有效程度的比例情况
- 图表17 企业对员工生育的福利政策不同描述的认可比例
- 图表18 企业招聘时对生育问题执行不同原则情况
- 图表19 2006年欧盟国家婴儿护理用品销售额
- 图表20 1992-2006年欧盟国家新生儿人数
- 图表21 2006年欧盟国家婴儿护理用品零售渠道构成
- 图表22 1992-2006年欧盟国家婴儿护理用品销售值
- 图表23 2006年欧盟国家婴儿护理用品分类市场比重
- 图表24 1992-2006年欧盟国家婴儿护理用品分类销售值变化情况
- 图表25 婴儿用品专卖店和超市优劣势比较
- 图表26 消费者购买婴儿用品的规律
- 图表27 影响消费者购买婴儿奶粉习惯的因素
- 图表28 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29 2007年伊利股份主要财务数据
- 图表30 2007年伊利股份非经常性损益项目和金额
- 图表31 2004-2007年伊利股份主要会计数据和财务指标
- 图表32 2007年伊利股份主要控股公司及参股公司经营情况
- 图表33 2007年伊利股份主营业务分行业、产品情况表
- 图表34 2007年伊利股份主营业务分地区情况
- 图表35 2007年伊利股份主要会计数据及财务指标
- 图表36 2007年伊利股份非经常性损益项目和金额
- 图表37 企业生产婴儿配方乳粉产品必备的生产设备
- 图表38 婴儿配方乳粉的产品标准及相关规定
- 图表39 婴儿配方乳粉产品的原辅材料标准
- 图表40 企业必备的出厂检验设备

- 图表41 婴儿配方乳粉质量检验项目表
- 图表42 婴儿配方乳粉I感官指标要求及各级产品应得感官评分
- 图表43 婴儿配方乳粉I产品的理化指标要求
- 图表44 婴儿配方乳粉I产品的理化指标要求（续）
- 图表45 婴儿配方乳粉I产品的卫生要求
- 图表46 婴儿配方乳粉I感官要求与评分
- 图表47 仪器中各元素应达到的条件
- 图表48 婴儿配方乳粉产品的感官指标要求
- 图表49 产品的感官按百分制评分。各级产品应得的感官评分表
- 图表50 婴儿配方乳粉产品的理化指标
- 图表51 婴儿配方乳粉产品的理化指标续表
- 图表52 婴儿配方乳粉产品的卫生指标要求
- 图表53 植物油的一般技术要求
- 图表54 植物油感官评分标准表
- 图表55 仪器各元素应达到的条件
- 图表56 婴儿学步车结构图例
- 图表57 外露突出物测试回柱棒
- 图表58 学步车材料中特定可迁移元素的最大限量
- 图表59 各元素分析校正系数
- 图表60 座位高度测试
- 图表61 头部及手指撞伤测试
- 图表62 静态稳定性测试
- 图表63 2008-2010年我国婴儿用品行业产能预测
- 图表64 2008-2010年我国婴儿用品行业消费量预测
- 图表65 2008-2010年我国婴儿用品行业市场前景预测
- 图表66 2008-2010年我国婴儿用品行业市场价格走势预测
- 图表67 2008-2010年我国婴儿用品行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/200806/20-3253.html>