

2012-2017年中国婴幼儿洗 护用品市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2017年中国婴幼儿洗护用品市场分析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.bosidata.com/rihua1306/V35043GQZW.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-06-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2017年中国婴幼儿洗护用品市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了婴幼儿洗护用品行业相关概述、中国婴幼儿洗护用品产业运行环境、分析了婴幼儿洗护用品行业的现状、中国婴幼儿洗护用品行业竞争格局、对中国婴幼儿洗护用品行业做了重点企业经营状况分析及中国婴幼儿洗护用品产业发展前景与投资预测。您若想对婴幼儿洗护用品产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿洗护用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业发展综述

第一节 婴幼儿洗护用品行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、主要产品大类

第二节 婴幼儿洗护用品行业发展分析

第二章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业产业链解析

第一节 婴幼儿洗护用品行业产业链描述

第二节 婴幼儿洗护用品行业上游产业供应链解析

一、上游细分行业供给与价格关系

(1) 天然油脂原料市场供给与发展趋势分析

(2) 合成油脂原料市场供给与发展趋势分析

(3) 粉质原料市场供给与发展趋势分析

(4) 胶质原料市场供给与发展趋势分析

(5) 植物提取物市场供给与价格走势

(6) 婴幼儿洗护用品包装行业

二、婴幼儿洗护用品行业成本结构与比重

(1) 成本结构构成分析

(2) 用工成本分析

(3) 营销成本分析

(4) 成本上涨对行业的影响

(5) 消化成本压力的途径与方法

第三节 婴幼儿洗护用品行业下游产业流通链解析

一、传统零售业发展现状与需求

(1) 传统零售业发展现状

(2) 婴幼儿洗护用品综合零售渠道需求

二、电子商务发展现状与需求

(1) 电子商务行业发展现状

(2) 婴幼儿洗护用品电子商务渠道需求

第三章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业细分产品市场分析

第一节 细分产品市场供需及趋势分析

一、洗浴用品市场供需及趋势

(1) 婴幼儿洗发产品市场供需及趋势

1) 婴幼儿洗发产品市场需求

2) 婴幼儿洗发产品主要品牌及企业

3) 婴幼儿洗发产品购买决策与购买行为

4) 婴幼儿洗发产品营销特征与针对性

5) 婴幼儿洗发产品市场趋势与前景

(2) 婴幼儿沐浴产品市场供需及趋势

1) 婴幼儿沐浴产品市场需求

2) 婴幼儿沐浴产品主要品牌及企业

3) 婴幼儿沐浴产品购买决策与购买行为

4) 婴幼儿沐浴产品市场趋势与前景

(3) 婴幼儿沐浴工具市场供需及趋势

1) 婴幼儿浴盆/浴床市场需求

2) 婴幼儿浴盆/浴床主要品牌及企业

3) 婴幼儿浴盆/浴床购买决策与购买行为

4) 婴幼儿浴盆/浴床市场趋势与前景

二、洗涤用品市场供需及趋势

(1) 婴幼儿洗衣液市场供需及趋势

1) 婴幼儿洗衣液市场需求

2) 婴幼儿洗衣液主要品牌及企业

3) 婴幼儿洗衣液购买决策与购买行为

4) 婴幼儿洗衣液市场趋势与前景

(2) 婴幼儿皂市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿皂主要品牌及企业
- 2) 婴幼儿皂购买决策与购买行为
- 3) 婴幼儿皂市场趋势与前景

三、护肤用品市场供需及趋势

(1) 婴幼儿润肤霜(油)市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿润肤霜(油)市场需求
- 2) 婴幼儿润肤霜(油)主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿润肤霜(油)购买决策与购买行为
- 4) 婴幼儿润肤霜(油)市场趋势与前景

(2) 婴幼儿防晒霜市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿防晒霜市场需求
- 2) 婴幼儿防晒霜主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿防晒霜市场趋势与前景

(3) 婴幼儿按摩油市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿按摩油市场需求
- 2) 婴幼儿按摩油主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿按摩油市场趋势与前景

四、特效用品市场供需及趋势

(1) 婴幼儿爽身粉市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿爽身粉市场需求
- 2) 婴幼儿爽身粉主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿爽身粉购买决策与购买行为
- 4) 婴幼儿爽身粉营销特征与针对性
- 5) 婴幼儿爽身粉市场趋势与前景

(2) 婴幼儿护臀(唇)膏市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿护臀(唇)膏市场需求
- 2) 婴幼儿护臀(唇)膏主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿护臀(唇)膏购买决策与购买行为
- 4) 婴幼儿护臀(唇)膏营销特征与针对性
- 5) 婴幼儿护臀(唇)膏市场趋势与前景

(3) 婴幼儿防蚊水市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿防蚊水市场需求
- 2) 婴幼儿防蚊水主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿防蚊水营销特征与针对性
- 4) 婴幼儿防蚊水市场趋势与前景

五、防尿用品市场供需及趋势

(1) 婴幼儿纸尿裤市场供需及趋势

- 1) 婴幼儿纸尿裤市场需求
- 2) 婴幼儿纸尿裤主要品牌及企业
- 3) 婴幼儿纸尿裤购买决策与购买行为
- 4) 婴幼儿纸尿裤营销特征与针对性
- 5) 婴幼儿纸尿裤市场趋势与前景

第二节 婴幼儿洗护用品产业链延伸

一、延伸至养生保健品市场

二、延伸至婴幼儿童医疗市场

第四章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业发展与竞争关系

第一节 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系

- 一、国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系
- 二、国际跨国公司在中国的竞争策略分析
- 三、国际婴幼儿洗护用品品牌调研及在华投资

(1) 强生

- 1) 品牌形象
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

(2) 宝洁

- 1) 品牌形象
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

(3) 雅漾

- 1) 品牌形象

- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

(4) 婴姿坊

- 1) 品牌形象
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

(5) B&B

- 1) 品牌形象
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

(6) 贝亲

- 1) 品牌形象
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- 4) 企业投资与渠道建设情况

第二节 国内婴幼儿洗护用品市场发展及竞争关系

一、婴幼儿洗护用品市场发展需求

二、婴幼儿洗护用品竞争格局

(1) 中外品牌竞争格局

(2) 国内品牌竞争力

三、国内婴幼儿洗护用品品牌调研

(1) 宝宝金水

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(2) 孩儿面

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(3) 郁美净

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(4) 暖呵

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(5) 六神

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(6) 全因爱

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

第五章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业消费需求调研

第一节 婴幼儿洗护用品需求背景

一、人口结构变迁与“婴儿潮”红利

- (1) 我国婴幼儿占总人口比重变化趋势
- (2) 我国人口结构变化特征
- (3) 中国儿童消费群体成长情况

二、家庭消费生命周期与消费特征分析

- (1) 家庭消费生命周期界定
- (2) 不同家庭消费生命周期的消费特征

第二节 婴幼儿洗护用品需求空间分析

一、城市婴幼儿消费规模

二、城市婴幼儿消费结构

三、农村婴幼儿消费规模

四、农村婴幼儿消费结构

五、婴幼儿洗护用品需求空间分析

第三节 婴幼儿洗护用品消费需求调研

- 一、婴幼儿洗护用品消费层次
- 二、婴幼儿洗护用品消费承受能力
- 三、婴幼儿洗护用品消费质量要求
- 四、婴幼儿洗护用品品牌忠诚度

第六章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品销售渠道与发展策略

第一节 婴幼儿洗护用品销售渠道

- 一、婴幼儿洗护用品销售渠道发展
- 二、国外婴幼儿洗护用品进入渠道

- (1) 直营销销售渠道
- (2) 大型综合连锁卖场
- (3) 超商大卖场
- (4) 品牌专卖店

- 三、国内婴幼儿洗护用品销售渠道

- (1) 加盟连锁销售渠道
- (2) 会员配送销售渠道
- (3) 电子商务销售渠道
- (4) 婴幼儿用品专营店
- (5) 批发市场销售渠道

- 四、婴幼儿洗护用品销售渠道发展趋势

第二节 婴幼儿洗护用品营销策略及形式

- 一、婴幼儿洗护用品营销策略形式

- (1) 形象营销策略
- (2) 概念营销策略
- (3) 品牌营销策略
- (4) 文化营销策略
- (5) 情感营销策略

- 二、婴幼儿洗护用品广告营销策略

第七章 2011-2012年中国婴幼儿洗护用品行业主要企业生产经营分析

第一节 婴幼儿洗护用品企业发展总体状况分析

一、婴幼儿洗护用品行业企业规模

二、婴幼儿洗护用品行业工业产值状况

三、婴幼儿洗护用品行业销售收入和利润

第二节 婴幼儿洗护用品行业领先企业个案分析

一、江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

二、强生（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

三、宝洁（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

四、浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

五、汕头市金发妇幼用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

第八章 2012-2017年中国婴幼儿洗护用品行业发展趋势分析与预测

第一节 婴幼儿洗护用品市场趋势与前景

一、中国婴幼儿洗护用品市场发展趋势

- (1) 婴幼儿洗护用品需求稳步增长
- (2) 婴幼儿洗护用品原材料趋于天然化
- (3) 网络成为婴幼儿产品重要的宣传销售渠道
- (4) 内地三、四级城市市场成为争夺焦点
- (5) 产品品种趋于多元化和系列化
- (6) 对非必需的婴幼儿洗护用品需求日趋增大
- (7) 产业资源逐渐向零售商手中集中
- (8) 行业市场进一步细分
- (9) 行业零售业态多元化

二、中国婴幼儿洗护用品市场前景预测

- (1) 婴幼儿洗护用品发展空间巨大
- (2) 婴幼儿洗护用品市场前景广阔
- (3) 小城市未来的购买力不容忽视

第二节 婴幼儿洗护用品行业投资风险

一、市场供需风险

二、经营管理风险

三、财务成本风险

四、其他风险

第三节 汇总分析

一、对行业发展形势的总体判断

二、发展战略及市场策略分析

图表目录摘要：

Figure 1 2011年季度国内生产总值

Figure 2 2001-2010年国内生产总值增长率

Figure 3 社会消费品零售总额

Figure 4 2011年1-11月中国居民消费价格指数同比

Figure 5 2011年1-11月全国居民消费价格涨跌幅

Figure 6 2011年12月份规模以上工业生产主要数据

Figure 7 规模以上工业增加值增速（%）

Figure 8 东、中、西部规模以上工业增加值增速（%）

Figure 9 2011年1-12月我国发电量

Figure 10 2011年1-12月我国钢材产量

Figure 11 2011年1-12月我国水泥产量

Figure 13 2011年1-12月十种有色金属产量

Figure 14 2011年1-12月我国乙烯产量

Figure 15 2011年1-12月我国汽车产量

Figure 16 2011年1-12月我国轿车产量

Figure 17 2011年2-12月房地产开发投资情况

Figure 18 2011年房地产开发投资完成额情况

Figure 19 2011年1-11月中国制造业PMI指数

Figure 20 2011年11月份制造业PMI指标（%）

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营收入走势图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司负债情况图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司负债指标走势图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司成长能力指标走势图

图表：强生（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：强生（中国）有限公司经营收入走势图

图表：强生（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：强生（中国）有限公司负债情况图

图表：强生（中国）有限公司负债指标走势图

图表：强生（中国）有限公司运营能力指标走势图
图表：强生（中国）有限公司成长能力指标走势图
图表：宝洁（中国）有限公司主要经济指标走势图
图表：宝洁（中国）有限公司经营收入走势图
图表：宝洁（中国）有限公司盈利指标走势图
图表：宝洁（中国）有限公司负债情况图
图表：宝洁（中国）有限公司负债指标走势图
图表：宝洁（中国）有限公司运营能力指标走势图
图表：宝洁（中国）有限公司成长能力指标走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司主要经济指标走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司经营收入走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利指标走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债情况图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债指标走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力指标走势图
图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司成长能力指标走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司主要经济指标走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司经营收入走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司盈利指标走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司负债情况图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司负债指标走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司运营能力指标走势图
图表：汕头市金发妇幼用品有限公司成长能力指标走势图
图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1306/V35043GQZW.html>