

中国婴儿用品行业需求预测及投资盈利分析报告2023-2030年

产品名称	中国婴儿用品行业需求预测及投资盈利分析报告 2023-2030年
公司名称	鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址）
联系电话	010-84825791 15910976912

产品详情

中国婴儿用品行业需求预测及投资盈利分析报告2023-2030年

【全新修订】：2023年6月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

章 中国婴儿用品行业发展环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国际宏观经济表现

1.1.2 中国宏观经济概况

1.1.3 中国工业运行情况

1.1.4 中国对外经济分析

1.1.5 中国宏观经济展望

1.2 社会环境

1.2.1 居民收入水平

1.2.2 社会消费规模

1.2.3 居民消费水平

1.2.4 消费市场特征

1.3 人口环境

1.3.1 中国总人口状况

1.3.2 新生儿人口规模

1.3.3 新生儿人口构成

1.3.4 城镇化人口走势

1.4 政策环境

1.4.1 全面放开二孩政策

1.4.2 婴幼儿奶粉相关政策

1.4.3 婴幼儿辅食审查政策

1.4.4 婴儿纺织品技术规范

1.4.5 儿童玩具标准相关政策

1.5 技术环境

1.5.1 大数据技术

1.5.2 人工智能技术

1.5.3 ***技术

1.5.4 移动支付技术

第二章 2021-2023年婴儿用品行业发展分析

2.1 全球婴儿用品行业分析

2.1.1 全球婴儿用品行业发展态势

2.1.2 全球母婴用品零售商发展情况

2.1.3 美国婴儿用品市场发展状况

2.1.4 韩国婴儿用品市场发展状况

2.2 中国母婴市场发展分析

2.2.1 消费市场规模分析

2.2.2 市场消费品类分析

2.2.3 市场渠道发展分析

2.2.4 连锁市场主体分析

2.2.5 实体店发展状况分析

2.2.6 母婴行业上市公司汇总

2.3 中国婴儿用品市场发展综况

2.3.1 婴儿用品行业周期

2.3.2 婴儿用品经营模式

2.3.3 婴儿用品销售渠道

2.3.4 婴童用品市场增长状况

2.3.5 婴儿用品市场高端化趋势

2.4 中国婴童消费市场特点分析

2.4.1 婴童消费支出占比

2.4.2 婴童消费结构分布

2.4.3 婴童消费主体特点

2.5 婴儿用品行业营销分析

2.5.1 婴儿用品营销要素

2.5.2 O2O模式营销策略

2.5.3 连锁店营销策略

第三章 2021-2023年中国婴儿奶粉市场发展分析

3.1 中国婴幼儿奶粉行业发展综况

3.1.1 行业发展状况

3.1.2 市场规模状况

3.1.3 市场需求情况

3.1.4 产量规模状况

3.1.5 竞争格局分析

3.1.6 市场价格走势

3.1.7 进口市场概述

3.1.8 生产企业监管

3.2 中国有机婴幼儿奶粉行业发展分析

3.2.1 行业相关概念

3.2.2 行业发展历程

3.2.3 市场发展现状

3.2.4 品牌现状分析

3.2.5 市场影响因素

3.3 中国婴幼儿奶粉质量安全现状及治理

3.3.1 质量安全现状及影响因素

3.3.2 质量安全问题产生的原因

3.3.3 质量安全质量治理及评价

3.4 中国婴幼儿奶粉行业发展问题及策略分析

3.4.1 行业发展面临问题

3.4.2 行业发展制约因素

3.4.3 品牌营销问题分析

3.4.4 品牌营销策略策略

3.4.5 行业发展相关建议

3.4.6 市场竞争力**对策

第四章 2021-2023年中国婴儿纸尿裤市场发展分析

4.1 中国婴儿纸尿裤市场发展综况

4.1.1 市场成本分析

4.1.2 市场渠道分析

4.1.3 市场竞争状况

4.1.4 市场品牌分析

4.2 中国婴儿纸尿裤市场消费分析

4.2.1 消费渗透率状况

4.2.2 销售规模分析

4.2.3 消费特点分析

4.2.4 区域消费情况

4.3 中国婴儿纸尿裤消费者行为分析

4.3.1 消费者网络搜索行为

4.3.2 消费者行为影响因素

4.4 中国婴儿纸尿裤市场不利因素分析

4.4.1 国外品牌

4.4.2 价格战

4.4.3 假冒伪劣

4.5 中国婴儿纸尿裤市场发展展望

4.5.1 市场发展机遇

4.5.2 市场发展空间

4.5.3 产品发展趋势

第五章 2021-2023年其它婴儿用品市场分析

5.1 童装行业

5.1.1 产业生命周期

5.1.2 市场规模状况

5.1.3 购买影响因素

5.1.4 出口市场状况

5.1.5 市场发展特征

5.1.6 企业运营状况

5.1.7 产业结构分析

5.1.8 行业监管政策

5.2 童车市场

5.2.1 市场零售规模

5.2.2 出口总额统计

5.2.3 成交均价范围

5.2.4 市场发展问题

5.2.5 区域市场格局

5.2.6 市场发展前景

5.3 婴儿辅食市场

5.3.1 产品结构分析

5.3.2 市场发展规模

5.3.3 消费市场研究

5.3.4 市场品牌研究

5.3.5 消费者行为研究

5.3.6 市场监管细则

5.3.7 营销策略分析

5.4 玩具市场

5.4.1 市场规模分析

5.4.2 市场销售情况

5.4.3 市场经济效益

5.4.4 市场外贸状况

5.4.5 市场需求分析

5.4.6 市场消费行为

5.4.7 销售渠道分析

5.5 其他细分市场

5.5.1 婴儿洗护用品

5.5.2 婴幼儿湿巾产品

5.5.3 婴儿喂养产品

5.5.4 婴童安全座椅

5.5.5 婴童家具市场

第六章 2021-2023年婴儿用品电商发展分析

6.1 互联网母婴行业发展分析

6.1.1 互联网应用优势

6.1.2 市场发展历程

6.1.3 产业图谱分析

6.1.4 用户活跃度分析

6.1.5 平台用户周期分析

6.1.6 细分领域用户规模

6.1.7 主要变现模式分析

6.1.8 行业发展态势

6.2 婴儿用品电商发展综况

6.2.1 婴儿用品电商产业链

6.2.2 婴儿用品电商生命周期

6.2.3 婴儿用品电商规模上升

6.2.4 母婴电商市场规模分析

6.2.5 移动母婴电商发展状况

6.3 母婴电商行业发展模式分析

6.3.1 综合电商平台布局模式

6.3.2 垂直母婴电商布局模式

6.3.3 母婴电商营销模式分析

6.4 婴儿用品电商平台运营案例分析

6.4.1 专属特卖平台——贝贝网

6.4.2 限时特卖平台——蜜芽

6.4.3 跨境平台——宝贝格子

6.4.4 国际买手街——唯一优品

6.4.5 多渠道平台——乐友孕婴童

6.4.6 社会化营销平台——宝宝树

第七章 2021-2023年国外重点企业经营状况分析

7.1 达能集团

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 2021年企业经营状况分析

7.1.3 2022年企业经营状况分析

7.1.4 2023年企业经营状况分析

7.2 宝洁

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 2021财年企业经营状况分析

7.2.3 2022财年企业经营状况分析

7.2.4 2023财年企业经营状况分析

7.3 金佰利

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 生产基地建设

7.3.3 2021年企业经营状况分析

7.3.4 2022年企业经营状况分析

7.3.5 2023年企业经营状况分析

7.4 强生

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 2021财年企业经营状况分析

7.4.3 2022财年企业经营状况分析

7.4.4 2023财年企业经营状况分析

第八章 2020-2023年国内重点企业分析

8.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 经营效益分析

8.1.3 业务经营分析

8.1.4 财务状况分析

8.1.5 核心竞争力分析

8.1.6 公司发展战略

8.1.7 未来前景展望

8.2 贝因美婴童食品股份有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 核心竞争力分析

8.2.6 公司发展战略

8.2.7 未来前景展望

8.3 雅士利国际集团有限公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 2021年企业经营状况分析

8.3.3 2022年企业经营状况分析

8.3.4 2023年企业经营状况分析

8.4 好孩子国际控股有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 2021年企业经营状况分析

8.4.3 2022年企业经营状况分析

8.4.4 2023年企业经营状况分析

8.5 恒安国际集团有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 2021年企业经营状况分析

8.5.3 2022年企业经营状况分析

8.5.4 2023年企业经营状况分析

8.6 上海爱婴室商务服务股份有限公司

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 经营效益分析

8.6.3 财务状况分析

8.6.4 核心竞争力分析

第九章 婴儿用品行业发展前景预测

9.1 中国婴儿用品行业前景展望

9.1.1 婴儿用品市场需求空间广阔

9.1.2 婴儿用品新兴品类发展机遇

9.1.3 母婴童消费品品类结构预测

9.1.4 母婴市场渠道占比结构预测

9.2 婴儿用品细分行业发展前景及趋势

9.2.1 婴儿奶粉市场发展方向分析

9.2.2 婴儿纸尿裤向移动电商渗透

9.2.3 我国童装市场发展趋势分析

9.2.4 婴儿洗护用品发展前景分析

9.3 婴儿用品厂商发展布局方向

9.3.1 产品生态布局方向

9.3.2 微信生态布局方向

9.3.3 新零售发展布局方向

9.3.4 生态布局建设的关键

9.4 2023-2030年中国婴儿用品行业预测分析

9.4.1 2023-2030年中国婴儿用品行业影响因素分析

9.4.2 2023-2030年中国母婴用品市场规模预测

9.4.3 2023-2030年中国婴幼儿奶粉市场规模预测

9.4.4 2023-2030年中国婴儿纸尿裤市场规模预测

图表目录

图表1 全球主要经济体PMI指标

图表2 全球主要经济体贸易进出口额

图表3 全球主要经济体汇率

图表4 2019-2022年国内生产总值增长速度（季度同比）

图表5 2017-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表6 2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表7 2018年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表8 2018年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表9 2018年与2017年居民人均可支配收入平均数与中位数对比

图表10 2018年全国居民人均消费支出及其构成

图表11 2019年居民人均消费支出及构成

图表12 2018年年末人口数量及构成

图表13 2011-2029年中国总人口变化及目标

图表14 2000-2018年中国出生人口数量

图表15 2011-2018年中国出生率情况

图表16 2010-2018年中国婴幼儿人口结构

图表17 二孩政策推出以来人口出生情况

图表18 1998-2018年中国常住人口城镇人口增加数量及城镇化率

图表19 2005-2018年中国城市常住人口增长情况

图表20 2013-2018年奶粉相关政策汇总

图表21 2018年移动支付工具应用内及调用活跃人数

图表22 2014-2017年国外上市母婴企业收入规模

图表23 2014-2017年国外上市母婴企业收入规模表

图表24 国外母婴连锁简介

图表25 2012-2020年中国母婴童消费市场规模及增速

图表26 中国母婴童市场商品及服务消费品类

图表27 母婴渠道产业链

图表28 母婴商品线下各渠道市场份额及预测

图表29 母婴商品不同线下渠道优劣势对比

图表30 2018年母婴商品线上各渠道市场份额

图表31 2018中国B2C电商平台母婴类市场格局

图表32 国内母婴连锁公司简介

图表33 国内母婴连锁公司门店分布情况

图表34 海外上市母婴连锁企业简介

图表35 2014-2017年海外上市母婴连锁营收

图表36 2014-2017年海外上市母婴连锁净利润

图表37 2018年母婴实体店整体消费走势

图表38 2018年母婴实体店单价走势

图表39 2018年母婴实体店行业连带率走势

图表40 2018年母婴实体店品类销售额占比

图表41 2018年母婴实体店品类平均售价

图表42 母婴行业新三板公司汇总

图表43 母婴行业A股公司

图表44 2018年一线城市婴童消费年均支出

图表45 2018年母婴产品月开销占比与家庭月开销水平关系

图表46 不同年龄段婴儿家庭的月均育儿支出

图表47 2018年儿童消费结构分布

图表48 2018年母婴用户的学历分布

图表49 不同年龄段妈妈的月均育儿支出

图表50 2018年母婴消费人群消费时关注要素

图表51 2013-2018年中国婴幼儿奶粉需求量情况

图表52 2013-2018年中国婴幼儿奶粉产量情况

图表53 婴幼儿奶粉品牌竞争力排名

图表54 婴幼儿奶粉零售价发展趋势

图表55 有机农业的发展阶段

图表56 2007-2018年每年上市的有机奶粉品牌数量

图表57 我国有机奶粉原产地

图表58 有机奶粉生产工厂地

图表59 我国有机奶粉的包装

图表60 我国有机奶粉的规格

图表61 我国有机奶粉价格分析

图表62 纸尿裤成本明细表

图表63 大卖场/连锁超市和母婴用品店是婴儿纸尿裤的两大销售渠道（销售额）

图表64 传统渠道的顺加利润拆分

图表65 现代渠道中的经销模式和直销模式顺加利润拆分

图表66 母婴渠道的顺加利润拆分

图表67 电商渠道的顺加利润拆分

图表68 九种中档纸尿裤零售价格（不含税）

图表69 纸尿裤直销和经销模式中各个环节的加价水平

图表70 不同档次的婴儿纸尿裤代表品牌

图表71 2018年纸尿裤品牌及其介绍

图表72 2018年纸尿裤品牌及其介绍（续）

图表73 主要婴儿纸尿裤生产商的市场份额（销售额）

图表74 各大纸尿裤品牌对比

图表75 中国婴儿纸尿裤产销状况分析

图表76 2014-2018年纸尿裤市场网络搜索趋势

图表77 2015-2018年纸尿裤市场热点关键词搜索

图表78 2014-2018年纸尿裤网络搜索主要区域分布

图表79 2014-2018年纸尿裤主力消费者年龄段分布

图表80 2014-2018年纸尿裤网上搜索人群性别占比

图表81 纸尿裤销售额占比

图表82 消费者购买纸尿裤首要关注因素

图表83 纸尿裤梯队与第二梯队口碑正负对比

图表84 消费者对纸尿裤的功能主要关心因素

图表85 我国童装及其他服饰的产业生命周期

图表86 童装行业市场规模（亿元）及增速（%）

图表87 童装行业市场集中度情况

图表88 婴童装品牌

图表89 购买婴童服装时各因素影响程度

图表90 2018年中国婴儿服装出口排名的省份

图表91 部分公司2018年童装销售收入

图表92 2018年全国手推车线上线下零售规模占比

图表93 2018年中国童车出口排名的省份

图表94 婴儿手推车行业主要品牌阿里渠道平均成交单价

图表95 婴儿手推车主要品牌阿里渠道成交额

图表96 婴儿手推车行业主要品牌阿里渠道各品牌成交额占比

图表97 2008-2018年中国婴幼儿辅食市场规模

图表98 婴儿“辅食”与“奶粉”的搜索指数

图表99 辅食线上市场需求分布

图表100 婴儿辅食TOP10品牌声量

图表101 婴儿辅食月均声量增幅

图表102 辅食品牌地区偏好度（TGI）

图表103 TOP10辅食来源国声量

图表104 辅食来源国月均声量对比

图表105 婴儿辅食电商平台销售量占比

图表106 辅食月均声量增幅对比

图表107 辅食种类的地区偏好度（TGI）

图表108 婴儿辅食营养元素&功能声量排名

图表109 辅食营养元素月均声量增幅

图表110 次添加辅食的时间分布

图表111 辅食每日食用频率

图表112 2018年玩具市场规模

图表113 2018年全国玩具行业累计出口额贸易国占比情况

图表114 2018年全国玩具行业累计出口额贸易国同比增长情况

图表115 2018年全国玩具行业累计出口额子行业占比情况

图表116 2018年全国玩具行业累计出口额子行业同比增长情况

图表117 2018年购买儿童玩具年度总支出

图表118 2018年购买玩具的品类选择

图表119 中国玩具行业销售渠道

图表120 婴儿护理用品市场份额占比

图表121 婴儿洗护产品的市场特性

图表122 2015-2018年儿童湿巾销售额变化情况

图表123 2018年儿童湿巾品牌销售额分布对比图

图表124 2015-2018年TOP10品牌销售额变化趋势

图表125 2018年奶瓶线上线下零售规模占比

图表126 2018年全国儿童安全座椅线上线下零售规模占比

图表127 2018年中国互联网线上**入口

图表128 2018年中国网民获取信息的途径

图表129 中国互联网母婴童行业发展历程

图表130 互联网母婴市场产业图谱

图表131 2018-2019年互联网母婴活跃人数全网渗透率变化

图表132 中国互联网母婴童平台用户生命周期

图表133 2018年移动母婴细分领域用户规模

图表134 中国互联网母婴童综合社区的商业模式

图表135 中国互联网母婴童电商平台的商业模式

图表136 婴儿用品电商生态圈

图表137 婴儿用品电商生命周期

图表138 中国母婴电商市场规模

图表139 母婴电商APP下载量

图表140 母婴电商类APP排行榜

图表141 综合电商布局母婴行业方式汇总

图表142 垂直母婴电商发展概况

图表143 贝贝网商业模式

图表144 蜜芽进口母婴平台

图表145 宝贝格子商业模式解析

图表146 唯一优品运营模式

图表147 乐友全渠道建设要点

图表148 乐友全渠道模式解析

图表149 宝宝树商业模式

图表150 2019-2020年达能集团综合收益表

图表151 2019-2020年达能集团分部资料

图表152 2019-2020年达能集团收入分地区资料

图表153 2020-2021年达能集团综合收益表

图表154 2020-2021年达能集团分部资料

图表155 2020-2021年达能集团收入分地区资料

图表156 2021-2022年达能集团分部资料

图表157 2021-2022年达能集团收入分地区资料

图表158 2019-2020财年宝洁综合收益表

图表159 2019-2020财年宝洁分部资料

图表160 2020-2021财年宝洁综合收益表

图表161 2020-2021财年宝洁分部资料

图表162 2021-2022财年宝洁综合收益表

图表163 2021-2022财年宝洁分部资料

图表164 2019-2020年金伯利克拉克公司综合收益表

图表165 2019-2020年金伯利克拉克公司分部资料

图表166 2019-2020年金伯利克拉克公司收入分地区资料

图表167 2020-2021年金伯利克拉克公司综合收益表

图表168 2020-2021年金伯利克拉克公司分部资料

图表169 2020-2021年金伯利克拉克公司收入分地区资料

图表170 2021-2022年金伯利克拉克公司综合收益表

图表171 2021-2022年金伯利克拉克公司分部资料

图表172 2021-2022年金伯利克拉克公司收入分地区资料

图表173 2019-2020财年强生公司综合收益表

图表174 2019-2020财年强生公司分部资料

图表175 2019-2020财年强生公司收入分地区资料

图表176 2020-2021财年强生公司综合收益表

图表177 2020-2021财年强生公司分部资料

图表178 2020-2021财年强生公司收入分地区资料

图表179 2021-2022财年强生公司综合收益表

图表180 2021-2022财年强生公司分部资料

图表181 2021-2022财年强生公司收入分地区资料

图表182 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表183 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业收入及增速

图表184 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润及增速

图表185 2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务分行业、产品、地区

图表186 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表187 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净资产收益率

图表188 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表189 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产负债率水平

图表190 2019-2022年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标

图表191 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司总资产及净资产规模

图表192 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司营业收入及增速

图表193 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司净利润及增速

图表194 2021年贝因美婴童食品股份有限公司主营业务分行业、产品、地区

图表195 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司营业利润及营业利润率

图表196 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司净资产收益率

图表197 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司短期偿债能力指标

图表198 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司资产负债率水平

图表199 2019-2022年贝因美婴童食品股份有限公司运营能力指标

图表200 2019-2020年雅士利国际综合收益表

图表201 2019-2020年雅士利国际分部资料

图表202 2019-2020年雅士利国际收入分地区资料

图表203 2020-2021年雅士利国际综合收益表

图表204 2020-2021年雅士利国际分部资料

图表205 2020-2021年雅士利国际收入分地区资料

图表206 2021-2022年雅士利国际综合收益表

图表207 2021-2022年雅士利国际分部资料

图表208 2019-2020年好孩子国际综合收益表

图表209 2019-2020年好孩子国际收入分产品资料

图表210 2019-2020年好孩子国际收入分地区资料

图表211 2020-2021年好孩子国际综合收益表

图表212 2020-2021年好孩子国际收入分产品资料

图表213 2020-2021年好孩子国际收入分地区资料

图表214 2021-2022年好孩子国际综合收益表

图表215 2021-2022年好孩子国际收入分产品资料

图表216 2021-2022年好孩子国际收入分地区资料

图表217 2019-2020年恒安国际综合收益表

图表218 2019-2020年恒安国际收入分产品资料

图表219 2020-2021年恒安国际综合收益表

图表220 2020-2021年恒安国际收入分产品资料

图表221 2021-2022年恒安国际综合收益表

图表222 2021-2022年恒安国际收入分产品资料

图表223 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司总资产及净资产规模

图表224 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司营业收入及增速

图表225 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司净利润及增速

图表226 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司营业利润及营业利润率

图表227 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司净资产收益率

图表228 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司短期偿债能力指标

图表229 2019-2022年上海爱婴室商务服务股份有限公司资产负债率水平

图表230 母婴童用品市场规模预测

图表231 婴幼儿奶粉市场永和消费需求升级

图表232 海外奶粉品牌抢占中国市场

图表233 跨境奶粉供应模式与用户信任度

图表234 互联网渠道在婴幼儿奶粉销售渠道的占比快速**

图表235 母婴厂商生态布局方向

图表236 母婴生态建设

图表237 宝宝树产品生态

图表238 妈妈网产品生态

图表239 育儿网产品生态

图表240 大数据指导线下管理运营

图表241 乐友新零售建设路径

图表242 蜜芽新零售建设路径

图表243 2023-2030年中国母婴用品市场规模预测

图表244 2023-2030年中国婴幼儿奶粉市场规模预测

图表245 2023-2030年中国婴儿纸尿裤市场规模预测