

2024年中国婴儿用品发展现状调研 及市场前景分析报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国婴儿用品发展现状调研及市场前景分析报告

报告编号： 1333A97 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/7/A9/YingErYongPinShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

婴儿用品市场涵盖服装、玩具、护理用品、喂养器具等多个细分领域，随着家庭收入水平的提高和育儿观念的变化，该市场呈现多元化和高端化趋势。近年来，父母对婴儿用品的安全性和舒适度提出了更高要求，推动了产品材质和设计的创新。同时，互联网电商的崛起为婴儿用品的销售提供了便捷渠道，也促进了品牌之间的竞争。然而，假冒伪劣产品的存在，以及部分产品缺乏统一标准，影响了消费者的购买信心。

未来，婴儿用品市场将更加注重个性化和安全性。随着科技的进步，智能穿戴设备和监测系统等高科技婴儿用品将逐渐普及，为家长提供更全面的婴儿健康管理方案。同时，绿色环保材料和有机认证的产品将更受青睐，满足消费者对健康和可持续发展的追求。此外，随着二胎和三胎政策的放开，针对多个年龄段儿童的一站式购物平台和服务将有更大的发展空间。

第一部分 婴儿用品行业发展分析

第一章 宏观环境分析

第一节 国际人口生育状况

- 一、世界人口增长趋势分析
- 二、俄罗斯出生人口发展情况
- 三、美国人口出生率发展情况
- 四、2024年法国人口出生情况
- 五、2024年英国人口出生情况
- 六、2024年德国人口出生状况
- 七、2024年日本人口出生情况

第二节 中国人口出生率情况

- 一、中国人口出生率发展情况
- 二、中国的第四次生育高峰
- 三、中国人口出生率和生育率的地区差别

第三节 中国人口增长及结构分析

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

第四节 计划生育政策发展形势

- 一、中国计划生育政策发展回顾
- 二、计划生育政策对中国的贡献
- 三、计划生育政策成为新的议点
- 四、国际背景下的计划生育政策调整

第五节 中国居民收入及宏观经济发展情况

- 一、中国城镇居民收入增长情况
- 二、中国居民收入分配问题分析
- 三、2024年我国宏观经济运行指标分析
- 四、2024年中国经济形势前景及政策走势分析

第二章 婴儿用品行业分析

第一节 国际婴儿用品市场分析

- 一、全球婴儿用品市场安全问题
- 二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代
- 三、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 中国婴儿用品发展分析

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、中国婴儿用品市场基本状况
- 三、中国婴儿用品市场细分明确

第三节 部分城市婴儿用品市场

- 一、上海婴儿用品市场发展分析
- 二、北京婴儿用品市场发展分析
- 三、成都婴儿用品市场发展概况
- 四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第四节 婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征
- 二、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

三、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

四、对婴儿用品经营的启发

第五节 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、婴儿用品店营销策略

第二部分 婴儿用品细分行业分析

第三章 婴幼儿奶粉市场分析

第一节 婴幼儿奶粉概述

一、婴幼儿奶粉营养成分

二、婴幼儿配方奶粉的分类

三、婴儿奶粉技术发展进程

第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况

一、中国婴幼儿奶粉市场回顾

二、中国婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代

三、中国婴幼儿奶粉市场步入高质量时代

四、中国饮料巨头抢占婴幼儿奶粉市场

第三节 婴幼儿配方奶粉剖析

一、婴幼儿配方奶粉的定义

二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义

三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征

四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法

五、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

第四节 婴幼儿奶粉市场竞争分析

一、婴幼儿奶粉不正当竞争现象

二、婴幼儿奶粉竞争掀起狂潮

三、洋奶粉冲击国内婴幼儿奶粉市场

四、国内婴幼儿奶粉市场竞争激烈

五、中国婴儿奶粉行业市场竞争趋势分析

第五节 婴幼儿奶粉中的4p营销分析

一、产品开发是第一要素

二、价格 and 价值的审视

三、营销渠道是一大关键点

四、促销手段扩大知名度

五、需求才是营销的中心

六、奶粉新营销组合因素产生和发展

第四章 婴儿纸尿裤市场

第一节 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

第二节 纸尿裤市场发展态势

- 一、中国纸尿裤市场的发展现状
- 二、中国纸尿裤市场商机无限
- 三、中国纸尿裤消费市场分析
- 四、发展中国家纸尿裤市场发展潜力大

第三节 中国纸尿裤发展分析

- 一、中国纸尿裤质量问题的原因
- 二、中国纸尿裤品牌建设前途光明
- 三、中国纸尿裤行业启动绿色战略

第五章 其它婴儿用品市场

第一节 奶瓶

- 一、中国新型电子显温奶瓶市场概述
- 二、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠
- 三、pes材质奶瓶市场前景可期
- 四、加拿大明确禁止进口双酚a奶瓶

第二节 童车市场

- 一、中国童车业企业的生存现状
- 二、中国童车行业的发展策略分析
- 三、中国童车行业的发展趋势分析
- 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

第三节 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、中国婴儿食品须标注营养成分

第四节 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、中国婴儿纪念品市场前景广阔

第三部分 婴儿用品重点企业分析

第六章 国外重点企业分析

第一节 美赞臣

一、公司简介

二、美赞臣实施全程安全管理

三、美赞臣领军脑部发育奶粉发展

四、美赞臣脱离百时美施贵宝

第二节 多美滋

一、公司简介

二、多美滋的优势

三、多美滋进攻中国中端奶粉市场

四、多美滋贝乐嘉中国上市

第三节 雀巢

一、雀巢集团简介

二、雀巢企业的发展史

三、雀巢的模块组合营销经营优势

四、雀巢成长奶粉抢占中国市场

第四节 强生

一、公司简介

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

四、2024年强生婴儿护肤柔湿巾调研

第五节 宝洁

一、公司简介

二、宝洁公司以网络带动开放式创新

三、宝洁公司以消费者为本建立创新模式

第六节 金佰利

一、公司简介

二、金佰利婴儿产品创新发展提升市场亲和力

三、金佰利仍看好中国“婴儿潮”

第七章 国内重点企业分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、公司简介

二、2024-2030年伊利股份经营状况分析

三、2024-2030年企业财务数据分析

四、伊利牛奶开启2023年乳业新格局

五、伊利为中国婴幼儿而创新

第二节 杭州贝因美集团有限公司

一、公司简介

二、贝因美公司的优势

三、贝因美公司的市场机会点

四、贝因美公司的营销策略

第三节 雅士利

一、公司简介

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

第四节 好孩子

一、公司简介

二、好孩子集团进军儿童零售业

三、好孩子集团童车品牌的建设

四、好孩子集团凭新产品拓展市场

第五节 恒安集团

一、公司简介

二、恒安集团引领中国纸尿裤产业发展

三、恒安集团的竞争策略分析

四、恒安集团在金融危机中改革谋发展

第六节 立志美丽

一、公司简介

二、宝宝金水实现民族品牌的市场突围

三、宝宝金水的市场营销策略

四、宝宝金水产品延伸的失误

(本章企业部分可以按客户要求替换)

第四部分 婴儿用品行业前景与政策法规

第八章 婴儿用品行业趋势前景分析

第一节 中国婴儿用品行业前景展望

一、中国婴儿用品市场潜力巨大

二、中国婴儿用品市场前景广阔

三、中国婴儿用品市场将迎来新一轮“淘金潮”

第二节 婴儿用品及经营方式发展趋势

- 一、婴儿用品市场四大发展趋势
- 二、婴儿用品行业发展趋势
- 三、孕婴用品店经营趋势

第九章 政策法规

第一节 政策解读

- 一、国家实行婴幼儿奶粉召回退市制
- 二、《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布
- 三、中国婴幼儿配方食品国家标准将较大程度修改
- 四、婴儿睡眠用品输欧须符合安全新标准

第二节 中智^林^一相关法规介绍

- 一、乳品质量安全管理条例（2008）
- 二、婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定（2008）
- 三、婴儿配方乳粉生产许可证审查细则
- 四、gb10765-1989婴儿食品婴儿配方乳粉i
- 五、gb10766-1989婴儿食品婴儿配方乳粉ii
- 六、纸尿裤片垫行业标准

图表目录

图表 2024-2030年中国人口数据（1）

.....

图表 中国人口年龄结构变化

图表 年龄结构类型划分标准

图表 2024-2030年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表 2024-2030年工业增加值月度同比增长率（%）

图表 2024-2030年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 2024-2030年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 2024-2030年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 2024-2030年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 2024-2030年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 2024-2030年货币供应量月度同比增长率（%）

图表 婴儿用品专卖点优劣势分析

图表 婴儿用品的购物规律

图表 对纸尿裤市场评价

图表 对纸尿裤市场评价家庭收入差异

图表 对纸尿裤市场评价城市规模差异

图表 婴儿枕头学问核心提示

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债表

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量表

图表 2024-2030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表

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司简要财务指标表

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标表

图表 2024-2030年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营与发展能力表

图表 企业生产婴幼儿配方乳粉产品必备的生产设备

图表 婴幼儿配方乳粉的产品标准及相关规定

图表 婴幼儿配方乳粉产品的原辅材料标准

图表 企业必备的出厂检验设备

图表 婴幼儿配方乳粉质量检验项目表

图表 感官要求

图表 理化指标要求

略……

订阅“2024年中国婴儿用品发展现状调研及市场前景分析报告”，编号：1333A97，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/A9/YingErYongPinShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！