



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国婴幼儿用品连锁市场监测及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国婴幼儿用品连锁市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279913.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

近年来的婴幼儿数量直线上升，为婴幼儿奶粉市场带来了商机。婴幼儿奶粉市场的规模不断扩大，市场容量节节攀高。

从2005年到2014年，婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长，年复合增长率在20%左右，我国已经取代日本，成为仅次于美国的全球第二大婴儿配方奶粉市场，2014年度，我国婴幼儿奶粉市场规模为700亿元。近几年我国婴幼儿奶粉行业市场规模情况如下图所示：2006-2014年我国婴幼儿奶粉市场规模及增速统计（亿元，%）

资料来源：国家统计局

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家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：

第一章 婴幼儿用品连锁业相关概述 14

第一节 婴幼儿用品的几种连锁业态 14

第二节 婴幼儿用品连锁整体特征分析 14

一、整体发展迅速 14

二、适宜于个人投资 15

三、产品品质要求 15

四、品牌创立还处于初步尝试阶段 15

五、婴幼儿用品连锁整体生命周期分析 16

第三节 各种婴幼儿用品连锁优缺点比较 17

一、优点比较 17

二、总结 18

三、连锁经营的三种形式 20

第二章 2013-2015年国际婴儿用品整体运营分析分析 21

第一节 2013-2015年国际人口生育状况分析 21

一、法国迎来最大婴儿潮	21
二、英国提倡一个家庭只生两个孩子	21
三、俄罗斯用经济手段提高生育率	22
四、日本人口出生率回升	22
第二节 2013-2015年国际婴儿用品市场动态分析	22
一、美国婴儿用品市场进入新时代	22
二、中东婴儿用品市场分析	23
三、欧盟婴儿护理用品市场浅析	25
第三节 2016-2022年国际婴儿护理用品整体发展趋势分析	26
第三章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体运行环境解析	29
第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体经济环境分析	29
一、中国gdp分析	29
二、消费价格指数分析	31
三、城乡居民收入分析	33
四、社会消费品零售总额	35
五、全社会固定资产投资分析	37
六、进出口总额及增长率分析	41
第二节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体政策环境分析	45
一、中国连锁整体发展政策	45
二、中国玩具标准与国际接轨	51
三、6类玩具将实施强制性产品认证	51
四、婴幼儿纺织品检测实行最严格的标准	52
五、婴幼儿食品安全危机与政府加强食品安全管理及处罚	53
第三节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体社会环境分析	72
一、婴幼儿用品安全问题引发社会关注	72
二、中国婴幼儿数量持续增长	72
三、绝大部分居民对婴儿用品的认知程度比较落后	75
四、大城市居民对婴幼儿用品的品质要求日益增高	75
五、独生子女父母消费水平提高	76
第四章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体动态形势分析	78

第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁整体运行总况 78

- 一、经营规模小 78
- 二、尚处于发展初期，连锁发展十分迅速 78
- 三、连锁的运营模式不断改进 78
- 四、婴幼儿用品连锁未来趋势 78

第二节 影响中国婴幼连锁发展因素分析 79

- 一、中国婴幼连锁整体发展的制约因素 79
- 二、中国婴幼连锁整体发展的有利因素 79

第五章 2013-2015年中国婴幼连锁整体竞争态势分析 81

第一节 2013-2015年中国婴幼连锁整体竞争现状 81

- 一、品牌竞争意识提高 81
- 二、居民消费习惯及市场辐射能力竞争行为 81
- 三、周边消费水平的制约 81
- 四、购物地理环境局限大 82

第二节 2013-2015年中国婴幼连锁整体竞争行为 82

- 一、产品竞争 82
- 二、价格竞争 83
- 三、运营模式竞争 83
- 四、购物环境竞争 84
- 五、营销方式竞争 84

第三节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业竞争趋势 86

第六章 2013-2015年中国婴幼儿用品市场深度剖析 92

第一节 2013-2015年中国婴幼儿用品市场总况 92

- 一、婴儿用品整体所处阶段及其特性 92
- 二、中国婴幼儿用品市场规模分析 92
- 三、婴幼儿用品市场结构分析 93
- 四、婴幼儿用品市场品种齐全 94

第二节 2013-2015年中国婴儿用品市场深度剖析 94

- 一、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成 94
- 二、婴儿用品市场更趋成熟 94

三、 婴儿用品消费者购买行为分析	95
第三节 2013-2015年中国婴儿用品部分区域市场分析	103
一、 上海婴儿用品市场格局	103
二、 北京婴儿用品市场的发展动态	103
三、 成都婴儿用品市场发展概况	104
第七章 2013-2015年中国婴幼儿用品细分市场透析	105
第一节 婴幼儿食品市场	105
一、 婴幼儿食品进口关税下调	105
二、 中国首部婴童整体cas标准即将出台	105
三、 中国婴幼儿食品市场现状及规模	105
四、 中国婴幼儿食品市场营销渠道分布现状	105
五、 婴幼儿食品市场竞争分析	107
六、 婴幼儿食品连锁业态发展可行性分析	109
七、 婴幼儿食品专卖店业态发展可行性分析	109
第二节 婴幼儿玩具市场	110
一、 中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析	110
二、 "婴儿潮"引爆"淘金潮" 市场规模约8500亿元	111
三、 国内玩具市场年增长速度快	112
四、 中国玩具市场亟待深耕细作	112
五、 中国玩具市场期待建设大型零售连锁	113
第三节 婴幼儿服装纺织市场	115
一、 童装发展成为服装业新的增长点	115
二、 国内童装业优化布局已现雏形	117
三、 中国童装产业结构及产业链分析	118
四、 童装品牌加盟三大误区及五大策略分析	120
五、 2013-2015年中国童装产业优化布局分析	122
第四节 婴幼儿教育市场	124
一、 我国婴幼儿教育市场发展现状	124
二、 婴幼儿早期教育市场将成为投资新热点	124
三、 婴幼儿在线教育市场呈现蓝海趋势	125
第五节 婴幼儿护理用品市场	126

- 一、婴幼儿日化品市场格局或将改变 127
- 二、儿童护理品产品趋势和发展瓶颈 128
- 三、我国婴儿用品呼吁加强管理 129

第八章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁区域市场运行分析 133

第一节 华北地区 133

- 一、婴幼儿用品连锁市场发展特征分析 133
- 二、区域消费水平分析 133
- 三、婴幼儿用品市场消费群体分析 133
- 四、华北地区婴幼儿用品连锁业投资优势分析 134

第二节 东北地区 135

第三节 华东地区 136

第四节 华中地区 139

第五节 华南地区 140

第六节 西南地区 141

第七节 西北地区 143

第九章 2013-2015年中国婴幼儿用品主体供应商竞争力分析 145

第一节 伊利集团 145

- 一、企业概况 145
- 二、主要经济指标情况 145
- 三、产值及存货产成品分析 145
- 四、主营成本及其它费用分析 145
- 五、偿债能力分析 146
- 六、盈利能力分析 146
- 七、经营效益分析 146

第二节 恒安集团 146

- 一、企业概况 147
- 二、主要经济指标情况 147
- 三、产值及存货产成品分析 147
- 四、主营成本及其它费用分析 147
- 五、偿债能力分析 148

六、盈利能力分析 148

七、经营效益分析 148

第三节 好孩子公司 148

一、企业概况 149

二、主要经济指标情况 149

三、产值及存货产成品分析 149

四、主营成本及其它费用分析 149

五、偿债能力分析 150

六、盈利能力分析 150

七、经营效益分析 150

第四节 强生公司 150

一、企业概况 151

二、主要经济指标情况 151

三、产值及存货产成品分析 151

四、主营成本及其它费用分析 151

五、偿债能力分析 152

六、盈利能力分析 152

七、经营效益分析 152

第五节 天津郁美净 152

一、企业概况 152

二、主要经济指标情况 153

三、产值及存货产成品分析 153

四、主营成本及其它费用分析 153

五、偿债能力分析 153

六、盈利能力分析 154

七、经营效益分析 154

第十章 2013-2015年中国婴幼儿用品连锁企业主体竞争力分析 155

第一节 点亿科技的华婴连锁 155

一、企业发展概况 155

二、连锁经营产品目录 155

三、公司连锁经营模式分析 155

四、公司连锁业务发展现状 155

五、连锁业态厂商合作现状 156

第二节 贝奇贝贝佳 157

一、企业发展概况 157

二、连锁经营产品目录 157

三、公司连锁经营模式分析 157

四、公司连锁业务发展现状 157

五、连锁业态厂商合作现状 158

第三节 阳光贝贝 158

一、企业发展概况 158

二、连锁经营产品目录 158

三、公司连锁经营模式分析 159

四、公司连锁业务发展现状 159

五、连锁业态厂商合作现状 159

第四节 贝因美 160

一、企业概况 160

二、主要经济指标情况 160

三、产值及存货产成品分析 160

四、主营成本及其它费用分析 160

五、偿债能力分析 161

六、盈利能力分析 161

七、经营效益分析 161

第五节 爱婴岛 162

一、企业发展概况 162

二、连锁经营产品目录 162

三、公司连锁经营模式分析 163

第十一章 2016-2022年中国婴幼连锁市场战略分析 164

第一节 2013-2015年中国婴幼连锁业投资概况 164

一、婴幼连锁业投资特性 164

二、婴幼连锁业投资环境分析 169

三、婴幼连锁市场机会分析 170

第二节 2016-2022年中国婴幼连锁业投资机会分析 170

一、中国婴幼连锁投资规模将迅速增长 170

二、婴幼连锁业区域投资潜力分析 171

第三节 2016-2022年中国婴幼连锁市场风险分析 171

一、市场风险 171

二、政策风险 172

三、管理风险 172

四、区域经济风险 172

五、货源供应风险 172

第四节 专家投资建议 173

第十二章 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁整体发展趋势与前景展望 175

第一节 2016-2022年中国婴儿用品整体趋势前景分析 175

一、中国婴儿用品整体前景展望 175

二、婴儿用品及经营方式发展趋势 176

第二节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁整体发展前景分析 177

一、婴幼儿用品连锁市场前景及发展空间预测 178

二、健康和儿童连锁产业前景广阔 178

第三节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁整体市场预测分析 178

第四节 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业盈利预测分析 179

图表目录：

图表 1 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁业资产增长速度情况 16

图表 2 整体生命周期图 18

图表 3 婴幼儿用品连锁经营模式设计图 19

图表 4 2012-2015年4季度中国主要宏观经济数据增长表 31

图表 5 2007-2015年4季度中国gdp及其增长率统计表 31

图表 6 2007-2015年中国分产业gdp增长率季度统计表 32

图表 7 2007-2015年中国gdp增长率季度走势图 33

图表 8 2008-2015年近几年12月中国价格指数统计表 33

图表 9 2008-2015年近几年12月中国价格指数月度走势图 34

图表 10 1978-2015年中国居民收入及恩格尔系数统计表 35

图表 11 中国城乡居民收入走势对比 36

图表 12 2007-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图 37

图表 13 2012-2015年中国社会消费品零售总额月度统计表 38

图表 14 2011-2015年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 38

图表 15 2007-2015年中国社会固定投资额增长 39

图表 16 2011-2014年各月中国房地产开发投资额月度统计表 40

图表 17 2011-2015年中国各类房地产开发投资月度走势图 41

图表 18 2011-2015年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 42

图表 19 2011-2015年中国新开工项目个数及累计同比增速情况 42

图表 20 2007-2015年中国货物进出口额统计表 43

图表 21 2007-2015年中国货物对外贸易总额走势图 44

图表 22 2007-2015年中国货物进口形势图 44

图表 23 2007-2015年中国货物出口形势图 46

图表 24 2007-2015年中国货物对外贸易顺逆差状况 46

图表 25 2008-2015年中国人口构成统计表 75

图表 26 2007-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 76

图表 27 2008-2015年我国总人口增长趋势图 76

图表 28 2012-2015年人口数及其构成 77

图表 29 2008-2015年中国城乡居民恩格尔系数对比表 78

图表 30 2008-2015年中国城乡居民恩格尔系数走势图 79

图表 31 整体波特五力模型 90

图表 32 波特五力模型与一般战略的关系 91

图表 33 消费者提出的一些商品方面的个性化需求情况 99

图表 34 2008-2015年近几年度华北地区人均收入统计表 136

图表 35 2012-2015年华北主要人口及出生率情况 136

图表 36 2012-2015年华北主要新增人口情况 137

图表 37 2008-2015年近几年度东北地区人均收入统计表 138

图表 38 2012-2015年东北主要人口及出生率情况 138

图表 39 2012-2015年东北主要新增人口情况 138

图表 40 2008-2015年近几年度华东地区人均收入统计表 140

图表 41 2012-2015年华东主要人口及出生率情况 140

图表 42 2012-2015年华东主要新增人口情况 141

图表 43 2008-2015年近几年度华中地区人均收入统计表 142

图表 44 2012-2015年华中主要人口及出生率情况 142

图表 45 2012-2015年华中主要新增人口情况 142

图表 46 2008-2015年近几年度华南地区人均收入统计表 143

图表 47 2012-2015年华南主要人口及出生率情况 143

图表 48 2012-2015年华南主要新增人口情况 144

图表 49 2008-2015年近几年度西南地区人均收入统计表 144

图表 50 2012-2015年西南主要人口及出生率情况 145

图表 51 2012-2015年西南主要新增人口情况 145

图表 52 2008-2015年近几年度西北地区人均收入统计表 146

图表 53 2012-2015年西北主要人口及出生率情况 146

图表 54 2012-2015年西北主要新增人口情况 147

图表 55 内蒙古伊利实业集团股份有限公司概况 148

图表 56 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标单位 千元、人 148

图表 57 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司工业总产值及存货产成品指标表
千元 148

图表 58 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入及各项成本指标表 148

图表 59 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力指标表 149

图表 60 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债比率指标表 149

图表 61 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润指标表 149

图表 62 2008-2015年近几年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利比率能力指标表 149

图表 63 恒安天津卫生用品有限公司概况 150

图表 64 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司主要经济指标单位 千元、人 150

图表 65 2008-2015年近几年 恒安天津卫生用品有限公司工业总产值及存货产成品指标表千元
150

图表 66 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司主营收入及各项成本指标表 150

图表 67 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司偿债能力指标表 151

图表 68 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司偿债比率指标表 151

图表 69 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司利润指标表 151

图表 70 2008-2015年近几年恒安天津卫生用品有限公司盈利比率能力指标表 151

图表 71 好孩子集团有限公司概况 152

图表 72 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司主要经济指标单位 千元、人 152

图表 73 2008-2015年近几年 好孩子集团有限公司工业总产值及存货产成品指标表千元 152

图表 74 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司主营收入及各项成本指标表 152

图表 75 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司偿债能力指标表 153

图表 76 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司偿债比率指标表 153

图表 77 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司利润指标表 153

图表 78 2008-2015年近几年好孩子集团有限公司盈利比率能力指标表 153

图表 79 强生中国有限公司概况 154

图表 80 2008-2015年近几年强生中国有限公司主要经济指标单位 千元、人 154

图表 81 2008-2015年近几年 强生中国有限公司工业总产值及存货产成品指标表千元 154

图表 82 2008-2015年近几年强生中国有限公司主营收入及各项成本指标表 154

图表 83 2008-2015年近几年强生中国有限公司偿债能力指标表 155

图表 84 2008-2015年近几年强生中国有限公司偿债比率指标表 155

图表 85 2008-2015年近几年强生中国有限公司利润指标表 155

图表 86 2008-2015年近几年强生中国有限公司盈利比率能力指标表 155

图表 87 天津郁美净集团概况 156

图表 88 2008-2015年近几年天津郁美净集团主要经济指标单位 千元、人 156

图表 89 2008-2015年近几年 天津郁美净集团工业总产值及存货产成品指标表千元 156

图表 90 2008-2015年近几年天津郁美净集团主营收入及各项成本指标表 156

图表 91 2008-2015年近几年天津郁美净集团偿债能力指标表 156

图表 92 2008-2015年近几年天津郁美净集团偿债比率指标表 157

图表 93 2008-2015年近几年天津郁美净集团利润指标表 157

图表 94 2008-2015年近几年天津郁美净集团盈利比率能力指标表 157

图表 95 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司概况 162

图表 96 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主要经济指标单位 千元、人
162

图表 97 2008-2015年近几年 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司工业总产值及存货产成品指
标表千元 162

图表 98 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主营收入及各项成本指标表
163

图表 99 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债能力指标表 163

图表 100 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债比率指标表 163

图表 101 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司利润指标表 163

图表 102 2008-2015年近几年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司盈利比率能力指标表	163
图表 103 婴儿用品旗舰店启动资金费用拆解	166
图表 104 标准婴儿用品七大类铺货预算	167
图表 105 标准婴儿用品启动资金费用拆解	168
图表 106 婴儿用品超市建议铺货类别和铺货量	169
图表 107 启动资金费用拆解	170
图表 108 婴儿用品产品消费群分析	172
图表 109 2016-2022年中国婴幼连锁投资规模增长率预测	172
图表 110 2012-2015年中国城镇婴童消费支出构成情况	177
图表 111 2012-2015年婴童产品利润环节分析	178
图表 112 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁整体市场规模万亿元预测	180
图表 113 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁业产品销售利润率预测	181
图表 114 2016-2022年中国婴幼儿用品连锁整体利润规模亿元预测	182

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279913.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。