

2020-2026年中国婴儿（儿童）护肤品市场深度分析与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国婴儿（儿童）护肤品市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202001/149640.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一部分 行业现状

第一章 2019年国内外婴儿用品产业运行新形势分析

第一节 2019年国际婴儿用品市场分析

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代

三、日本与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 2019年中国婴儿用品行业现状

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

二、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

三、婴儿用品市场更趋成熟

第三节 2019年中国部分城市婴儿用品市场透析

一、上海

二、北京

三、成都

四、临沂市

第二章 2019年世界婴儿护肤品产业运行态势分析

第一节 2019年世界婴幼儿护肤品行业市场环境分析

一、英国提倡一个家庭只生两个孩

二、俄罗斯用经济手段提高生育率

三、法国迎来25年来最大婴儿潮

四、日本人口出生率下降

第二节 2019年世界婴儿护肤品市场运行态势

一、世界婴儿护肤品行业发展成熟度分析

二、世界婴儿护肤品特点分析

三、主要国家婴儿护肤品市场现状

第三节 2020-2026年世界婴幼儿护肤品行业发展趋势分析

第三章2019年中国婴儿护理品产业发展环境分析

第一节2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节2019年中国婴儿护理品产业政策发展环境分析

- 一、中国婴幼儿化妆品无专门标准
- 二、进一步规范婴幼儿用品安全标准
- 三、婴幼儿日用化妆品应尽快立法

第三节2019年中国婴儿护理品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四章中国婴幼儿护肤品人口环境分析

第一节2019年中国人口出生率情况分析

- 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

第二节2019年中国人口结构情况

- 一、2019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

第三节2019年计划生育政策发展形势

- 一、计划生育四川省少生4千万人
- 二、计划生育30多年来上海少生700万人
- 三、"单独二胎"在河南可行

第五章2019年中国婴儿护肤品行业生产现状分析

第一节2019年中国婴儿护肤品业运行总况

- 一、婴儿护肤品热销背后暗藏隐忧
- 二、儿童护肤品制作要求高但标准缺失
- 三、2019年中国婴儿护肤品细分市场分析

1、护肤类

2、洗涤类

3、儿童爽身粉、花露水

第二节2019年中国婴儿护肤品行业产能及增长情况分析

- 一、主要生产企业及其产能
- 二、婴儿护肤品行业产能扩张趋势

第三节2019年中国婴儿护肤品行业成本结构分析

- 一、原材料成本
- 二、研发和设计成本
- 三、知识产权使用许可费
- 四、劳动力成本
- 五、其它成本

第四节2019年中国婴儿护肤品行业生产中存在的主要问题

第六章2019年中国婴儿护肤品市场供需态势分析

第一节2019年中国婴儿护肤品消费需求特征分析

- 一、城镇和农村消费者需求特征
- 二、不同收入层次家庭需求特征
- 三、婴儿护肤品等细分产品的需求特征
- 四、婴儿护肤品消费的决策过程分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业供需状况

- 一、2019年婴儿护肤品供给状况

- 二、2019年婴儿护肤品需求状况
 - 三、2019年婴儿护肤品供需缺口分析
 - 四、2020-2026年我国婴儿护肤品供需缺口变化趋势预测
- 第三节2019年影响婴儿护肤品行业供需关系的主要因素

第七章2019年中国婴儿护肤品细分市场分析

第一节婴儿面霜

- 一、婴儿面霜市场发展现状
- 二、2019年婴儿面霜销售分析
- 三、婴儿面霜市场焦点
- 四、婴儿面霜市场前景

第二节婴儿洗发水

- 一、婴儿洗发水市场发展现状
- 二、2019年婴儿洗发水销售分析
- 三、婴儿洗发水市场焦点
- 四、婴儿洗发水市场前景

第三节婴儿沐浴露

- 一、婴儿沐浴露市场发展现状
- 二、2019年婴儿沐浴露销售分析
- 三、婴儿沐浴露市场焦点
- 四、婴儿沐浴露市场前景

第四节婴儿爽身粉

- 一、婴儿爽身粉市场发展现状
- 二、2019年婴儿爽身粉销售分析
- 三、婴儿爽身粉市场焦点
- 四、婴儿爽身粉市场前景

第五节婴儿润肤油

- 一、婴儿润肤油市场发展现状
- 二、2019年婴儿润肤油销售分析
- 三、婴儿润肤油市场焦点
- 四、婴儿润肤油市场前景

第六节婴儿护肤香皂

- 一、婴儿护肤皂市场发展现状
- 二、2019年婴儿护肤皂销售分析
- 三、婴儿护肤皂市场焦点
- 四、婴儿护肤皂市场前景

第七节舒敏软膏（防过敏药膏）

- 一、舒敏软膏市场发展现状
- 二、2019年舒敏软膏销售分析

第八节婴儿香水

- 一、婴儿香水市场发展现状
- 二、2019年婴儿香水销售分析
- 三、婴儿香水市场焦点
- 四、婴儿香水市场前景

第九节婴儿润肤露

- 一、婴儿润肤露市场发展现状
- 二、2019年婴儿润肤露销售分析
- 三、婴儿润肤露市场焦点
- 四、婴儿润肤露市场前景

第八章2019年中国婴儿护肤品行业进出口统计分析

第一节2012-2019年中国护肤品进出口数据统计情况

- 一、护肤品进出口数量分析
- 三、护肤品进出口国家及地区分析

第二节2019年我国婴儿护肤品面临的“反倾销”问题及应对措施

- 一、我国婴儿护肤品行业遭受“反倾销”调查的主要案例
- 二、应对反倾销调查的措施

第三节2020-2026年中国婴儿护肤品进出口发展趋势分析

第二部分竞争格局

第九章2019年中国婴儿护肤品行业结构分析

第一节2019年中国婴儿护肤品行业基本特征

- 一、婴儿护肤品行业主要细分产品
- 二、婴儿护肤品行业产业链分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业竞争格局

一、婴儿护肤品行业主要企业和主要品牌

二、婴儿护肤品市场集中度分析

第三节2019年中国婴儿护肤品行业的“波特五力模型”分析

一、现有企业间的竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第十章2019年中国婴儿护肤品行业市场营销分析

第一节2019年婴儿用品消费者购买行为分析

一、婴儿用品消费者特点

二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征

三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯

四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性

五、对婴儿用品经营的启发

第二节2019年婴儿护肤品主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第三节2019年中国婴儿护肤品营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第四节2019年中国婴儿护肤品企业营销模式建议

一、药店销售渠道建设

二、直销渠道建设

三、俱乐部渠道建设

四、连锁渠道建设

第五节各大婴儿护肤品品牌纷纷打起按年龄、时节细分的大旗策略点评

第十一章2019年中国婴儿护肤品主要区域市场调查分析

第一节华北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第二节东北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第三节华东地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第四节华中地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第五节华南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第六节西南地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析

四、区域市场前景

第七节西北地区

- 一、区域市场容量分析
- 二、区域市场成熟度和竞争状况
- 三、区域消费者偏好分析
- 四、区域市场前景

第十二章2019年中国婴儿护肤品行业主要品牌企业竞争力分析

第一节强生

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第二节

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第三节郁美净

- 一、企业概况
- 二、企业产品
- 三、市场策略及成绩

第四节康贝

- 一、企业概况
- 二、企业愿景
- 三、发展历史

第五节孩儿面

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第六节NUK

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品
- 三、发展历史

第七节施巴

一、企业基本情况

二、企业产品

三、发展历史

第八节婴姿坊

一、企业基本情况

二、企业产品

三、发展历史

第九节爱得利

一、企业基本情况

二、企业产品

三、发展历史

第十节贝蒂儿

一、企业基本情况

二、企业产品

第十一节其它婴儿护肤品企业运行竞争力分析

一、青蛙王子

二、欧润芙

三、贝拉小蜜蜂

四、贝倍舒

五、朋禾

第三部分预测分析

第十三章2020-2026年婴儿护肤品行业发展前景预测分析

第一节2020-2026年中国婴儿护肤品行业市场预测分析

一、中国婴儿护肤品季节特征分析

二、中国婴儿护肤品产品趋势分析

三、中国婴儿护肤品竞争格局分析

第二节2020-2026年中国婴儿护肤品行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴儿护肤品营销未来

二、未来婴儿护肤品营销模式发展趋势

第三节2020-2026年中国婴儿护肤品行业发展前景预测

- 一、中国婴儿护肤品市场供需预测分析
- 二、中国婴儿护肤品进出口贸易预测分析
- 三、中国婴儿护肤品盈利预测分析

第四部分投资策略（）

第十四章2020-2026年婴儿护肤品行业投资价值与投资策略分析

第一节2019年中国婴儿护肤品投资环境分析

第二节2019年中国婴儿护肤品行业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第三节2020-2026年中国婴儿护肤品行业投资价值分析

- 一、婴儿护肤品行业投资热点研究
- 二、婴儿护肤品行业投资盈利空间预测
- 三、婴儿护肤品区域投资潜力分析
- 四、投资价值综合分析

第四节2020-2026年中国婴儿护肤品行业投资风险分析

- 一、市场风险
- 二、竞争风险
- 三、原材料价格波动的风险
- 四、经营风险
- 五、政策风险

第五节2020-2026年中国婴儿护肤品行业投资策略分析

- 一、市场定位
- 二、重点区域

第六节研究结论与建议

- 一、结论
- 二、建议（）

图表目录：

图表：2016年-2019年中国国内生产总值增长速度

图表：2016年-2019年全国居民消费价格指数情况

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2019年居民消费价格分类别同比涨跌幅情况

图表：2019年居民消费价格分类表环比情况

图表：2016年-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2016年-2019年农村居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2016年-2019年中国规模以上工业增加值增速情况

图表：2016年-2019年中国固定资产投资（不含农户）增收情况

图表：2019年各地区分孩次计划生育率情况

图表：2019年各地区人口出生率、死亡率和自然增长率情况

图表：2019年中国人口构成情况

图表：2012年至2019年全球化妆品行业的专利申请量变化情况

图表：2012年-2019年我国化妆品企业专利申请量的变化情况

图表：2012年-2019年我国不同功效化妆品专利申请量的变化情况

图表：2019年中国不同年龄段人口数量

图表：2019年中国婴幼儿数量情况

图表：2019年婴儿面霜市场口碑排行榜

图表：2019年婴儿面霜市场销售排行榜

图表：2019年婴儿洗发水市场口碑排行榜

图表：2019年婴儿洗发水市场销售排行榜

图表：2019年婴儿沐浴露市场销售排行榜

图表：2019年婴儿爽身粉市场使用排行榜

图表：2019年婴儿面霜市场使用排行榜

图表：2019年婴儿面霜市场销售排行榜

图表：2019年婴儿苏敏软膏市场销售排行榜

图表：2019年婴儿润肤露市场销售排行榜

图表：中国近几年化妆品进出口数量情况

图表：中国近几年化妆品进出口金额情况

图表：2016年我国化妆品出口主要国际情况

图表：2019年中国化妆品进口主要国家情况

图表：2012-2019年中国化妆品网购交易市场规模及预测

图表：中国化妆品B2C站点日均独立访问用户数

图表：化妆品线上销售渠道细分

图表：前期市场定位

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149640.html>