

# 2017-2022年中国婴儿家电 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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2017-2022年中国婴儿家电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/report/Y67504J1M0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2017-11-09

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：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:

博思数据发布的《2017-2022年中国婴儿家电市场分析与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了婴儿家电行业相关概述、中国婴儿家电产业运行环境、分析了中国婴儿家电行业的现状、中国婴儿家电行业竞争格局、对中国婴儿家电行业做了重点企业经营状况分析及中国婴儿家电产业发展前景与投资预测。您若想对婴儿家电产业有个系统的了解或者想投资婴儿家电行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一部分 行业现状篇 1

### 第一章 中国婴儿家电行业发展概述 1

#### 1.1 婴儿家电行业定义及分类 1

##### 1.1.1 行业定义 1

婴幼儿家电就是专为家中的婴幼儿定制的小家电产品。这些小家电产品除了拥有传统迷你家电可爱的外型设计以外，其独特的功能更是可以轻松解决妈妈们遇到的问题。婴幼儿小家电是传统家电市场中一个全新细分的市场。婴幼儿小家电最早在欧美等国家比较畅销，近年来才在我国发展起来。由于现年轻父母多喜欢高科技、多功能且安全性高的电器，倡导科学健康的育儿方式，婴幼儿小家电安全、健康、便捷的特点迎合了这一日渐旺盛的需求。

婴幼儿家电产品种类较为丰富，产品涉及宝宝生活的衣、食、住、行等多个方面，同时也吸引了不少年轻家长的眼球。电动牙刷、暖奶器、消毒器、指甲剪、音乐坐便器、臭氧消毒器、电子驱蚊器、测温报警汤匙……目前在售的婴幼儿小家电可谓琳琅满目。这些小家电都是小得不能再小了，作为辅助用品，可以给年轻父母带来更多方便。比如暖奶器，可以24小时将奶保持恒温，这样可以在孩子需要时，第一时间将温度合适的奶送到他的嘴里，迎合了80后父母借助高科技图省事的需求。

##### 1.1.2 主要产品/服务分类 1

##### 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位 1

#### 1.2 婴儿家电行业统计标准 2

##### 1.2.1 统计部门和统计口径 2

##### 1.2.2 主要统计方法介绍 3

##### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍 5

#### 1.3 最近3-5年中国婴儿家电行业经济指标分析 5

##### 1.3.1 赢利性 5

##### 1.3.2 成长速度 5

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 1.3.3 附加值的提升空间           | 6  |
| 1.3.4 进入壁垒／退出机制          | 6  |
| 1.3.5 风险性                | 7  |
| 1.3.6 行业周期               | 7  |
| 1.3.7 竞争激烈程度指标           | 8  |
| 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析     | 9  |
| 1.4 婴儿家电行业产业链分析          | 9  |
| 1.4.1 产业链结构分析            | 9  |
| 1.4.2 主要环节的增值空间          | 9  |
| 1.4.3 与上下游行业之间的关联性       | 10 |
| 1.4.4 行业产业链上游相关行业调研      | 10 |
| 1.4.5 行业下游产业链相关行业调研      | 24 |
| 1.4.6 上下游行业影响及风险提示       | 32 |
| 第二章 中国婴儿家电行业的国际比较分析      | 33 |
| 2.1 中国婴儿家电行业的国际比较分析      | 33 |
| 2.1.1 中国婴儿家电行业竞争力指标分析    | 33 |
| 2.1.2 中国婴儿家电行业经济指标国际比较分析 | 33 |
| 2.1.3 婴儿家电行业国际竞争力比较      | 34 |
| (1) 生产要素                 | 34 |
| (2) 需求条件                 | 35 |
| (3) 支援与相关产业              | 36 |
| (4) 企业战略、结构与竞争状态         | 36 |
| (5) 政府的作用                | 38 |
| 2.2 全球婴儿家电行业市场需求分析       | 38 |
| 2.2.1 市场规模现状             | 38 |
| 2.2.2 需求结构分析             | 40 |
| 2.2.3 重点需求客户             | 41 |
| 2.2.4 市场前景展望             | 42 |
| 2.3 全球婴儿家电行业市场供给分析       | 42 |
| 2.3.1 生产规模现状             | 42 |
| 2.3.2 产能规模分布             | 42 |
| 2.3.3 市场价格走势             | 43 |

## 2.3.4 重点厂商分布 45

## 第二部分 市场需求篇 46

## 第三章 应用领域及行业供需分析 46

### 3.1 需求分析 46

#### 3.1.1 婴儿家电行业需求市场 46

2010-2015年中国部分婴儿小家电产品销售规模

资料来源：资料整理

2015年我国婴儿小家电销售市场规模约100.8亿元。同比2014年的82.5亿元增长了22.2%。

#### 3.1.2 婴儿家电行业客户结构 47

#### 3.1.3 婴儿家电行业需求的地区差异 48

### 3.2 供给分析 49

### 3.3 供求平衡分析及投资预测 49

#### 3.3.1 婴儿家电行业的需求预测 49

#### 3.3.2 婴儿家电行业的供应预测 49

#### 3.3.3 供求平衡分析 50

#### 3.3.4 供求平衡预测 50

### 3.4 市场价格走势分析 51

## 第四章 婴儿家电产业链的分析 52

### 4.1 行业集中度 52

### 4.2 主要环节的增值空间 53

### 4.3 行业进入壁垒和驱动因素 53

## 第五章 区域市场情况深度研究 57

### 5.1 长三角区域市场情况分析 57

### 5.2 珠三角区域市场情况分析 58

### 5.3 环渤海区域市场情况分析 59

### 5.4 婴儿家电行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 60

#### 5.4.1 华北大区市场调研 60

#### 5.4.2 华中大区市场调研 63

#### 5.4.3 华南大区市场调研 66

#### 5.4.4 华东大区市场调研 69

#### 5.4.5 东北大区市场调研 72

#### 5.4.6 西南大区市场调研 75

#### 5.4.7 西北大区市场调研 77

## 5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析 80

## 第六章 2016-2022年需求预测分析 81

### 6.1 婴儿家电行业领域2016-2022年需求量预测 81

### 6.2 2016-2022年婴儿家电行业领域需求产品/服务功能预测 82

### 6.3 2016-2022年婴儿家电行业领域需求产品/服务市场格局预测 82

## 第三部分 竞争策略篇 83

## 第七章 婴儿家电市场竞争格局分析 83

### 7.1 行业总体市场竞争状况分析 83

#### 7.1.1 婴儿家电行业竞争结构分析 83

(1) 现有企业间竞争 83

(2) 潜在进入者分析 83

(3) 替代品威胁分析 84

(4) 供应商议价能力 84

(5) 客户议价能力 84

(6) 竞争结构特点总结 85

#### 7.1.2 婴儿家电行业企业间竞争格局分析 86

#### 7.1.3 婴儿家电行业集中度分析 87

#### 7.1.4 婴儿家电行业SWOT分析 87

(1) 婴儿家电行业优势分析 87

(2) 婴儿家电行业劣势分析 88

(3) 婴儿家电行业机会分析 88

(4) 婴儿家电行业威胁分析 88

### 7.2 中国婴儿家电行业竞争格局综述 89

#### 7.2.1 婴儿家电行业竞争概况 89

(1) 中国婴儿家电行业品牌竞争格局 89

(2) 婴儿家电业未来竞争格局和特点 89

(3) 婴儿家电市场进入及竞争对手分析 90

#### 7.2.2 中国婴儿家电行业竞争力分析 90

(1) 我国婴儿家电行业竞争力剖析 90

(2) 我国婴儿家电企业市场竞争的优势 90

(3) 民企、国企、外企比较分析 91

(4) 婴儿家电企业竞争能力提升途径 91

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| 7.2.3 中国婴儿家电产品竞争力优势分析                      | 92  |
| (1) 整体产品竞争力评价                              | 92  |
| (2) 产品竞争力评价结果分析                            | 92  |
| (3) 竞争优势评价及构建建议                            | 93  |
| 7.2.4 婴儿家电行业主要企业竞争力分析                      | 93  |
| 7.3 婴儿家电行业竞争格局分析                           | 93  |
| 7.3.1 国内外婴儿家电竞争分析                          | 93  |
| 7.3.2 我国婴儿家电市场竞争分析                         | 94  |
| 7.3.3 我国婴儿家电市场集中度分析                        | 94  |
| 7.3.4 国内主要婴儿家电企业动向                         | 95  |
| 7.3.5 国内婴儿家电企业拟在建项目分析                      | 95  |
| 7.4 婴儿家电行业并购重组分析                           | 96  |
| 7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析                      | 96  |
| 7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析                        | 96  |
| 7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析                        | 96  |
| 7.5 婴儿家电市场竞争策略分析                           | 97  |
| 7.5.1 产品策略                                 | 97  |
| 7.5.2 技术策略                                 | 97  |
| 7.5.3 服务策略                                 | 98  |
| 7.5.4 品牌策略                                 | 98  |
| 第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析                       | 99  |
| 8.1 行业企业排名分析                               | 99  |
| 8.2 产业结构分析                                 | 99  |
| 8.2.1 市场细分充分程度的分析                          | 99  |
| 8.2.2 各细分市场领先企业排名                          | 100 |
| 8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例                       | 101 |
| 8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）                     | 101 |
| 8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析               | 102 |
| 8.3.1 产业价值链的构成                             | 102 |
| 8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析                       | 102 |
| 8.4 产业结构发展预测                               | 104 |
| 8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） | 104 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素     | 104 |
| 8.4.3 中国婴儿家电行业参与国际竞争的战略市场定位 | 105 |
| 第九章 前十大领先企业分析               | 106 |
| 9.1 中国婴儿家电企业总体发展状况分析        | 106 |
| 9.1.1 婴儿家电企业主要类型            | 106 |
| 9.1.2 婴儿家电企业资本运作分析          | 107 |
| 9.1.3 婴儿家电企业创新及品牌建设         | 108 |
| 9.1.4 婴儿家电企业国际竞争力分析         | 109 |
| 9.1.5 2015年婴儿家电行业企业排名分析     | 110 |
| 9.2 中国领先婴儿家电企业经营形势分析        | 111 |
| 9.2.1 九阳股份有限公司经营分析          | 111 |
| (1) 企业发展概况分析                | 111 |
| (2) 企业产品结构分析                | 112 |
| (3) 企业技术水平分析                | 112 |
| (4) 企业经营模式分析                | 112 |
| (5) 企业产销能力分析                | 112 |
| (6) 企业经济指标分析                | 113 |
| (7) 企业主要客户分析                | 116 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析              | 116 |
| (9) 企业最新发展动向                | 116 |
| 9.2.2 青岛海尔股份有限公司经营分析        | 117 |
| (1) 企业发展概况分析                | 117 |
| (2) 企业产品结构分析                | 117 |
| (3) 企业技术水平分析                | 118 |
| (4) 企业经营模式分析                | 118 |
| (5) 企业产销能力分析                | 118 |
| (6) 企业经济指标分析                | 118 |
| (7) 企业主要客户分析                | 122 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析              | 122 |
| (9) 企业最新发展动向                | 122 |
| 9.2.3 新宝股份有限公司经营分析          | 123 |
| (1) 企业发展概况分析                | 123 |



- (2) 企业产品结构分析 124
- (3) 企业技术水平分析 124
- (4) 企业经营模式分析 124
- (5) 企业产销能力分析 124
- (6) 企业经济指标分析 124
- (7) 企业主要客户分析 128
- (8) 企业竞争优势劣势分析 128
- (9) 企业最新发展动向 128

#### 9.2.4广东格兰仕集团公司经营分析 128

- (1) 企业发展概况分析 128
- (2) 企业产品结构分析 129
- (3) 企业技术水平分析 129
- (4) 企业经营模式分析 129
- (5) 企业产销能力分析 130
- (6) 企业经济指标分析 130
- (7) 企业主要客户分析 131
- (8) 企业竞争优势劣势分析 131
- (9) 企业最新发展动向 131

#### 9.2.5厦门灿坤实业股份有限公司经营分析 132

- (1) 企业发展概况分析 132
- (2) 企业产品结构分析 132
- (3) 企业技术水平分析 133
- (4) 企业经营模式分析 133
- (5) 企业产销能力分析 133
- (6) 企业经济指标分析 133
- (7) 企业主要客户分析 137
- (8) 企业竞争优势劣势分析 137
- (9) 企业最新发展动向 137

#### 9.2.6合肥荣事达小家电有限公司经营分析 137

- (1) 企业发展概况分析 137
- (2) 企业产品结构分析 137
- (3) 企业技术水平分析 138

|                        |     |
|------------------------|-----|
| (4) 企业经营模式分析           | 138 |
| (5) 企业产销能力分析           | 138 |
| (6) 企业经济指标分析           | 139 |
| (7) 企业主要客户分析           | 140 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析         | 140 |
| (9) 企业最新发展动向           | 140 |
| 9.2.7 广东美的电器股份有限公司经营分析 | 140 |
| (1) 企业发展概况分析           | 140 |
| (2) 企业产品结构分析           | 142 |
| (3) 企业技术水平分析           | 142 |
| (4) 企业经营模式分析           | 142 |
| (5) 企业产销能力分析           | 143 |
| (6) 企业经济指标分析           | 143 |
| (7) 企业主要客户分析           | 146 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析         | 147 |
| (9) 企业最新发展动向           | 147 |
| 9.2.8 TCL集团股份有限公司经营分析  | 148 |
| (1) 企业发展概况分析           | 148 |
| (2) 企业产品结构分析           | 150 |
| (3) 企业技术水平分析           | 150 |
| (4) 企业经营模式分析           | 150 |
| (5) 企业产销能力分析           | 151 |
| (6) 企业经济指标分析           | 151 |
| (7) 企业主要客户分析           | 155 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析         | 155 |
| (9) 企业最新发展动向           | 156 |
| 9.2.9 深圳市亚贝利科技有限公司经营分析 | 156 |
| (1) 企业发展概况分析           | 156 |
| (2) 企业产品结构分析           | 157 |
| (3) 企业技术水平分析           | 157 |
| (4) 企业经营模式分析           | 157 |
| (5) 企业产销能力分析           | 157 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| (6) 企业经济指标分析                   | 158 |
| (7) 企业主要客户分析                   | 159 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析                 | 159 |
| (9) 企业最新发展动向                   | 159 |
| 9.2.10 上海阿里宝宝婴儿用品有限公司经营分析      | 159 |
| (1) 企业发展概况分析                   | 159 |
| (2) 企业产品结构分析                   | 160 |
| (3) 企业技术水平分析                   | 160 |
| (4) 企业经营模式分析                   | 160 |
| (5) 企业产销能力分析                   | 160 |
| (6) 企业经济指标分析                   | 161 |
| (7) 企业主要客户分析                   | 162 |
| (8) 企业竞争优势劣势分析                 | 162 |
| (9) 企业最新发展动向                   | 162 |
| 第四部分 趋势策略篇                     | 163 |
| 第十章 2013-2015年中国婴儿家电行业整体运行指标分析 | 163 |
| 10.1 中国婴儿家电行业总体规模分析            | 163 |
| 10.1.1 企业数量结构分析                | 163 |
| 10.1.2 人员规模状况分析                | 163 |
| 10.1.3 行业资产规模分析                | 164 |
| 10.1.4 行业市场规模分析                | 164 |
| 10.2 中国婴儿家电行业产销情况分析            | 165 |
| 10.2.1 我国婴儿家电行业产值              | 165 |
| 10.2.2 我国婴儿家电行业收入              | 165 |
| 10.2.3 我国婴儿家电行业产销率             | 165 |
| 10.3 中国婴儿家电行业财务指标总体分析          | 166 |
| 10.3.1 行业盈利能力分析                | 166 |
| 10.3.2 行业偿债能力分析                | 166 |
| 10.3.3 行业营运能力分析                | 167 |
| 10.3.4 行业发展能力分析                | 167 |
| 第十一章 2016-2020年婴儿家电行业前景及趋势预测   | 168 |
| 11.1 婴儿家电行业五年规划现状及未来预测         | 168 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 11.1.1 “十二五”期间婴儿家电行业运行情况        | 168 |
| 11.1.2 “十三五”规划对行业发展的影响          | 168 |
| 11.1.3 婴儿家电行业“十三五”发展方向预测        | 169 |
| (1) 婴儿家电行业“十三五”规划制定进展           | 169 |
| (2) 婴儿家电行业“十三五”规划重点指导           | 171 |
| (3) 婴儿家电行业在“十三五”规划中重点部署         | 171 |
| (4) “十三五”时期婴儿家电行业发展方向及热点        | 172 |
| 11.2 2016-2020年婴儿家电市场趋势预测       | 173 |
| 11.2.1 2016-2020年婴儿家电市场发展潜力     | 173 |
| 11.2.2 2016-2020年婴儿家电市场趋势预测展望   | 173 |
| 11.2.3 2016-2020年婴儿家电细分行业趋势预测分析 | 174 |
| 11.3 2016-2020年婴儿家电市场发展趋势预测     | 174 |
| 11.3.1 2016-2020年婴儿家电行业发展趋势     | 174 |
| 11.3.2 2016-2020年婴儿家电市场规模预测     | 174 |
| (1) 婴儿家电行业市场容量预测                | 174 |
| (2) 婴儿家电行业销售收入预测                | 174 |
| 11.3.3 2016-2020年婴儿家电行业应用趋势预测   | 175 |
| 11.3.4 2016-2020年细分市场发展趋势预测     | 175 |
| 11.4 2016-2020年中国婴儿家电行业供需预测     | 176 |
| 11.4.1 2016-2020年中国婴儿家电行业供给预测   | 176 |
| 11.4.2 2016-2020年中国婴儿家电行业需求预测   | 176 |
| 11.4.3 2016-2020年中国婴儿家电行业供需平衡预测 | 177 |
| 第十二章我国婴儿家电行业营销趋势及策略分析           | 179 |
| 12.1 婴儿家电行业销售渠道分析               | 179 |
| 12.1.1 营销分析与营销模式推荐              | 179 |
| (1) 渠道构成                        | 179 |
| (2) 销售贡献比率                      | 179 |
| (3) 覆盖率                         | 180 |
| (4) 销售渠道效果                      | 180 |
| (5) 价值流程结构                      | 180 |
| (6) 渠道建设方向                      | 180 |
| 12.1.2 婴儿家电营销环境分析与评价            | 181 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| (1) 国际环境下的婴儿家电                | 181 |
| (2) 企事业需求下的婴儿家电               | 181 |
| (3) 评价                        | 182 |
| 12.1.3销售渠道存在的主要问题             | 182 |
| 12.1.4 营销渠道发展趋势与策略            | 182 |
| 12.2 婴儿家电行业营销策略分析             | 184 |
| 12.2.1中国婴儿家电营销概况              | 184 |
| 12.2.2婴儿家电营销策略探讨              | 184 |
| (1) 中国婴儿家电产品/服务营销策略浅析         | 184 |
| (2) 婴儿家电新产品/服务的市场推广策略         | 184 |
| 12.3 婴儿家电营销的发展趋势              | 185 |
| 12.3.1未来婴儿家电市场营销的出路           | 185 |
| 12.3.2中国婴儿家电营销的趋势预测           | 186 |
| 第十三章 影响企业生产与经营的关键趋势           | 187 |
| 13.1 市场整合成长趋势                 | 187 |
| 13.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测          | 187 |
| 13.3 企业区域市场拓展的趋势              | 187 |
| 13.4 科研开发趋势及替代技术进展            | 188 |
| 13.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势         | 188 |
| 第十四章 2016-2020年婴儿家电行业投资价值评估分析 | 189 |
| 14.1 婴儿家电行业投资特性分析             | 189 |
| 14.1.1 婴儿家电行业进入壁垒分析           | 189 |
| 14.1.2 婴儿家电行业盈利因素分析           | 189 |
| 14.1.3 婴儿家电行业盈利模式分析           | 190 |
| 14.2 2016-2020年婴儿家电行业发展的影响因素  | 192 |
| 14.2.1 有利因素                   | 192 |
| 14.2.2 不利因素                   | 198 |
| 14.3 2016-2020年婴儿家电行业投资价值评估分析 | 199 |
| 14.3.1 行业投资效益分析               | 199 |
| 14.3.2 产业发展的空白点分析             | 200 |
| 14.3.3 投资回报率比较高的投资方向          | 200 |
| 14.3.4 新进入者应注意的障碍因素           | 201 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第十五章 研究结论及发展建议     | 203 |
| 15.1 婴儿家电行业研究结论及建议 | 203 |
| 15.2 婴儿家电行业研究结论及建议 | 203 |
| 15.3 婴儿家电行业发展建议    | 204 |
| 15.3.1 行业投资策略建议    | 204 |
| 15.3.2 行业投资方向建议    | 204 |
| 15.3.3 行业投资方式建议    | 205 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Y67504J1M0.html>