

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“奶爸和奶妈们的育儿习惯和顾虑相似。他们都乐于尝试新产品，因此以往属于小众品类的产品现在大有发展机遇。品牌发展的关键是让消费者相信产品的功效和安全性。知名品牌不再像过去一样值得信赖，因此消费者需要结合专家建议和其他奶爸奶妈的育儿经验来选择产品。”

— 李玉梅，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 婴幼儿防晒产品如何可以更好地吸引中国消费者？
- 爸爸们同样关爱宝宝
- 将专业知识与实际经验相结合

“二胎政策”全面推行，中国父母的购买力增强，对高端婴幼儿产品的需求也与日俱增。在这些因素的推动下，2017年中国婴幼儿护理用品市场预计增长17.5%。鉴于市场表现强劲、前景乐观；加之新品牌加入，抢食领先品牌的份额，该市场的竞争将持续激化。

在主流产品趋于高端化的同时，品牌需要加大产品创新，刺激小众细分品类的发展，借力新兴渠道扩大品牌影响力。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

细分群体定义

综述

市场

数据1: 中国婴幼儿护理用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

公司与品牌

数据2: 婴幼儿护理用品市场领先企业的市场份额, 中国, 2015和2016年

消费者

前几大育儿问题说明消费者需要功效更显著的产品

数据3: 过去6个月内照顾宝宝时遇到的问题, 2017年6月

使用婴幼儿防晒产品并非首选的防晒方法

数据4: 在过去6个月采取的宝宝防晒方法 (按重要性区分), 2017年6月

婴幼儿防晒产品的机遇

数据5: 对婴幼儿防晒产品的看法, 2017年6月

回归到专家

数据6: 购买婴幼儿护理产品时的影响因素, 2017年6月

父母关注多个微信育儿公众号

数据7: 微信育儿公众号, 2017年6月

消费者更积极地搜集育儿经验, 而非产品信息

数据8: 微信育儿公众号, 2017年6月

我们的观点

议题与洞察

婴幼儿防晒产品如何可以更好地吸引中国消费者?

现状

启示

数据9: Bare Republic宝宝防晒棒 (Bare Republic Baby Mineral Sunscreen Stick), 美国, 2017年

数据10: Be3渐变防晒喷雾 (Be3 Sun Evolution sun protection progressive spray), 意大利, 2017年

爸爸们同样关爱宝宝

现状

启示

将专业知识与实际经验相结合

现状

启示

数据11: 多芬婴儿“真实的妈妈”(Real Mums) 营销活动, 印度, 2017年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场——您所需要了解的

- 市场继续以两位数增长率增长
- 未来增长仍依赖高端化
- 婴幼儿沐浴产品领先品类增长

市场规模与预测

- 销售额的增长强劲有力
 - 数据12: 婴幼儿护理用品市场的销售额 (按细分区分), 中国, 2013-2017年 (估计)
 - 数据13: 中国婴幼儿护理用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

市场增长动力

- 新生儿数量增加 (尤其多来自较富裕家庭)
 - 数据14: 要二胎的意愿 (按家庭月收入区分), 2016年对比2017年
- 从低端到中端/中高端的产品高端化趋势
 - 数据15: 婴幼儿护理用品上市新品 (按价位区分), 中国, 2015-2017年 (截止8月)
- 电子商务不断发展, 推动市场增长
- 父母育儿知识增加, 小众产品获发展机遇
 - 数据16: 妙思乐夏季空调房宝宝专属面霜实例, 中国, 2017年

市场细分

- 婴幼儿护肤用品占最大销售份额
 - 数据17: 婴幼儿护理用品市场的销售额和年增长率 (按细分区分), 中国, 2015-2017年 (估计)
 - 数据18: 中国婴幼儿护肤用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年
- 婴幼儿洗浴和香皂产品的增速超过其他细分
 - 数据19: 中国婴幼儿洗浴和香皂市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年
- 婴幼儿洗发护发细分增长相对乏力
 - 数据20: 中国婴幼儿洗发护发用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

重点企业——您所需了解的

- 旗下有高端品牌的企业2016年市场表现更佳
- 母婴用品专卖店将成为下一个战场
- 小众品类具有发展潜力

市场份额

- 新晋品牌抢食领先品牌的市场份额
 - 数据21: 婴幼儿护理用品市场领先企业的市场份额, 中国, 2015和2016年
- 拥有高端品牌的企业将带动市场增长

竞争策略

- 市场营销中一定要提供科学依据
 - 数据22: 哈罗闪官网的产品信息, 中国, 2017年
 - 数据23: 强生婴儿展示的科学研究成果, 中国, 2017年
- 再次加大对线下渠道的投入

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

谁在创新？

中国市场对比成熟市场

数据24: 新生儿个人护理用品上市新品采用的前几大宣称——中国、韩国、日本、美国和英国，2016年

小众子品类呈上升趋势

数据25: 婴幼儿护理用品上市新品（按子品类区分），中国，2014-2016年

值得关注的产品创新

无纳米粒婴儿用气垫防晒品

数据26: Jerry's无纳米粒婴儿用气垫防晒品，韩国，2017年

有机宣称

数据27: 有机的婴幼儿护理用品实例，澳大利亚和日本，2016年

“不含滑石粉”的宣称

数据28: 不含滑石粉的婴幼儿爽身粉实例，中国和菲律宾，2016-2017年

适合敏感肌肤使用的持久保湿产品

数据29: 理肤泉的Lipikar48小时全效修护系列产品，德国，2017年

宝宝面膜

数据30: Goongsecret易贴式补水面膜（Goongsecret Sticker Soothing Pack），韩国，2016年

消费者——您所需要了解的

最常见的皮肤问题：皮肤敏感且容易产生各类斑疹

避免太阳下暴晒是首选防晒方法

父母对防晒产品既有顾虑，也有兴趣

专业人士的建议最有影响力

五分之一的父母关注“宝宝树”

消费者积极搜集育儿经验

照顾宝宝时遇到的问题

品牌需致力为宝宝提供更愉悦的沐浴体验

数据31: 过去6个月内照顾宝宝时遇到的问题，2017年6月

皮肤敏感且容易产生各类斑疹是最常见的两种皮肤问题

7-12个月的宝宝更多地受到皮肤问题的困扰

数据32: 过去6个月内照顾宝宝时遇到的问题（按宝宝年龄区分），2017年6月

头发问题对不同年龄段宝宝的影响相似

防晒方法

避免太阳下暴晒被认为是最重要的防晒方法

数据33: 在过去6个月采取的宝宝防晒方法（按重要性区分），2017年6月

消费对防晒产品的态度略有两极化的倾向

25-29岁的父母持不同观点

数据34: 过去6个月采用的宝宝防晒方法（按年龄区分），2017年6月

对婴幼儿防晒产品的看法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

担忧和兴趣共存

数据35: 对婴幼儿防晒产品的看法

只在必要时使用

宝宝皮肤干燥，父母更喜欢防晒产品

数据36: 对婴幼儿防晒产品的看法（根据宝宝的皮肤问题区分），2017年6月

整体而言，爸爸们和妈妈们对宝宝防晒产品的态度一致

数据37: 对婴幼儿防晒产品的看法（按性别区分），2017年6月

影响购买的因素

非常重视专家建议

数据38: 购买婴幼儿护理产品时的影响因素，2017年6月

长辈依然有影响力

数据39: 长辈作为购买婴幼儿护理产品时的影响因素（按人口统计特征区分），2017年6月

成都的父母倾向于信赖品牌

数据40: 购买婴幼儿护理产品时的影响因素（按一线城市区分），2017年6月

爸爸们喜欢听周围人的建议，而妈妈们关注关键意见领袖

数据41: 购买婴幼儿护理产品时的影响因素——女性对比男性（区分标准），2017年6月

微信公众号

微信育儿公众号的选择呈多样化

数据42: 微信育儿公众号，2017年6月

“宝宝树”占主导地位

数据43: “宝宝树”微信公众号的内容实例，中国，2017年

成熟父母是“宝宝树”的主要关注者

数据44: “宝宝树”的关注者（按性别和年龄区分），2017年6月

从微信公众号获取的信息

消费者更积极地搜集育儿经验，而非产品信息

数据45: 微信育儿公众号，2017年6月

爸爸们对亲子活动信息更感兴趣

年轻父母不太关注产品推荐和优惠活动

数据46: 从微信公众号获取的信息（按年龄区分），2017年6月

认识英敏特城市精英人群

更开放也更谨慎

数据47: 对婴儿防晒霜的看法（按消费者分类区分），2017年6月

更看重专业人士的建议

数据48: 购买婴幼儿护理产品时的影响因素（按消费者分类区分），2017年6月

积极地从微信公众号获取信息

数据49: 从微信公众号获取的信息（按消费者分类区分），2017年6月

附录——市场规模与预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿护理用品 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据50: 婴幼儿护理用品市场的销售额，中国，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com