

# 2017-2022年中国移动母婴行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国移动母婴行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

**官网地址：**<https://www.huaon.com/detail/291466.html>

**报告价格：**电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

**订购电话:** 400-700-0142 010-80392465

**电子邮箱:** kf@huaon.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、报告目录及图表目录

移动母婴行业产品按照功能不同，分为电商平台中的母婴频道、垂直母婴电商平台、母婴社区平台、母婴专业服务平台。

2015年底，中国移动母婴用户规模已达0.41亿人。预计到2016年底，移动母婴预计将接近0.62亿人。当前移动母婴行业发展仍处于初始阶段，随着二胎开放等国家政策落实，移动母婴人口红利持续释放，用户增长水平将维持高位运行。

2016上半年中国手机网民对移动母婴产品使用情况

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。

### 第1章：中国移动母婴行业发展状况分析

#### 1.1 中国移动母婴行业发展现状分析

##### 1.1.1 中国移动母婴行业发展周期

##### 1.1.2 中国移动母婴行业发展规模

##### 1.1.3 中国移动母婴行业市场结构

##### 1.1.4 中国移动母婴行业竞争格局

- (1) 母婴垂直社区电商平台发展
- (2) 母婴实体企业线上线下资源整合
- (3) 传统电商拓展母婴垂直市场
- (4) BAT加快母婴领域布局

#### 1.2 中国移动母婴行业用户特征分析

##### 1.2.1 移动母婴APP用户性别分布

2016年第1季度中国移动母婴市场用户性别结构

##### 1.2.2 移动母婴APP用户年龄分布

2016年第1季度中国移动母婴市场用户年龄结构

##### 1.2.3 移动母婴APP用户省份分布

##### 1.2.4 移动母婴APP用户城市分布

##### 1.2.5 移动母婴APP用户使用特征

##### 1.2.6 移动母婴APP用户应用偏好

#### 1.3 中国移动母婴APP市场格局分析

##### 1.3.1 移动母婴APP市场格局

- (1) 移动母婴APP月活跃用户数

(2) 移动母婴APP日活跃用户数

### 1.3.2 育儿社区APP市场格局

(1) 育儿社区APP月活跃用户数

(2) 育儿社区APP日活跃用户数

(3) 育儿社区APP人均使用情况

(4) 育儿社区APP用户转化留存情况

### 1.3.3 孕期经期APP市场格局

(1) 孕期经期APP月活跃用户数

(2) 孕期经期APP日活跃用户数

(3) 孕期经期APP人均使用情况

(4) 孕期经期APP用户转化留存情况

## 第2章：中国移动母婴行业细分市场发展分析

### 2.1 移动母婴行业细分市场发展概况

#### 2.1.1 移动母婴细分市场概况

#### 2.1.2 移动母婴细分市场结构

### 2.2 移动母婴社区应用市场发展分析

#### 2.2.1 市场发展规模分析

#### 2.2.2 市场竞争格局分析

#### 2.2.3 市场应用状况分析

#### 2.2.4 市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

### 2.3 移动母婴电商应用市场发展分析

#### 2.3.1 市场发展规模分析

#### 2.3.2 市场竞争格局分析

#### 2.3.3 市场应用状况分析

#### 2.3.4 市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

### 2.4 移动母婴健康应用市场发展分析

#### 2.4.1 市场发展规模分析

#### 2.4.2 市场竞争格局分析

#### 2.4.3 市场应用状况分析

#### 2.4.4 市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

## 2.5 移动母婴实用工具市场发展分析

### 2.5.1 市场发展规模分析

### 2.5.2 市场竞争格局分析

### 2.5.3 市场应用状况分析

### 2.5.4 市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

## 第3章：中国移动母婴行业领先企业案例分析

### 3.1 移动母婴综合服务平台案例发展分析

#### 3.1.1 宝宝树

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 3.1.2 美柚

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 3.1.3 亲宝宝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 3.1.4 妈妈帮

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 3.1.5 辣妈帮

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 3.1.6 妈妈圈

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.1.7 贝聊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.8 孕期伴侣

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.2 母婴品牌线上线下业务整合布局分析

3.2.1 合生元

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.2.2 孩子王

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.2.3 摇篮网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.2.4 红孩子

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.2.5 辣妈贝贝

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.3 传统电商移动母婴业务布局分析

3.3.1 京东移动母婴业务布局分析

3.3.2 聚美优品移动母婴业务布局分析

3.3.3 苏宁易购移动母婴业务布局分析

3.4 BAT移动母婴业务布局分析

### 3.4.1 百度移动母婴业务布局分析

### 3.4.2 腾讯移动母婴业务布局分析

### 3.4.3 阿里巴巴移动母婴业务布局分析

## 第4章：中国移动母婴行业投资潜力与策略规划

### 4.1 移动母婴行业发展前景预测

#### 4.1.1 行业影响因素分析

##### （1）政策支持因素

##### 1) “普遍二孩”政策

##### 2) “互联网+”战略

##### （2）技术推动因素

##### 1) 移动智能终端持续渗透

##### 2) 移动电商/支付日益成熟

##### （3）市场需求因素

##### 1) 潜在用户庞大

##### 2) 价值观念转变

#### 4.1.2 行业发展规模预测

### 4.2 移动母婴行业发展趋势预测

#### 4.2.1 移动母婴社区应用市场趋势预测

#### 4.2.2 移动母婴电商应用市场趋势预测

#### 4.2.3 移动母婴健康应用市场趋势预测

#### 4.2.4 移动母婴实用工具市场趋势预测

### 4.3 移动母婴行业投资潜力分析

#### 4.3.1 行业投资热潮分析

#### 4.3.2 行业投资推动因素

##### （1）行业发展势头分析

##### （2）行业投资环境分析

### 4.4 移动母婴行业投资现状分析

#### 4.4.1 行业投资主体分析

##### （1）行业投资主体构成

##### （2）各投资主体投资优势

#### 4.4.2 行业投资切入方式

#### 4.4.3 行业投资规模分析

##### （1）行业整体投资规模

##### （2）细分领域投资规模

## 4.5 移动母婴行业投资策略规划

### 4.5.1 行业投资方式策略

### 4.5.2 行业投资领域策略

### 4.5.3 行业产品创新策略

### 4.5.4 行业商业模式策略

## 部分图表目录

图表1：中国移动母婴行业发展周期

图表2：2015-2016年中国移动母婴APP活跃用户数与行业渗透率（单位：万，%）

图表3：中国移动母婴行业市场结构

图表4：中国移动母婴行业现有竞争者分析

图表5：2016年中国移动母婴APP用户性别结构（单位：%）

图表6：2016年中国移动母婴APP用户年龄结构（单位：%）

图表7：2016年中国移动母婴APP用户省份分布结构（单位：%）

图表8：2016年中国移动母婴APP用户城市分布结构（单位：%）

图表9：2016年中国各城市移动母婴APP用户指数

图表10：2015年中国移动母婴APP用户工作日活跃时段分布

图表11：2015年中国移动母婴APP用户周末活跃时段分布

图表12：2015年中国怀孕人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表13：2015年中国育儿人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表14：2016年中国主要移动母婴APP月活跃用户规模

图表15：2016年中国主要移动母婴APP日活跃用户规模

图表16：2016年中国主要育儿社区APP月活跃用户规模

图表17：2016年中国主要育儿社区APP日活跃用户规模

图表18：2016年中国主要育儿社区APP人均月使用次数

图表19：2016年中国主要育儿社区APP人均月使用时长

图表20：2016年中国主要育儿社区APP用户转化情况

图表21：2016年中国主要育儿社区APP用户N日留存情况

图表22：2016年中国主要孕期经期APP月活跃用户规模

图表23：2016年中国主要孕期经期APP日活跃用户规模

图表24：2016年中国主要孕期经期APP人均月使用次数

图表25：2016年中国主要孕期经期APP人均月使用时长

图表26：2016年中国主要孕期经期APP用户转化情况

图表27：2016年中国主要孕期经期APP用户N日留存情况

图表28：中国移动母婴细分市场概况



图表29：中国不同类型移动母婴应用用户规模及增速

图表30：2015年中国移动母婴APP各类型款数分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291466.html>