

2021-2026年中国母婴行业市场供需格局及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国母婴行业市场供需格局及投资规划建议报告》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/channel/cosmetics/695429.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

随着新消费时代的来临，中国消费市场正在经历用户从单纯的“物质消费”向复合型“精神消费”的转变，越来越多的人愿意为商品中所蕴含的文化和内容买单。在2018年至2019年，天猫母婴亲子行业IP授权商品销售额取得了41%的增长，并且推出IP授权商品的商家数量占比也从16%增长至22%。

2018-2019年天猫母婴亲子行业IP授权合作商家数量增长情况

从母婴亲子行业IP授权商品各细分品类来看，2019年玩具/童车/益智/积木/模型类产品占据了55.34%的份额，童装/婴儿装/亲子装品类占比为27.30%，童鞋/婴儿鞋/亲子鞋品类占比为7.47%。

2019年天猫母婴亲子行业IP授权商品各品类分布

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。

报告目录：

第一章 中国母婴行业相关概述

1.1母婴市场定义

1.2母婴市场分类

第二章 2016-2020年中国母婴行业发展环境PEST分析

2.1政策（Political）环境

2.1.1全面二胎政策

2.1.2母婴儿童计划

2.1.3其他政策解读

2.2经济（Economic）环境

2.2.1国内生产总值

2.2.2消费价格走势

2.2.3居民收入水平

2.2.4社会消费规模

2.2.5“妈妈经济”崛起

2.3社会（Social）环境

2.3.1人口规模与构成

2.3.2家庭结构及消费特点

2.3.3科学育儿消费观念

2.4技术（Technological）环境

2.4.1大数据

2.4.2互联网+

2.4.3人工智能

2.4.4区块链

2.4.5电子商务

2.4.6移动支付

第三章 2016-2020年中国母婴行业发展现状深度分析

3.1中国母婴行业发展综述

3.1.1行业生命周期

3.1.2产业链构成

3.1.3行业发展热点

3.2中国母婴市场现状分析

3.2.1行业现状总况

3.2.2市场规模分析

2014年至2020年期间，我国母婴市场规模整体保持着两位数的增长速度，但增速放缓，截止至2020年，我国母婴市场规模为3.91万亿元，同比增长了10.45%。

2014-2020年中国母婴市场规模及增速

3.2.3市场消费格局

3.2.4消费人群分析

3.3中国母婴市场渠道发展分析

3.3.1渠道发展现状

3.3.2细分品类渠道

3.3.3渠道数据分析

3.3.4渠道发展趋势

3.4中国母婴连锁市场发展分析

3.4.1市场发展优势

3.4.2市场发展阶段

3.4.3市场规模状况

3.4.4市场集中度

3.4.5市场竞争格局

3.4.6单店面积分布

3.4.7企业核心竞争力

3.4.8行业发展趋势

3.5中国母婴实体店消费状况分析

3.5.1母婴实体店经营状况

3.5.2母婴实体店客户分析

3.5.3母婴实体店盈利能力

3.5.4母婴店品类销售状况

3.5.5母婴实体店发展总结

3.6中国母婴行业发展面临的问题

3.6.1经营成本问题

3.6.2市场竞争问题

3.6.3营运标准问题

3.6.4人力资源问题

3.6.5其他问题

3.7中国母婴行业发展建议

3.7.1政府监管策略

3.7.2企业发展策略

第四章 2016-2020年中国互联网母婴行业发展综合分析

4.1中国互联网母婴行业发展分析

4.1.1互联网母婴产业图谱

4.1.2互联网母婴发展历程

4.1.3出生人口数量分析

4.1.4母婴商品网络零售额

4.1.5母婴电商市场规模

4.1.6母婴平台用户规模

4.1.7细分领域用户规模

4.1.8互联网母婴发展态势

4.1.9行业用户活跃度分析

4.2中国移动母婴市场现状分析

4.2.1应用平台图谱

4.2.2移动母婴用户

4.2.3重点细分市场

4.2.4人均浏览时长

4.2.5 APP用户增长

4.2.6市场结构分析

4.2.7市场竞争格局

4.3中国跨境母婴电商发展分析

4.3.1发展背景分析

4.3.2行业发展现状

4.3.3消费影响因素

4.3.4主要物流模式

4.3.5未来发展展望

4.4中国互联网母婴用户特征分析

4.4.1用户性别分布

4.4.2用户年龄分布

4.4.3用户消费能力

4.4.4用户区域分布

4.4.5内容偏好分析

4.4.6需求群体特征

4.5中国互联网母婴厂商发展对比分析

4.5.1运营模式对比分析

4.5.2用户群体对比分析

4.5.3业务延展方式分析

4.6中国互联网母婴主要厂商市场格局分析

4.6.1宝宝树

4.6.2妈妈网

4.6.3亲宝宝

4.6.4育儿网

4.6.5宝贝格子

4.6.6乐友

4.6.7贝贝网

第五章 2016-2020年中国母婴服务行业发展全面分析

5.1月子中心市场

5.1.1月子中心介绍

5.1.2产业链条分析

5.1.3行业区域分布

5.1.4月子中心数量

5.1.5市场规模分析

5.1.6市场需求偏好

5.1.7发展问题分析

5.1.8市场SWOT分析

5.1.9市场竞争分析

5.1.10市场发展趋向

5.2幼儿教育行业

5.2.1行业发展意义

5.2.2行业发展特征

5.2.3市场规模分析

5.2.4全国幼儿园数量

5.2.5行业发展现状

5.2.6用户消费状况

5.2.7行业发展问题

5.2.8行业发展建议

5.2.9行业未来展望

5.2.10行业发展趋势

5.3儿童医疗市场

5.3.1重要政策分析

5.3.2市场供需状况

5.3.3细分市场分析

5.3.4问题策略分析

5.4儿童摄影市场

5.4.1市场发展现状

5.4.2区域市场分析

5.4.3市场发展机遇

5.4.4投资原因分析

5.4.5市场竞争分析

5.4.6消费者特征分析

5.4.7面临的问题及建议

第六章 2016-2020年中国婴幼儿奶粉行业发展分析

6.1中国奶粉行业发展概述

6.1.1政策环境

6.1.2行业价值

6.1.3发展历程

6.1.4发展特点

6.2中国婴幼儿奶粉行业发展现状综合分析

6.2.1行业基本综述

6.2.2市场规模现状

6.2.3市场消费结构

6.2.4市场销售渠道

6.2.5注册申请情况

6.2.6行业抽检情况

6.2.7市场价格分析

6.2.8线上销售情况

6.2.9进出口市场分析

6.3中国婴幼儿奶粉行业竞争格局分析

6.3.1市场结构分析

6.3.2市场集中程度

6.3.3行业竞争格局

6.3.4品牌认可度

6.3.5行业区域布局

6.4中国有机婴幼儿奶粉行业发展分析

6.4.1行业相关概念

6.4.2行业发展历程

6.4.3市场发展现状

6.4.4市场发展规模

6.4.5企业竞争格局

6.4.6企业产品布局

6.4.7市场发展前景

6.5中国婴幼儿奶粉质量安全现状及治理

6.5.1质量安全现状及影响因素

6.5.2质量安全问题产生的原因

6.5.3质量安全质量治理及评价

6.6中国婴幼儿奶粉行业发展存在的问题

6.6.1行业监管问题

6.6.2消费观念问题

6.6.3品牌营销问题

6.7中国婴幼儿奶粉行业发展策略分析

6.7.1行业发展建议

6.7.2精准把控策略

6.7.3品牌营销策略

6.8中国婴幼儿奶粉行业投资风险预警

6.8.1政策风险

6.8.2技术风险

6.8.3供求风险

6.8.4经济风险

6.9中国婴幼儿奶粉行业发展预测及趋向分析

6.9.1市场规模预测

6.9.2市场发展机遇

6.9.3市场发展趋势

6.9.4行业未来走向

第七章 2016-2020年中国婴儿纸尿裤市场发展分析

7.1中国婴儿纸尿裤市场现状分析

7.1.1市场发展规模

7.1.2市场产销情况

7.1.3市场渗透率

7.1.4市场集中程度

7.1.5市场竞争现状

7.1.6市场成本分析

7.1.7市场渠道分析

7.2中国婴儿纸尿裤市场消费者行为分析

7.2.1纸尿裤购买数量分布

7.2.2纸尿裤购买核心要素

7.3中国婴儿纸尿裤市场发展风险

7.3.1竞争加剧

7.3.2价格风险

7.3.3品牌形象

7.3.4销售渠道

7.3.5研发风险

7.4中国婴儿纸尿裤市场发展展望

7.4.1市场发展机遇

7.4.2市场发展趋势

第八章 2016-2020年中国婴幼儿辅食市场发展状况

8.1中国婴幼儿辅食市场发展现状分析

8.1.1产品结构分析

8.1.2市场相关政策

8.1.3市场发展规模

8.1.4产品消费构成

8.1.5市场集中度

8.1.6营销策略分析

8.2中国婴幼儿营养保健品市场发展分析

8.2.1市场总体现状

8.2.2市场格局分析

8.2.3益生菌市场分析

8.2.4 DHA市场分析

8.2.5市场发展趋势

8.3中国婴幼儿辅食消费市场研究

8.3.1自制婴幼儿辅食原因

8.3.2婴幼儿辅食主要渠道

8.3.3辅食产品满意度比例

8.3.4影响消费者购买因素

8.3.5消费者购买品牌选择

8.4中国婴幼儿辅食营销模式分析

8.4.1直营模式

8.4.2代理经销商模式

8.4.3大型综合连锁卖场模式

8.4.4网络营销模式

8.5中国婴幼儿辅食市场发展预测

8.5.1总体发展趋势

8.5.2市场需求预测

8.5.3产品变化趋势

第九章 2016-2020年中国玩具行业发展分析

9.1中国玩具行业发展现状综述

9.1.1相关概述

9.1.2行业标准

9.1.3驱动因素

9.1.4产品质量

9.2中国玩具市场运行现状分析

9.2.1市场规模分析

9.2.2市场竞争分析

9.2.3市场营销分析

9.2.4市场外贸情况

9.2.5市场消费行为

9.2.6销售渠道分析

9.3中国玩具企业发展状况分析

9.3.1企业发展状况

9.3.2企业主要类型

9.3.3企业经营模式

9.3.4企业发展思路

9.4中国玩具行业存在问题解析

9.4.1国际贸易环境严峻

9.4.2成本上涨利润下降

9.4.3玩具品牌价值较低

9.5中国玩具行业发展路径分析

9.5.1加强产业扶持力度

9.5.2减少产品文化壁垒

9.5.3注重玩具品牌建设

9.6中国玩具行业投资壁垒分析

9.6.1研发设计实力壁垒

9.6.2产品销售渠道壁垒

9.6.3企业品牌效应壁垒

9.6.4安全环保标准壁垒

9.7中国玩具行业未来发展趋势

9.7.1产业发展前景

9.7.2企业发展机遇

9.7.3智能化发展趋势

9.7.4科教玩具前景

第十章 2016-2020年中国童装行业发展分析

10.1 2016-2020年童装行业整体发展分析

10.1.1产业生命周期

10.1.2市场发展规模

10.1.3行业的集中度

10.1.4市场消费特征

10.1.5人均消费水平

10.1.6行业监管政策

10.1.7产业结构分析

10.2 2016-2020年中国童装市场竞争格局

10.2.1企业运营状况

10.2.2企业竞争布局

10.2.3市场融资动态

10.2.4跨界企业进入

10.3童装网购市场发展分析

10.3.1童装电商市场规模状况

10.3.2童装电商市场竞争状况

10.3.3产品质量成为发展短板

10.3.4网购童装市场监管加强

10.3.5线上线下互动发展趋势

10.4中国童装行业前景趋势分析

10.4.1政策机遇分析

10.4.2市场需求机遇

10.4.3发展前景展望

10.4.4市场需求趋向

10.4.5产业发展趋势

第十一章 2016-2020年中国孕产用品行业发展状况分析

11.1中国孕产行业发展综述

11.1.1行业基本状况

11.1.2行业零售规模

11.1.3线上销售品牌

11.1.4线上销售特点

11.1.5主要消费人群

11.2中国孕妇装产业发展分析

11.2.1产品特点分析

11.2.2行业产业链分析

11.2.3产业发展历程

11.2.4市场发展规模

11.2.5重点品牌介绍

11.2.6线上销售规模

11.2.7消费群体特点

11.2.8产业发展问题

11.2.9产业发展建议

11.2.10跨界布局动态

11.2.11产业发展趋势

11.3中国孕妇用化妆品产业发展分析

11.3.1产品特点分析

11.3.2产业发展历程

11.3.3市场销售规模

11.3.4重点品牌介绍

11.3.5市场营销要点

11.3.6行业发展壁垒

11.3.7市场驱动因素

11.3.8产业发展趋势

11.3.9产品研发趋势

第十二章 2016-2020年中国母婴行业其他细分产品市场发展分析

12.1婴幼儿湿巾产业

12.1.1市场基本概述

12.1.2市场销售规模

12.1.3消费市场测评

12.1.4市场销售渠道

12.1.5市场竞争状况

12.1.6未来发展趋势

12.2其他细分市场

12.2.1婴儿洗护用品

12.2.2婴儿喂养产品

12.2.3婴童家具市场

12.2.4婴童安全座椅

12.2.5童车市场

第十三章 中国母婴市场营销现状及策略分析

13.1“互联网+”时代下中国母婴市场营销发展分析

13.1.1“互联网+媒介”的品牌传播

13.1.2“互联网+渠道”的产品销售与传播

13.1.3“互联网+跨界”的产品整合

13.1.4“互联网+工具”的销售管理

13.1.5“互联网+时代”市场营销趋势

13.1.6互联网母婴市场营销发展趋势

13.2全面二孩背景下中国母婴产品市场营销策略分析

13.2.1购买者消费心理行为分析

13.2.2市场开发及营销对策分析

13.2.3市场主要营销模式分析

13.3中国母婴用品企业营销策略探析

13.3.1企业营销现状

13.3.2营销存在的问题

13.3.3企业营销策略

13.3.4新零售营销策略

13.3.5垂直媒体营销策略

13.4中国母婴行业广告营销现状及策略分析

13.4.1户外广告投放情况

13.4.2户外广告投放作用

第十四章 2016-2020年中国母婴行业重点企业经营状况分析

14.1中国育儿网络控股有限公司

14.1.1企业发展简况分析

14.1.2企业经营情况分析

14.1.3企业经营优劣势分析

14.2广州市悦芽母婴产品股份有限公司

14.2.1企业发展概况

14.2.2经营效益分析

14.2.3业务经营分析

14.2.4财务状况分析

14.2.5核心竞争力分析

14.2.6未来前景展望

14.3广东高乐玩具股份有限公司

14.3.1企业发展概况

14.3.2经营效益分析

14.3.3业务经营分析

14.3.4财务状况分析

14.3.5核心竞争力分析

14.3.6公司发展战略

14.3.7未来前景展望

14.4上海爱婴室商务服务股份有限公司

14.4.1企业发展概况

14.4.2经营效益分析

14.4.3业务经营分析

14.4.4财务状况分析

14.4.5核心竞争力分析

14.4.6公司发展战略

14.4.7未来前景展望

14.5上海喜喜母婴护理服务股份有限公司

14.5.1企业发展概况

14.5.2经营效益分析

14.5.3业务经营分析

14.5.4财务状况分析

14.5.5未来前景展望

14.6金发拉比妇婴童用品股份有限公司

14.6.1企业发展概况

14.6.2经营效益分析

14.6.3业务经营分析

14.6.4财务状况分析

14.6.5核心竞争力分析

14.6.6公司发展战略

14.6.7未来前景展望

14.7爹地宝贝股份有限公司

14.7.1企业发展概况

14.7.2经营效益分析

14.7.3业务经营分析

14.7.4财务状况分析

14.7.5公司发展战略

14.7.6未来前景展望

14.8浙江母爱婴童用品股份有限公司

14.8.1企业发展概况

14.8.2经营效益分析

14.8.3业务经营分析

14.8.4财务状况分析

14.8.5商业模式分析

第十五章 中国母婴行业的投资分析

15.1中国母婴行业投融资规模状况

15.1.1融资规模统计

15.1.2融资结构分析

15.1.3融资特点分析

15.1.4融资现状分析

15.2中国母婴细分行业投融资分析

15.2.1早幼教投融资状况

15.2.2母婴零售融资状况

15.2.3母婴医疗融资状况

15.2.4母婴电商融资状况

15.2.5母婴产品服务融资状况

15.3中国母婴行业投资风险提示

15.3.1宏观经济风险

15.3.2违规宣传风险

15.3.3市场竞争风险

15.3.4消费改变风险

15.3.5渠道风险分析

15.3.6管理风险分析

15.4中国母婴行业投资对策建议

15.4.1加快创新发展

15.4.2应对市场竞争

15.4.3消费迎合对策

15.4.4渠道优化策略

15.5中国母婴行业投资机会及趋势分析

15.5.1线上母婴消费机会

15.5.2科技投资机会

15.5.3国货崛起机会

15.5.4 IP跨界投资机会

15.5.5打通私域流量池

第十六章 中国母婴行业标杆企业项目投资建设案例深度解析

16.1豪悦护理母婴吸收性卫生用品智能制造技改项目

16.1.1项目基本概述

16.1.2投资价值分析

16.1.3资金需求测算

16.1.4建设内容规划

16.1.5实施进度安排

16.1.6经济效益分析

16.2安奈儿儿童生活体验馆项目

16.2.1项目基本概述

16.2.2项目建设背景

16.2.3投资价值分析

16.2.4资金需求测算

16.2.5实施进度安排

16.3百亚国际产业园升级建设项目

16.3.1项目基本概述

16.3.2投资价值分析

16.3.3建设内容规划

16.3.4实施进度安排

16.3.5资金需求测算

16.3.6经济效益分析

16.3.7项目环保情况

16.4起步股份婴童用品销售网络建设项目

16.4.1项目基本概述

16.4.2建设内容规划

16.4.3投资价值分析

16.4.4资金需求测算

16.4.5经济效益分析

16.5奥飞娱乐母婴领域相关投资项目

16.5.1玩具产品扩产建设项目

16.5.2婴童用品扩产建设项目

16.5.3奥飞欢乐世界乐园网点建设项目

16.6贝因美母婴领域相关投资项目

16.6.1配方奶粉及区域配送中心项目

16.6.2母婴新零售终端赋能项目

第十七章 2021-2026年中国母婴行业前景预测分析

17.1中国母婴行业未来发展趋势分析

17.1.1专业化发展趋势（AK LCJ）

17.1.2精细化发展趋势

17.1.3安全生产趋势

17.1.4中高端发展趋势

17.1.5服务化发展趋势

17.2 2021-2026年中国母婴行业预测分析

17.2.1 2021-2026年中国母婴行业影响因素分析

17.2.2 2021-2026年中国母婴市场规模预测

附录:

附录一：母婴安全行动计划（2016-2020年）

附录二：健康儿童行动计划（2016-2020年）

附录三：关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见

图表目录：

图表1母婴童市场主要品类

图表2 2020年国内生产总值修订数据与初步核算数据对比表

图表3 2016-2020年国内生产总值及增速

图表4 2016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表5 2020年GDP初步核算数据

图表6 2020年GDP初步核算数据

图表7 2016-2020年全国居民消费价格涨跌幅

图表8 2020年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表9 2020年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表10 2020年居民消费价格主要数据

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/695429.html>