

2021-2027年中国母婴产品 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

报告报价

《2021-2027年中国母婴产品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/Q87504MUYF.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-08-30

【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《2021-2027年中国母婴产品市场分析与投资前景研究报告》介绍了母婴产品行业相关概述、中国母婴产品产业运行环境、分析了中国母婴产品行业的现状、中国母婴产品行业竞争格局、对中国母婴产品行业做了重点企业经营状况分析及中国母婴产品产业发展前景与投资预测。您若想对母婴产品产业有个系统的了解或者想投资母婴产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

90/95后更加关注口碑，更加喜欢社交电商。与85后妈妈更加看重品牌相比，95后妈妈对品牌的要求逐渐降低，对口碑的要求逐渐看重。95后对于品牌的关注比例为38%，而对口碑的关注达到47%，而且对口碑的关注主要通过亲友和医生的推荐。孕妈们主要通过母婴APP、购物APP、母婴公众号等渠道获取母婴信息，而90/95后妈妈对种草类APP的偏好度显著高于前代。虽然90/95后观看直播购物的比例更高，但是对于直播内容，也比较理性。

据博思数据发布的《2021-2027年中国母婴产品市场分析与投资前景研究报告》表明：近年来，线上渠道增速放缓，销售占比趋于稳定。得益于2010-2016年新生儿人口的持续走高，移动互联网的高速发展，跨境电商等政策的放开，线上母婴销售迎来爆发式增长。但由于近年出生率不断下滑，母婴产品趋于高端化，线上母婴销售增速已经放缓，2018年我国母婴电商市场增长率已经低于母婴行业整体增长率，预计2020年母婴行业整体增长率为13.9%，而线上母婴市场增长率仅为7.5%。占比将下降为21%。现阶段，电商渠道对线下母婴渠道的冲击已经结束，线下实体店仍然是目前及未来母婴市场最主要的销售渠道。母婴线上渠道规模及增速

时间	市场规模(亿元)	增速(%)
2013年	859.6	
2014年	1817.5	111.44
2015年	3607	98.46
2016年	5008.7	38.86
2017年	6376.4	27.31
2018年	7473.2	17.20
2019年	8115.4	8.59

数据来源：博思数据整理

报告目录：

第一章 母婴产品行业相关概述

第一节 母婴产品行业定义及特征

一、母婴产品行业定义及分类

二、行业特征分析

第二节 母婴产品行业经营模式分析

一、采购模式分析

二、生产模式分析

三、销售模式分析

四、母婴产品行业经营模式影响因素分析

第三节 母婴产品行业主要风险因素分析

一、经营风险分析二、管理风险分析

三、法律风险分析

第四节 母婴产品行业数据来源与统计口径

一、统计部门与统计口径

二、统计方法与数据种类

第五节 母婴产品行业研究概述

一、母婴产品行业研究目的

二、母婴产品行业研究原则

三、母婴产品行业研究方法

四、母婴产品行业研究内容

第六节 母婴产品行业政策环境分析

一、行业管理体制

二、行业相关标准

三、行业相关发展政策

第二章 2019年母婴产品行业经济及技术环境分析

第一节 2019年全球宏观经济环境

一、当前世界经济贸易总体形势

二、主要国家和地区经济展望

第二节 2019年中国经济环境分析

一、2019年中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境展望

三、经济环境对母婴产品行业影响分析

第三节 2019年母婴产品行业社会环境分析

第四节 2019年母婴产品行业技术环境

一、母婴产品行业专利申请数分析

二、母婴产品行业专利申请人分析

三、母婴产品行业热门专利技术分析

第五节 母婴产品行业技术动态

第六节 母婴产品行业发展趋势

第三章 全球母婴产品行业现状分析

第一节 全球母婴产品行业发展概况

- 一、全球母婴产品行业现状分析
- 二、全球母婴产品行业竞争格局
- 三、全球母婴产品行业规模预测

第二节 全球主要区域母婴产品市场发展现状及趋势预测

- 一、北美母婴产品行业市场概况及趋势
- 二、亚太母婴产品行业市场概况及趋势
- 三、欧盟母婴产品行业市场概况及趋势

第四章 中国母婴产品所属行业经营情况分析

第一节 母婴产品行业发展概况分析

食品（奶粉、辅食）、纸尿裤、服装、玩具是母婴行业主要产品。超过半数的父母把育儿支出集中在奶粉、纸尿裤和童装上。由于母婴产品需求具有刚性，而且具有短期高频的特点，消费者的价格敏感性往往较低，而且随着90/95后成为生育主力，消费能力和意愿的增强使得他们更加愿意为下一代投入更大的精力和财力。同时，90/95后更加注重孩子的个性化和精细化需求，母婴产品的消费升级趋势明显，总体呈现高端化和差异化的趋势。此外，新生代妈妈们对母婴护理、亲子摄影、医疗保健、儿童早教等内容和服务的需求也在不断增加。

母婴产品支出金额排序

数据来源：公开资料整理

母婴产品需求更加差异化	母婴产品需求更加差异化	专业细分品类
高端品类奶粉	幼儿液态奶、羊奶粉、有机奶粉等	有机辅食助力眼部发育婴幼儿奶粉，健康果泥，磨牙饼干等
防腹泻/抗敏的特殊配方奶粉以及复函营养元素奶粉	高端进口、轻薄纸尿裤;夏季、夜用、游泳、大童专用等多场景纸尿裤	便捷性需求
便捷性需求	便捷性需求覆盖洗护、喂养、免拼和出行场景	宝宝洗浴:纯天然、有机概念、全方位洗护受青睐
婴童出行:婴童防蚊防晒需求加剧，轻便推车、登机车、多胎车	婴童棉品:恒温、感温睡袋	时尚需求
亲子风、IP联名款		

数据来源：公开资料整理

一、行业发展历程回顾

二、行业发展特点分析

三、行业发展影响因素

四、行业经营情况及全球份额分析

第二节 母婴产品行业生产态势分析

一、2015-2019年中国母婴产品行业产能统计

二、2015-2019年中国母婴产品行业产量分析

三、2021-2027年中国母婴产品行业产量预测图

第三节 母婴产品行业销售态势分析

一、2015-2019年中国母婴产品行业需求统计

二、2015-2019年中国母婴产品行业需求区域分析

三、2021-2027年中国母婴产品行业需求预测图

第四节 母婴产品行业市场规模分析

一、2015-2019年中国母婴产品行业市场规模统计

二、2015-2019年中国母婴产品行业需求规模区域分布

三、2021-2027年中国母婴产品行业市场规模预测图

第五节 母婴产品行业价格现状、影响因素及趋势预测

一、2015-2019年中国母婴产品行业价格回顾

二、中国母婴产品行业价格影响因素分析

三、2021-2027年中国母婴产品行业价格走势预测图

第五章 2015-2019年母婴产品所属行业进出口分析

第一节 2015-2019年母婴产品所属行业进口分析

一、2015-2019年母婴产品所属行业进口总量分析

二、2015-2019年母婴产品所属行业进口总金额分析

三、2015-2019年母婴产品所属行业进口均价走势图

四、母婴产品所属行业进口分国家情况

五、母婴产品所属行业进口均价分国家对比

第二节 2015-2019年母婴产品所属行业出口分析

一、2015-2019年母婴产品所属行业出口总量分析

二、2015-2019年母婴产品所属行业出口总金额分析

三、2015-2019年母婴产品所属行业出口均价走势图

四、母婴产品所属行业出口分国家情况

五、母婴产品所属行业出口均价分国家对比

第六章 中国母婴产品所属行业经济指标分析

第一节 2015-2019年中国母婴产品所属行业整体概况

- 一、企业数量变动趋势
- 二、行业资产变动趋势
- 三、行业负债变动趋势
- 四、行业销售收入变动趋势
- 五、行业利润总额变动趋势

第二节 2015-2019年中国母婴产品所属行业供给情况分析

- 一、行业总产值分析
- 二、行业产成品分析

第三节 2015-2019年中国母婴产品所属行业销售情况分析

- 一、行业销售产值分析
- 二、所属行业产销率情况

第四节 2015-2019年中国母婴产品所属行业经营效益分析

- 一、所属行业盈利能力分析
- 二、所属行业运营能力分析
- 三、所属行业偿债能力分析
- 四、行业发展能力分析

第七章 2019年中国母婴产品行业竞争格局分析

第一节 母婴产品行业壁垒分析

- 一、资质壁垒
- 二、技术壁垒
- 三、规模壁垒
- 四、经营壁垒
- 五、品牌壁垒
- 六、人才壁垒

第二节 母婴产品行业竞争格局

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节 母婴产品行业五力竞争分析

一、现有企业间竞争

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

第四节 2021-2027年母婴产品行业竞争格局展望

第五节 2021-2027年母婴产品行业竞争力提升策略

第八章 母婴产品行业上游产业链分析

第一节 上游原料1分析

一、上游原料1生产分析

二、上游原料1销售分析

二、2021-2027年上游原料1行业发展趋势

第二节 上游原料2分析

一、上游原料2生产分析

二、上游原料2销售分析

二、2021-2027年上游原料2行业发展趋势

第三节 上游原料市场对母婴产品行业影响分析

第九章 母婴产品行业下游产业链分析

第一节 下游需求市场1分析

一、下游需求市场1发展概况

二、2021-2027年下游需求市场1行业发展趋势

第二节 下游需求市场2分析

一、下游需求市场2发展概况

二、2021-2027年下游需求市场2行业发展趋势

第三节 下游需求市场对母婴产品行业影响分析

第十章 2015-2019年母婴产品行业各区域市场概况

第一节 华北地区母婴产品行业调研

一、华北地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年华北地区需求市场情况

三、2021-2027年华北地区需求趋势预测

第二节 东北地区母婴产品行业调研

一、东北地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年东北地区需求市场情况

三、2021-2027年东北地区需求趋势预测

第三节 华东地区母婴产品行业调研

一、华东地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年华东地区需求市场情况

三、2021-2027年华东地区需求趋势预测

第四节 华中地区母婴产品行业调研

一、华中地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年华中地区需求市场情况

三、2021-2027年华中地区需求趋势预测

第五节 华南地区母婴产品行业调研

一、华南地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年华南地区需求市场情况

三、2021-2027年华南地区需求趋势预测

第六节 西部地区母婴产品行业调研

一、西部地区区域要素及经济运行态势分析

二、2015-2019年西部地区需求市场情况

三、2021-2027年西部地区需求趋势预测

第十一章 母婴产品行业主要优势企业分析

第一节 好孩子集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 上海安琪妇婴用品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 葆婴公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 母婴童用品经销商家

一、婴达喜

二、乐友

三、艾贝儿

第十二章 2021-2027年中国母婴产品行业趋势预测分析

第一节 母婴产品行业投资回顾

一、母婴产品行业投资规模及增速统计

二、母婴产品行业投资结构分析

第二节 2021-2027年中国母婴产品行业投资规模及增速预测

第三节 2021-2027年中国母婴产品行业发展趋势预测

一、母婴产品行业发展驱动因素分析

二、母婴产品行业发展趋势预测

三、母婴产品行业产销及市场规模预测

四、2021-2027年中国母婴产品行业全球市场份额预测

第四节 母婴产品行业投资现状及建议

一、母婴产品行业投资项目分析

二、母婴产品行业投资机遇分析

三、母婴产品行业投资前景警示

四、母婴产品行业投资趋势分析建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Q87504MUYF.html>