

2021-2027年中国互联网+ 婴童用品市场深度调研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年中国互联网+婴童用品市场深度调研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/501285IZPH.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】2021-08-23

【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年中国互联网+婴童用品市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了互联网+婴童用品行业相关概述、中国互联网+婴童用品产业运行环境、分析了中国互联网+婴童用品行业的现状、中国互联网+婴童用品行业竞争格局、对中国互联网+婴童用品行业做了重点企业经营状况分析及中国互联网+婴童用品产业发展前景与投资预测。您若想对互联网+婴童用品产业有个系统的了解或者想投资互联网+婴童用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

从2016年二孩政策实施，2016年出生人口数量17.9百万人，到2019年1月份统计局2018年数据，2018年我国全年出生1523万人口出生率为10.94‰。

2013-2018年我国母婴家庭群体规模2.62亿人，到2018年增至至2.86亿人，2012年-2018年母婴家庭规模相比增长11.28%。

同时伴随85后及90后对母婴用品需求不断升级，对于目前年轻人对母婴消费成为主消费群体，对于产品更在乎品质，便利及潮流时尚，以及新潮的育儿观念及消费能力增长，加大购买力，但他们把目光倾向于更高品质，时尚国外品牌，这些让母婴用品市场成为消费热点，更喜欢在个人护理品渠道购买母婴产品。

据博思数据发布的《2021-2027年中国互联网+婴童用品市场深度调研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年新出生人口的持续走高，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

婴童用品种类繁多，一般包括婴儿洗衣液、护臀膏、婴儿洗发露、浴盆、玩具、益智玩具、颜色图画、识字书，婴儿床、婴儿手推车、宝宝餐椅、奶粉、衣物、尿片、奶瓶等等。婴童用品在选购时应详细了解产品的原产地，制造公司或经销公司的资质，详细看产品的质检报告，选择可信赖的品牌。

爱得利母婴用品	3	爱婴坊母婴用品	4	贝因美母婴用品
5	新安怡母婴用品	6	乐友母婴用品	7
童泰母婴用品	8	好孩子母婴用品	9	丽婴房母婴用品
10	日康母婴用品			

母婴用品，线下母婴消费渠道，市场份额占了整体母婴渠道市场份额的近50%，销售额增速15%，在过去一年，母婴用品整体大品类销售额增长23%，线上线下基本推动了整体母婴快消品市场增长。

55.0%的受访消费者计划2020年增加购买婴童用品的支出，17.1%的受访消费者计划2020年减少购买婴童用品的支出。

2020年受访消费者购买婴童用品预计支出

2019年，受访消费者通过短视频了解婴童用品信息的占比41.6%，比上年提高19.5个百分点；直播占比34.3%，比上年提高19.0个百分点。

报告目录：

第一部分 行业运行环境

第一章 互联网+婴童用品行业相关概述

第一节 互联网+婴童用品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 互联网+婴童用品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2015-2019年中国互联网+婴童用品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 互联网+婴童用品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业调研

五、行业下游产业链相关行业调研

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 互联网+婴童用品所属行业2021-2027年规划概述

第一节 2015-2019年互联网+婴童用品行业发展回顾

2019年，受访消费者在线上购买手推车、奶瓶和儿童安全座椅时，选择京东、淘宝和天猫三大平台的占比分别达到70.3%、69.0%和60.2%。

2019年受访消费者选择线上渠道购买婴童用品主要平台

二孩或计划要二孩家庭中，有47.7%的受访消费者选择继续使用一孩所使用过的婴童耐用品（主要指手推车、儿童安全座椅和童床等婴童耐用品），比上年提高8.5个百分点。

二孩或计划要二孩家庭计划购买婴童耐用品情况

一、2015-2019年互联网+婴童用品行业运行情况

二、2015-2019年互联网+婴童用品行业发展特点

三、2015-2019年互联网+婴童用品行业发展成就

第二节 互联网+婴童用品行业2021-2027年总体规划

一、互联网+婴童用品行业2021-2027年规划纲要

二、互联网+婴童用品行业2021-2027年规划指导思想

三、互联网+婴童用品行业2021-2027年规划主要目标

第三节 2021-2027年规划解读

一、2021-2027年规划的总体战略布局

二、2021-2027年规划对经济发展的影响

三、2021-2027年规划的主要精神解读

第三章 2021-2027年经济环境分析

第一节 2021-2027年世界经济发展趋势

- 一、2021-2027年世界经济将逐步恢复增长
- 二、2021-2027年经济全球化曲折发展
- 三、2021-2027年新能源与节能环保将引领全球产业
- 四、2021-2027年跨国投资再趋活跃
- 五、2021-2027年气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、2021-2027年美元地位继续削弱
- 七、2021-2027年世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 2021-2027年我国经济面临的形势

- 一、2021-2027年我国经济将长期趋好
- 二、2021-2027年我国经济将围绕三个转变
- 三、2021-2027年我国工业产业将全面升级
- 四、2021-2027年我国以绿色投资前景为基调

第三节 2021-2027年我国对外经济贸易预测

- 一、2021-2027年我国劳动力结构预测
- 二、2021-2027年我国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、2021-2027年我国自主创新结构预测
- 四、2021-2027年我国产业体系预测
- 五、2021-2027年我国产业竞争力预测
- 六、2021-2027年我国经济国家化预测
- 七、2021-2027年我国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、2021-2027年人民币区域化和国际化预测
- 九、2021-2027年我国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、2021-2027年我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业深度分析

第四章 互联网+婴童用品所属行业全球发展分析

第一节 全球互联网+婴童用品市场总体情况分析

- 一、全球互联网+婴童用品行业的发展特点
- 二、2015-2019年全球互联网+婴童用品市场结构
- 三、2015-2019年全球互联网+婴童用品行业发展分析

四、2015-2019年全球互联网+婴童用品行业竞争格局

五、2015-2019年全球互联网+婴童用品市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场调研

一、欧洲

1、欧洲互联网+婴童用品行业发展概况

2、2015-2019年欧洲互联网+婴童用品市场结构

3、2021-2027年欧洲互联网+婴童用品行业趋势预测分析

二、北美

1、北美互联网+婴童用品行业发展概况

2、2015-2019年北美互联网+婴童用品市场结构

3、2021-2027年北美互联网+婴童用品行业趋势预测分析

三、日本

1、日本互联网+婴童用品行业发展概况

2、2015-2019年日本互联网+婴童用品市场结构

3、2021-2027年日本互联网+婴童用品行业趋势预测分析

四、韩国

1、韩国互联网+婴童用品行业发展概况

2、2015-2019年韩国互联网+婴童用品市场结构

3、2021-2027年韩国互联网+婴童用品行业趋势预测分析

五、其他国家地区

第五章 2015-2019年互联网+婴童用品所属行业总体发展状况

第一节 互联网+婴童用品行业特性分析

第二节 互联网+婴童用品产业特征与行业重要性

第三节 2015-2019年互联网+婴童用品行业发展分析

一、2015-2019年互联网+婴童用品市场发展现状分析

二、2015-2019年互联网+婴童用品行业发展特点分析

三、2021-2027年区域产业布局与产业转移

第四节 2015-2019年互联网+婴童用品行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第五节 2015-2019年互联网+婴童用品所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第六章 中国互联网+婴童用品市场规模分析

第一节 2015-2019年中国互联网+婴童用品市场规模分析

第二节 2015-2019年我国互联网+婴童用品区域结构分析

第三节 2015-2019年中国互联网+婴童用品区域市场规模

一、2015-2019年东北地区市场规模分析

二、2015-2019年华北地区市场规模分析

三、2015-2019年华东地区市场规模分析

四、2015-2019年华中地区市场规模分析

五、2015-2019年华南地区市场规模分析

六、2015-2019年西部地区市场规模分析

第四节 2021-2027年中国互联网+婴童用品市场规模预测

第七章 我国互联网+婴童用品所属行业运行分析

第一节 我国互联网+婴童用品行业发展状况分析

一、我国互联网+婴童用品行业发展阶段

二、我国互联网+婴童用品行业发展总体概况

三、我国互联网+婴童用品行业发展特点分析

四、我国互联网+婴童用品行业商业模式分析

第二节 2015-2019年互联网+婴童用品行业发展现状

一、2015-2019年我国互联网+婴童用品行业市场规模

二、2015-2019年我国互联网+婴童用品行业发展分析

三、2015-2019年中国互联网+婴童用品企业发展分析

第三节 2015-2019年互联网+婴童用品市场情况分析

一、2015-2019年中国互联网+婴童用品市场总体概况

二、2015-2019年中国互联网+婴童用品市场发展分析

第四节 我国互联网+婴童用品市场价格走势分析

- 一、互联网+婴童用品市场定价机制组成
- 二、互联网+婴童用品市场价格影响因素
- 三、2015-2019年互联网+婴童用品价格走势分析
- 四、2021-2027年互联网+婴童用品价格走势预测

第八章 2021-2027年我国互联网+婴童用品所属行业供需形势分析

第一节 我国互联网+婴童用品市场现状分析

- 一、2015-2019年我国互联网+婴童用品行业供给情况
 - 1、我国互联网+婴童用品行业供给分析
 - 2、重点企业供给及占有份额
- 二、2015-2019年我国互联网+婴童用品行业需求情况
 - 1、互联网+婴童用品行业需求市场
 - 2、互联网+婴童用品行业客户结构
 - 3、互联网+婴童用品行业需求的地区差异
- 三、2015-2019年我国互联网+婴童用品行业供需平衡分析

第二节 互联网+婴童用品产品（服务）市场应用及需求预测

- 一、互联网+婴童用品产品（服务）应用市场总体需求分析
 - 1、互联网+婴童用品产品（服务）应用市场需求特征
 - 2、互联网+婴童用品产品（服务）应用市场需求总规模
- 二、2021-2027年互联网+婴童用品行业领域需求量预测
 - 1、2021-2027年互联网+婴童用品行业领域需求产品（服务）功能预测
 - 2、2021-2027年互联网+婴童用品行业领域需求产品（服务）市场格局预测
- 三、重点行业互联网+婴童用品产品（服务）需求分析预测

第三部分 行业竞争策略

第九章 2021-2027年互联网+婴童用品行业产业结构调整分析

第一节 互联网+婴童用品产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 2021-2027年产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国互联网+婴童用品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、2021-2027年产业结构调整方向分析

第十章 互联网+婴童用品行业竞争力优势分析

第一节 互联网+婴童用品行业竞争力优势分析

一、行业地位分析

二、行业整体竞争力评价

三、行业竞争力评价结果分析

四、竞争优势评价及构建建议

第二节 中国互联网+婴童用品行业竞争力分析

一、我国互联网+婴童用品行业竞争力剖析

二、我国互联网+婴童用品企业市场竞争的优势

三、民企与外企比较分析

四、国内互联网+婴童用品企业竞争能力提升途径

第三节 互联网+婴童用品行业SWOT分析

一、互联网+婴童用品行业优势分析

二、互联网+婴童用品行业劣势分析

三、互联网+婴童用品行业机会分析

四、互联网+婴童用品行业威胁分析

第十一章 2021-2027年互联网+婴童用品行业市场竞争策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网+婴童用品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、互联网+婴童用品行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、互联网+婴童用品行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

第二节 中国互联网+婴童用品行业竞争格局综述

一、互联网+婴童用品行业竞争概况

1、中国互联网+婴童用品行业品牌竞争格局

2、互联网+婴童用品业未来竞争格局和特点

3、互联网+婴童用品市场进入及竞争对手分析

二、互联网+婴童用品行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 2015-2019年互联网+婴童用品行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外互联网+婴童用品竞争分析

二、2015-2019年我国互联网+婴童用品市场竞争分析

三、2015-2019年我国互联网+婴童用品市场集中度分析

四、2015-2019年国内主要互联网+婴童用品企业动向

五、2015-2019年国内互联网+婴童用品企业拟在建项目分析

第四节 互联网+婴童用品企业竞争策略分析

一、提高互联网+婴童用品企业核心竞争力的对策

二、影响互联网+婴童用品企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高互联网+婴童用品企业竞争力的策略

第十二章互联网+婴童用品行业企业发展形势分析

第一节 宝宝树

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、主要经营数据指标

五、投资前景规划

第二节 妈妈网

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、主要经营数据指标

五、投资前景规划

第三节 辣妈帮

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、主要经营数据指标

五、投资前景规划

第四节 贝贝网

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、主要经营数据指标

五、投资前景规划

第五节 蜜芽宝贝

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、主要经营数据指标

五、投资前景规划

六、公司投资前景分析

第四部分 行业前景调研展望

第十三章 2021-2027年互联网+婴童用品行业行业前景调研展望

第一节 互联网+婴童用品行业2021-2027年投资机会分析

一、互联网+婴童用品投资项目分析

二、可以投资的互联网+婴童用品模式

三、2021-2027年互联网+婴童用品投资机会

第二节 2021-2027年互联网+婴童用品行业发展预测分析

一、2021-2027年互联网+婴童用品发展分析

二、2021-2027年互联网+婴童用品行业技术开发方向

三、总体行业2021-2027年整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、2021-2027年行业发展趋势

第四节 2021-2027年规划将为互联网+婴童用品行业找到新的增长点

第十四章 2021-2027年互联网+婴童用品行业投资价值评估分析

第一节 互联网+婴童用品行业投资特性分析

一、互联网+婴童用品行业进入壁垒分析

二、互联网+婴童用品行业盈利因素分析

三、互联网+婴童用品行业盈利模式分析

第二节 2021-2027年互联网+婴童用品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2021-2027年互联网+婴童用品行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2021-2027年中国互联网+婴童用品行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2021-2027年中国互联网+婴童用品行业总产值预测

三、2021-2027年中国互联网+婴童用品行业销售收入预测

四、2021-2027年中国互联网+婴童用品行业利润总额预测

五、2021-2027年中国互联网+婴童用品行业总资产预测

第十五章 2021-2027年互联网+婴童用品行业发展趋势及投资前景分析

第一节 2015-2019年互联网+婴童用品存在的问题

第二节 2021-2027年发展预测分析

一、2021-2027年互联网+婴童用品发展方向分析

二、2021-2027年互联网+婴童用品行业发展规模预测

三、2021-2027年互联网+婴童用品行业发展趋势预测

第三节 2021-2027年互联网+婴童用品行业投资前景分析

一、竞争风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、投资前景分析

第十六章 互联网+婴童用品行业2021-2027年热点问题探讨

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构

第二节 发展绿色经济和互联网+婴童用品经济，增强可持续发展能力

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构

第六节 2021-2027年时期互联网+婴童用品行业自身热点问题研究

一、行业技术发展热点问题

二、产业增长方式转型问题

三、行业产业链延伸问题

四、行业节能减排问题

五、行业产业转移及承接问题

第五部分 投资前景指导

第十七章 2021-2027年互联网+婴童用品行业面临的困境及对策

第一节 2019年互联网+婴童用品行业面临的困境

第二节 互联网+婴童用品企业面临的困境及对策

一、重点互联网+婴童用品企业面临的困境及对策

1、重点互联网+婴童用品企业面临的困境

2、重点互联网+婴童用品企业对策探讨

二、中小互联网+婴童用品企业发展困境及策略分析

1、中小互联网+婴童用品企业面临的困境

2、中小互联网+婴童用品企业对策探讨

三、国内互联网+婴童用品企业的出路分析

第三节 中国互联网+婴童用品行业存在的问题及对策

一、中国互联网+婴童用品行业存在的问题

二、互联网+婴童用品行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国互联网+婴童用品市场发展面临的挑战与对策

第十八章 2021-2027年互联网+婴童用品行业投资前景建议研究

第一节 互联网+婴童用品行业投资趋势分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+婴童用品品牌的战略思考

一、互联网+婴童用品品牌的重要性

二、互联网+婴童用品实施品牌战略的意义

三、互联网+婴童用品企业品牌的现状分析

四、我国互联网+婴童用品企业的品牌战略

五、互联网+婴童用品品牌战略管理的策略

第三节 互联网+婴童用品经营策略分析

一、互联网+婴童用品市场细分策略

二、互联网+婴童用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+婴童用品新产品差异化战略

第四节 互联网+婴童用品行业投资前景建议研究

一、2019年互联网+婴童用品行业投资前景建议

二、2021-2027年互联网+婴童用品行业投资前景建议

三、2021-2027年细分行业投资前景建议

第十九章 研究结论及投资建议

第一节 互联网+婴童用品行业研究结论及建议

第二节 互联网+婴童用品子行业研究结论及建议

第三节 互联网+婴童用品行业2021-2027年投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：互联网+婴童用品行业生命周期

图表：互联网+婴童用品行业产业链结构

图表：2015-2019年全球互联网+婴童用品行业市场规模

图表：2015-2019年中国互联网+婴童用品行业市场规模

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国互联网+婴童用品市场占全球份额比较

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业销售收入

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业利润总额

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业资产总计

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业负债总计

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业竞争力分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品市场价格走势

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业主营业务收入

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业主营业务成本

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业销售费用分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业管理费用分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业财务费用分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业销售毛利率分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业销售利润率分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业成本费用利润率分析

图表：2015-2019年互联网+婴童用品行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/501285IZPH.html>