

2020-2025年中国母婴市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国母婴市场运行态势及行业发展前景预测报告》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/channel/light/640064.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

母婴用品是指为孕产期女性与0-3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品。孕产期女性与0-3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。

2016年中国放开二胎政策以来，人口出生率保持相对稳定，没有再出现过去出生率直线下跌的态势。随着人口的增长和消费升级，必然会带动母婴行业的消费增长，2019年我国母婴用品已经达到了3.6亿，预计2020年突破四万亿。

2015-2020年中国母婴行业市场规模统计

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

第一节 母婴市场定义及分类

一、市场定义

二、市场分类

第二节 中国母婴市场消费用户特征

一、用户自然属性

二、用户价值属性

第二章 2015-2019年中国母婴行业发展环境PEST分析

第一节 政策（Political）环境

一、全面二胎政策

二、母婴儿童计划

第二节 经济（Economic）环境

一、国内生产总值

二、消费价格走势

三、居民收入水平

四、社会消费规模

五、“妈妈经济”崛起

第三节 社会（Social）环境

一、人口规模与构成

二、二胎政策婴儿潮

三、家庭结构特点

四、科学育儿消费观念

第三章 2015-2019年中国母婴行业发展现状深度分析

第一节 中国母婴行业发展综述

一、行业发展阶段

二、产业链构成

第二节 中国母婴市场现状分析

一、行业现状总况

二、市场规模分析

三、市场消费格局

四、区域消费现状调研

第三节 中国母婴市场渠道发展分析

一、渠道发展现状调研

二、渠道发展特点

三、渠道数据分析

四、渠道发展趋势预测分析

第四节 中国母婴连锁市场发展分析

一、市场规模分析

二、行业竞争格局

三、业务延展模式分析

四、企业渠道布局策略

五、直营连锁发展前景

六、行业发展趋势预测

第五节 中国母婴实体店消费状况分析

一、母婴实体店发展现状调研

二、母婴实体店客户分析

三、母婴实体店发展总结

第六节 中国母婴行业发展面临的问题

一、经营成本问题

二、市场竞争问题

三、供应链采购体系的不足

四、人力资源问题

第七节 中国母婴行业发展建议

一、政府监管策略

二、企业发展策略

第四章 2015-2019年中国互联网母婴行业发展综合分析

第一节 中国移动母婴市场现状分析

一、市场发展总况

伴随着互联网的发展以及电商的崛起，享受着时代红利的母婴行业移动端也得到了迅速发展。2015-2019年期间我国母婴移动端用户规模总体呈逐年增长态势，年均复合增长51%。2019年我国母婴移动端用户规模为2.1亿人，同比增长40%。

2015-2019年中国母婴行业移动端用户规模统计

二、市场竞争格局

第二节 中国互联网母婴主要厂商市场格局分析

一、宝宝树

二、乐友

第五章 2015-2019年中国母婴服务行业发展全面分析

第一节 月子中心市场

一、市场发展概况

二、市场规模分析

三、市场消费现状调研

四、市场需求分析

五、市场SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

六、市场竞争分析

七、市场发展趋向

第二节 幼儿教育行业

一、行业发展意义

二、行业发展特征

三、市场消费调查

四、行业发展问题

五、行业发展建议

六、行业未来展望

七、民办市场规划

第六章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉行业发展分析

第一节 中国奶粉行业发展概述

一、政策环境

二、发展特征

第二节 中国婴幼儿奶粉行业发展现状综合分析

一、行业现状综述

二、市场规模现状调研

三、生产企业监管状况分析

四、行业竞争格局

五、进口市场分析

第三节 中国有机婴幼儿奶粉行业发展分析

一、行业相关概念

二、行业发展历程

三、市场发展现状调研

四、品牌现状分析

五、市场影响因素

第四节 中国婴幼儿奶粉质量安全现状及治理

一、质量安全现状及影响因素

二、质量安全质量治理及评价

第五节 中国婴幼儿奶粉行业发展存在的问题

一、行业发展面临问题

二、行业发展制约因素

三、品牌营销问题

第六节 中国婴幼儿奶粉行业发展策略分析

一、行业发展相关建议

二、市场竞争力提升对策

三、品牌营销策略

第七节 中国婴幼儿奶粉行业投资风险预警

一、政策风险

二、技术风险

三、供求风险

四、经济风险

第八节 中国婴幼儿奶粉行业发展预测及趋向分析

一、市场规模预测分析

二、市场发展趋势预测分析

第七章 2015-2019年中国婴儿纸尿裤市场发展分析

第一节 中国婴儿纸尿裤市场现状分析

- 一、市场规模分析
- 二、市场竞争现状调研
- 三、市场渠道分析
- 四、市场品牌分析
- 五、区域消费状况分析

第二节 中国婴儿纸尿裤市场消费者行为分析

- 一、消费者使用量分析
- 二、消费价位分析
- 三、功能诉求分析

第三节 中国婴儿纸尿裤市场不利因素分析

- 一、市场竞争日益加剧的风险
- 二、原料价格大幅波动的风险
- 三、品牌形象受侵害风险
- 四、研发及新产品开发的风险

第四节 中国婴儿纸尿裤市场发展展望

- 一、市场发展机遇
- 二、市场发展空间
- 三、市场发展趋势预测分析

第八章 2015-2019年中国婴幼儿辅食市场发展情况分析

第一节 中国婴幼儿辅食市场发展现状分析

- 一、主要产品分析
- 二、市场发展规模
- 三、消费影响因素
- 四、市场监管细则
- 五、区域发展格局
- 六、终端市场现状调研

第二节 中国婴幼儿营养保健品市场发展分析

- 一、市场总体现状调研
- 二、市场格局分析
- 三、益生菌市场分析
- 四、DHA市场分析

第三节 中国婴幼儿辅食消费市场研究

- 一、市场品牌研究

二、消费者行为研究

第四节 中国婴幼儿辅食营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销模式

第五节 2020-2025年中国婴幼儿辅食市场发展预测分析

一、市场规模预测分析

二、竞争格局预测分析

第九章 2015-2019年中国玩具行业发展分析

第一节 中国玩具行业发展现状综述

一、相关概述

二、行业标准

三、行业特点

第二节 中国玩具市场运行现状分析

一、市场销售状况分析

二、市场经济效益

三、市场外贸情况分析

四、市场需求分析

五、销售渠道分析

第三节 中国玩具企业发展状况分析

一、企业发展情况分析

二、企业经营模式

三、企业市场竞争

四、企业发展思路

第四节 中国玩具行业存在问题解析

一、国际贸易环境严峻

二、成本上涨利润下降

三、玩具品牌价值较低

第五节 中国玩具行业发展路径分析

一、强化品牌建设

二、构建精细化管理模式

三、完善产业链，形成配套集成效应

第六节 中国玩具行业投资壁垒分析

一、研发设计实力壁垒

二、产品销售渠道壁垒

三、企业品牌效应壁垒

四、安全环保标准壁垒

第七节 中国玩具行业未来发展趋势预测分析

一、行业集中度提升

二、产业融合程度加深

三、注重发展自主品牌

第十章 2015-2019年中国童装行业发展分析

第一节 2015-2019年童装行业整体发展分析

一、产业生命周期

二、市场发展规模

三、市场发展特征

四、人均消费水平

五、行业监管政策

第二节 2015-2019年中国童装市场竞争格局

一、企业运营情况分析

二、企业竞争布局

三、跨界企业进入

第三节 童装网购市场发展分析

一、童装电商市场规模情况分析

二、童装电商市场竞争情况分析

三、产品质量成为发展短板

四、网购童装市场监管加强

五、线上线下互动发展趋势预测分析

第四节 2020-2025年中国童装行业前景趋势预测

一、政策机遇分析

二、市场需求机遇

三、市场需求趋向

四、产业发展趋势预测分析

第十一章 2015-2019年中国孕产用品行业发展状况分析

第一节 中国孕产行业发展综述

一、行业发展背景

二、行业基本情况分析

三、行业零售规模

四、用户行为分析

第二节 中国孕妇装产业发展分析

一、行业产业链分析

二、产业发展历程

三、市场发展规模

四、市场竞争格局

五、销售渠道分布

六、消费用户分析

七、问题对策分析

（一）存在的问题

（二）发展对策

八、产业发展趋势预测分析

第三节 中国孕妇化妆品产业发展分析

一、产业发展历程

二、市场发展规模

三、市场竞争格局

四、典型品牌企业

五、销售渠道分布

六、消费用户分析

七、市场驱动因素

八、产业发展趋势预测分析

第十二章 2015-2019年中国母婴行业其他细分产品市场发展分析

第一节 婴幼儿湿巾产业

一、市场基本概述

二、市场销售规模

三、消费市场情况分析

四、市场销售渠道

五、未来发展趋势预测分析

第二节 其他细分市场

一、婴儿洗护用品

二、婴儿喂养产品

三、婴童家具市场

四、婴童安全座椅

五、童车市场

第十三章 中国母婴市场营销现状及策略分析

第一节 "互联网+"时代下中国母婴市场营销发展分析

一、"互联网+媒介"的品牌传播

二、"互联网+渠道"的产品销售与传播

三、"互联网+跨界"的产品整合

四、"互联网+工具"的销售管理

五、"互联网+时代"市场营销趋势预测分析

第二节 全面二胎背景下中国母婴产品市场营销策略分析

一、购买者消费心理行为分析

二、市场开发及营销对策分析

第三节 基于消费者行为的中国母婴用品企业营销策略探析

一、企业营销现状调研

二、营销存在的问题

三、企业营销策略

第四节 中国母婴行业广告营销现状及策略分析

一、行业广告格局

二、媒体投放分析

三、细分市场投放

四、精准广告投放策略

第十四章 中国母婴行业重点企业经营状况分析

第一节 中国育儿网络控股有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 孩子王儿童用品股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 浙江母爱婴童用品股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 爹地宝贝股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 金发拉比妇婴童用品股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节 上海广生行母婴用品股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第七节 广东高乐玩具股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八节 上海爱婴室商务服务股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十五章 2020-2025年中国母婴行业投融资状况分析及前景预测

第一节 中国母婴行业融资潜力分析

一、融资数据分析（AK LZH）

二、融资项目属性

三、融资偏好分析

第二节 中国母婴行业未来发展趋势预测

一、行业走向专业化

二、销售渠道多样化

三、市场细分时代来临

第三节 2020-2025年中国母婴行业预测分析

一、影响因素分析

1、有利因素

2、不利因素

二、母婴市场规模预测分析

图表目录：

图表1：母婴行业分类

图表2：2015-2019年国内生产总值情况单位：亿元

图表3：2015-2019年居民可支配收入情况单位：元

图表4：2015-2019年社会消费品零售总额情况单位：亿元

图表5：2015-2019年中国人口规模及结构情况单位：万人

图表6：2015-2019年母婴行业市场规模情况单位：万亿元

图表7：母婴行业渠道特点对比

图表8：2015-2019年母婴行业线上与线下渠道规模对比单位：亿元

图表9：2015-2019年母婴连锁行业市场规模情况单位：亿元

图表10：宝宝树主要产品

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/light/640064.html>