

# 2020-2026年中国母婴行业发展现状分析及市场前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国母婴行业发展现状分析及市场前景预测报告》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.chyxx.com/research/201805/641730.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2020-2026年中国母婴行业发展现状分析及市场前景预测报告》共十五章。首先介绍了母婴相关概念及发展环境，接着分析了中国母婴规模及消费需求，然后对中国母婴市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国母婴面临的机遇及发展前景。您若想对中国母婴有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 母婴市场定义及分类

##### 1.1.1 市场定义

##### 1.1.2 市场分类

#### 1.2 中国母婴市场消费用户特征

##### 1.2.1 用户自然属性

##### 1.2.2 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

#### 2.1 政策环境

##### 2.1.1 全面二胎政策

##### 2.1.2 其他政策解读

#### 2.2 经济环境

##### 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 “她经济”崛起

#### 2.3 社会（Social）环境

##### 2.3.1 人口数量规模

##### 2.3.2 人口结构分析

##### 2.3.3 二胎政策婴儿潮

#### 2.4 技术（Technological）环境

##### 2.4.1 大数据

##### 2.4.2 互联网+

#### 2.4.3 云计算

#### 2.4.4 电子商务

#### 2.4.5 移动支付

### 第三章 2015-2019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 产业链结构

##### 3.1.3 行业发展特点

#### 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

##### 3.2.3 市场需求分析

##### 3.2.4 市场消费格局

##### 3.2.5 区域消费现状

#### 3.3 中国母婴商品零售市场分析

##### 3.3.1 市场发展阶段

##### 3.3.2 市场发展特征

##### 3.3.3 经营模式分析

##### 3.3.4 市场竞争格局

##### 3.3.5 市场面临挑战

#### 3.4 中国母婴市场渠道发展分析

##### 3.4.1 渠道优势分析

##### 3.4.2 渠道发展现状

##### 3.4.3 渠道数据分析

##### 3.4.4 渠道发展趋势

#### 3.5 中国母婴行业发展面临的问题

##### 3.5.1 经营成本问题

##### 3.5.2 市场竞争问题

##### 3.5.3 营运标准问题

##### 3.5.4 人力资源问题

##### 3.5.5 其他问题

#### 3.6 中国母婴行业发展建议

##### 3.6.1 做好移动营销

##### 3.6.2 聚焦细分品类

##### 3.6.3 布局三四线城市

### 3.6.4 打造品牌影响力

## 第四章 2015-2019年中国移动母婴行业发展综合分析

### 4.1 中国移动母婴市场现状分析

#### 4.1.1 市场发展总况

#### 4.1.2 发展周期分析

#### 4.1.3 市场规模现状

#### 4.1.4 市场结构分析

#### 4.1.5 市场竞争格局

#### 4.1.6 行业发展趋势

### 4.2 中国移动母婴用户特征

#### 4.2.1 用户性别分布

#### 4.2.2 用户年龄分布

#### 4.2.3 用户地域分布

#### 4.2.4 用户学历结构

#### 4.2.5 用户职业结构

#### 4.2.6 用户收入特征

### 4.3 中国移动母婴社区发展分析

#### 4.3.1 生命周期分析

#### 4.3.2 发展现状分析

#### 4.3.3 用户特征分析

#### 4.3.4 市场竞争格局

#### 4.3.5 发展趋势预测

### 4.4 中国母婴电商市场总体分析

#### 4.4.1 市场生命周期

#### 4.4.2 市场现状综述

#### 4.4.3 市场交易规模

#### 4.4.4 市场用户分析

#### 4.4.5 市场竞争格局

#### 4.4.6 未来发展趋势

### 4.5 中国跨境母婴电商发展分析

#### 4.5.1 发展背景分析

#### 4.5.2 发展现状分析

#### 4.5.3 市场用户特点

#### 4.5.4 典型厂商案例

#### 4.5.5 发展趋势分析

## 4.6 中国移动母婴健康应用市场分析

### 4.6.1 健康医疗需求状况

### 4.6.2 健康管理数据库

### 4.6.3 健康管理规模分析

### 4.6.4 健康管理用户特征

### 4.6.5 健康管理平台价值

### 4.6.6 健康管理趋势分析

## 4.7 中国移动母婴APP市场格局分析

### 4.7.1 移动母婴APP市场概况

### 4.7.2 移动母婴APP总体格局

### 4.7.3 育儿社区APP市场格局

### 4.7.4 孕期经期APP市场格局

## 第五章 2015-2019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 市场发展概况

#### 5.1.2 市场规模分析

#### 5.1.3 市场消费现状

#### 5.1.4 商业模式分析

#### 5.1.5 市场竞争格局

#### 5.1.6 市场SWOT分析

#### 5.1.7 问题策略分析

#### 5.1.8 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 市场消费调查

#### 5.2.4 行业发展问题

#### 5.2.5 行业发展建议

#### 5.2.6 行业未来展望

#### 5.2.7 民办市场规划

### 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 市场前景展望

## 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 投资经营状况

## 第六章 2015-2019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 行业背景

#### 6.1.2 行业价值

#### 6.1.3 发展特征

### 6.2 中国婴幼儿奶粉行业发展现状综合分析

#### 6.2.1 行业现状综述

#### 6.2.2 市场规模现状

#### 6.2.3 市场结构分析

#### 6.2.4 市场销售状况

#### 6.2.5 市场竞争格局

#### 6.2.6 市场消费现状

#### 6.2.7 用户消费行为

### 6.3 中国有机婴幼儿奶粉行业发展分析

#### 6.3.1 行业相关概念

#### 6.3.2 行业发展历程

#### 6.3.3 市场发展现状

#### 6.3.4 品牌现状分析

#### 6.3.5 市场影响因素

### 6.4 中国婴幼儿奶粉质量安全现状及治理

#### 6.4.1 质量安全现状及影响因素

#### 6.4.2 质量安全问题产生的原因

#### 6.4.3 质量安全风险评估技术及发展

#### 6.4.4 质量安全质量治理及评价

### 6.5 中国婴幼儿奶粉行业发展存在的问题

#### 6.5.1 行业发展面临问题

#### 6.5.2 行业发展制约因素

#### 6.5.3 新政下企业发展困境

### 6.6 中国婴幼儿奶粉行业发展策略分析

#### 6.6.1 行业发展相关建议

## 6.6.2 市场竞争力提升对策

## 6.6.3 企业发展破局之道

## 6.7 中国婴幼儿奶粉行业投资风险预警

### 6.7.1 政策风险

### 6.7.2 技术风险

### 6.7.3 供求风险

### 6.7.4 经济风险

### 6.7.5 其他风险

## 6.8 中国婴幼儿奶粉行业发展预测及趋向分析

### 6.8.1 市场规模预测

### 6.8.2 市场发展趋势

### 6.8.3 行业未来走向

## 第七章 2015-2019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 市场规模分析

#### 7.1.2 市场增长状况

#### 7.1.3 市场格局分析

#### 7.1.4 市场竞争现状

#### 7.1.5 市场成本分析

#### 7.1.6 市场渠道分析

#### 7.1.7 市场品牌分析

### 7.2 中国婴儿纸尿裤市场消费者行为分析

#### 7.2.1 品牌忠诚度较高

#### 7.2.2 消费习惯趋理性

#### 7.2.3 信息渠道多样化

#### 7.2.4 质量安全受关注

#### 7.2.5 产品功能变丰富

#### 7.2.6 网购渠道抢风头

### 7.3 中国婴儿纸尿裤市场面临的挑战及对策

#### 7.3.1 阶段性产能过剩

#### 7.3.2 进口产品的冲击

#### 7.3.3 加速行业转型升级

### 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 市场发展空间



### 7.4.3 市场发展趋势

## 第八章 2015-2019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综述

#### 8.1.1 产品结构分析

#### 8.1.2 市场集中度分析

### 8.2 中国婴幼儿辅食市场发展现状分析

#### 8.2.1 市场规模现状

#### 8.2.2 市场销售渠道

#### 8.2.3 市场竞争格局

#### 8.2.4 终端市场现状

### 8.3 中国婴幼儿辅食消费市场研究

#### 8.3.1 市场总体研究

#### 8.3.2 市场品牌研究

#### 8.3.3 消费者行为研究

### 8.4 中国婴幼儿辅食市场发展前景预测

#### 8.4.1 市场发展前景

#### 8.4.2 市场规模预测

#### 8.4.3 市场销售预测

## 第九章 2015-2019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 现状总析

#### 9.1.3 竞争格局

#### 9.1.4 贸易状况

#### 9.1.5 销售渠道

### 9.2 中国玩具制造业经济规模分析

#### 9.2.1 销售规模

#### 9.2.2 利润规模

#### 9.2.3 资产规模

### 9.3 中国玩具制造业财务状况分析

#### 9.3.1 盈利能力指标分析

#### 9.3.2 营运能力指标分析

#### 9.3.3 偿债能力指标分析

#### 9.3.4 财务状况综合评价

### 9.4 中国玩具行业发展问题及对策

#### 9.4.1 影响因素

#### 9.4.2 市场瓶颈

#### 9.4.3 发展对策

### 9.5 中国玩具行业投资壁垒分析

#### 9.5.1 研发设计实力壁垒

#### 9.5.2 产品销售渠道壁垒

#### 9.5.3 企业品牌效应壁垒

#### 9.5.4 安全环保标准壁垒

### 9.6 中国玩具市场未来发展展望

#### 9.6.1 发展新态势

#### 9.6.2 市场潜力

#### 9.6.3 发展趋势

## 第十章 2015-2019年中国童装行业发展分析

### 10.1 中国童装行业现状总体分析

#### 10.1.1 行业发展现状

#### 10.1.2 市场消费特征

#### 10.1.3 行业发展热点

#### 10.1.4 市场销售状况

#### 10.1.5 品牌发展分析

#### 10.1.6 行业竞争现状

### 10.2 中国高端童装行业发展状况

#### 10.2.1 市场发展现状

#### 10.2.2 品牌集中度分析

#### 10.2.3 企业竞争分析

#### 10.2.4 市场发展前景

### 10.3 中国童装行业发展前景及趋势分析

#### 10.3.1 行业前景展望

#### 10.3.2 行业发展趋势

#### 10.3.3 市场规模预测

## 第十一章 2015-2019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 行业发展背景

#### 11.1.2 行业基本状况

#### 11.1.3 行业销售渠道

#### 11.1.4 用户购买行为

## 11.2 中国孕妇装产业发展分析

### 11.2.1 产业发展历程

### 11.2.2 市场规模分析

### 11.2.3 市场竞争格局

### 11.2.4 典型品牌企业

### 11.2.5 消费用户分析

### 11.2.6 问题对策分析

### 11.2.7 产业发展趋势

## 11.3 中国孕妇用护肤化妆品产业发展分析

### 11.3.1 产业发展历程

### 11.3.2 市场规模分析

### 11.3.3 典型品牌企业

### 11.3.4 消费用户分析

### 11.3.5 市场驱动因素

### 11.3.6 产业发展趋势

## 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

### 12.1 婴幼儿湿巾产业

#### 12.1.1 市场概述

#### 12.1.2 市场规模

#### 12.1.3 消费状况

#### 12.1.4 市场渠道

#### 12.1.5 品牌与产品

#### 12.1.6 未来趋势

### 12.2 其他细分市场

#### 12.2.1 婴幼儿洗护用品市场

#### 12.2.2 婴儿喂养产品市场

#### 12.2.3 婴童家具市场

#### 12.2.4 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

## 13.2 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

## 13.3 基于消费者行为的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

## 13.4 中国母婴行业广告营销现状及策略分析

### 13.4.1 行业广告格局

### 13.4.2 媒体投放分析

### 13.4.3 细分市场广告投放

## 第十四章 2015-2019年中国母婴行业各类重点企业经营状况分析

### 14.1 移动母婴类

#### 14.1.1 育儿网

#### 14.1.2 妈妈网

#### 14.1.3 宝贝格子

### 14.2 婴儿食品类

#### 14.2.1 贝因美

#### 14.2.2 三元股份

#### 14.2.3 光明乳业

#### 14.2.4 伊利股份

#### 14.2.5 皇氏乳业

#### 14.2.6 黑牛食品

### 14.3 母婴用品类

#### 14.3.1 母爱婴童

#### 14.3.2 爹地宝贝

#### 14.3.3 金发拉比

#### 14.3.4 贝贝依依

#### 14.3.5 麦凯智造

### 14.4 母婴服务类

#### 14.4.1 广生行

#### 14.4.2 若羽臣

#### 14.4.3 福座母婴

### 14.5 母婴媒体类

#### 14.5.1 至臻传媒

#### 14.5.2 领航文化传媒

#### 14.6 儿童玩具类

##### 14.6.1 奥飞动漫

##### 14.6.2 高乐股份

##### 14.6.3 骅威股份

##### 14.6.4 群兴玩具

##### 14.6.5 星辉车模

#### 14.7 幼儿教育类

##### 14.7.1 凯米教育

##### 14.7.2 朗朗教育

##### 14.7.3 艾的教育

### 第十五章 中国母婴行业投融资状况分析及前景预测（ZYYF）

#### 15.1 中国母婴行业投融资潜力分析

##### 15.1.1 投融资数据分析

##### 15.1.2 投融资项目属性

##### 15.1.3 投融资时间节点

##### 15.1.4 投融资偏好分析

#### 15.2 中国母婴行业未来发展趋势分析

##### 15.2.1 专业化发展趋势

##### 15.2.2 精细化发展趋势

##### 15.2.3 安全生产趋势

##### 15.2.4 中高端发展趋势

##### 15.2.5 服务化发展趋势

#### 15.3 2020-2026年中国母婴行业预测分析

##### 15.3.1 行业发展有利因素

##### 15.3.2 行业发展不利因素

##### 15.3.3 市场规模预测

#### 图表目录：

##### 图表1 母婴童市场主要品类

##### 图表2 母婴产品消费用户性别分布

##### 图表3 母婴产品消费用户城市分布

##### 图表4 母婴产品消费用户年龄分布

##### 图表5 2019年全国各省市母婴人均消费金额

##### 图表6 2019年全国各省市母婴用户增速及人口出生率

##### 图表7 不同地区母婴产品销量在全品类中占比

图表8 2019年全国各省市人口出生数

图表9 母婴专区对评论和促销的关注情况

图表10 全国各省对促销敏感度

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201805/641730.html>