

2020-2026年中国移动母婴 行业前景展望与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国移动母婴行业前景展望与投资分析报告》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.cction.com/report/202008/180015.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着二胎政策的实施、消费结构的升级，育儿观念的转变和新零售模式的崛起，加之母婴群体从妈妈扩大至爸爸和祖父母，母婴行业的发展迎来更多推力，母婴市场充满机会。截至2018年6月，移动母婴行业用户规模达到1.3亿，同比增长13.2%，以智能手机为代表的移动智能终端为母婴人群融合线上线下渠道，通过产品+渠道+服务等增强消费体验。移动母婴行业用户规模

中企顾问网发布的《2020-2026年中国移动母婴行业前景展望与投资分析报告》共十四章。首先介绍了中国母婴O2O行业市场发展环境、母婴O2O整体运行态势等，接着分析了中国母婴O2O行业市场运行的现状，然后介绍了母婴O2O市场竞争格局。随后，报告对母婴O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国母婴O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对母婴O2O产业有个系统的了解或者想投资中国母婴O2O行业，本报告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1章：中国移动母婴行业发展状况分析

1.1中国移动母婴行业发展现状分析

1.1.1中国移动母婴行业发展周期

1.1.2中国移动母婴行业发展规模

1.1.3中国移动母婴行业市场结构

1.1.4中国移动母婴行业竞争格局

（1）母婴垂直社区电商平台发展

（2）母婴实体企业线上线下资源整合

（3）传统电商拓展母婴垂直市场

（4）BAT加快母婴领域布局

1.2中国移动母婴行业用户特征分析

1.2.1移动母婴APP用户性别分布

1.2.2移动母婴APP用户年龄分布

1.2.3移动母婴APP用户省份分布

1.2.4移动母婴APP用户城市分布

1.2.5移动母婴APP用户使用特征

1.2.6移动母婴APP用户应用偏好

1.3中国移动母婴APP市场格局分析

1.3.1移动母婴APP市场格局

(1) 移动母婴APP月活跃用户数

(2) 移动母婴APP日活跃用户数

1.3.2育儿社区APP市场格局

(1) 育儿社区APP月活跃用户数

(2) 育儿社区APP日活跃用户数

(3) 育儿社区APP人均使用情况

(4) 育儿社区APP用户转化留存情况

1.3.3孕期经期APP市场格局

(1) 孕期经期APP月活跃用户数

(2) 孕期经期APP日活跃用户数

(3) 孕期经期APP人均使用情况

(4) 孕期经期APP用户转化留存情况

第2章：中国移动母婴行业细分市场发展分析

2.1移动母婴行业细分市场发展概况

2.1.1移动母婴细分市场概况

2.1.2移动母婴细分市场结构

2.2移动母婴社区应用市场发展分析

2.2.1市场发展规模分析

2.2.2市场竞争格局分析2018年6月，移动母婴主流应用中，母婴健康助手应用的款数占比40.0%，高于母婴电商、母婴实用工具和母婴社区，健康成为母婴人群优先关心的领域。母婴应用类型分布（按款数）

2.2.3市场应用状况分析

2.2.4市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

2.3移动母婴电商应用市场发展分析

2.3.1市场发展规模分析

2.3.2市场竞争格局分析

2.3.3市场应用状况分析

2.3.4市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

2.4移动母婴健康应用市场发展分析

2.4.1市场发展规模分析

2.4.2市场竞争格局分析

2.4.3市场应用状况分析

2.4.4市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

2.5移动母婴实用工具市场发展分析

2.5.1市场发展规模分析

2.5.2市场竞争格局分析

2.5.3市场应用状况分析

2.5.4市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

第3章：中国移动母婴行业领先企业案例分析

3.1移动母婴综合服务平台案例发展分析

3.1.1宝宝树

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务布局

(4) 企业市场渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.2美柚

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.3亲宝宝

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.4妈妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.5辣妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.6妈妈圈

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.7 贝聊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.8 孕期伴侣

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.2 母婴品牌线上线下业务整合布局分析

3.2.1 合生元

- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业技术资质能力分析
 - (3) 企业移动母婴业务分析
 - (4) 企业市场渠道与网络分析
 - (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.2孩子王

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.3摇篮网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.4红孩子

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.5辣妈贝贝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展移动母婴优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.3传统电商移动母婴业务布局分析

3.3.1京东移动母婴业务布局分析

3.3.2聚美优品移动母婴业务布局分析

3.3.3苏宁易购移动母婴业务布局分析

3.4BAT移动母婴业务布局分析

3.4.1百度移动母婴业务布局分析

3.4.2腾讯移动母婴业务布局分析

3.4.3阿里巴巴移动母婴业务布局分析

第4章：中国移动母婴行业投资潜力与策略规划

4.1移动母婴行业发展前景预测

4.1.1行业影响因素分析

(1) 政策支持因素

1) “普遍二孩”政策

2) “互联网+”战略

(2) 技术推动因素

1) 移动智能终端持续渗透

2) 移动电商/支付日益成熟

(3) 市场需求因素

1) 潜在用户庞大

2) 价值观念转变

4.1.2行业发展规模预测

4.2移动母婴行业发展趋势预测

4.2.1移动母婴社区应用市场趋势预测

4.2.2移动母婴电商应用市场趋势预测

4.2.3移动母婴健康应用市场趋势预测

4.2.4移动母婴实用工具市场趋势预测

4.3移动母婴行业投资潜力分析

4.3.1行业投资热潮分析
4.3.2行业投资推动因素
(1) 行业发展势头分析
(2) 行业投资环境分析
4.4移动母婴行业投资现状分析
4.4.1行业投资主体分析
(1) 行业投资主体构成
(2) 各投资主体投资优势
4.4.2行业投资切入方式
4.4.3行业投资规模分析
(1) 行业整体投资规模
(2) 细分领域投资规模
4.5移动母婴行业投资策略规划
4.5.1行业投资方式策略
4.5.2行业投资领域策略
4.5.3行业产品创新策略
4.5.4行业商业模式策略

图表目录：

图表1：中国移动母婴行业发展周期

图表2：2015-2018年中国移动母婴APP活跃用户数与行业渗透率（单位：万，%）

图表3：中国移动母婴行业市场结构

图表4：中国移动母婴行业现有竞争者分析

图表5：2018年中国移动母婴APP用户性别结构（单位：%）

图表6：2018年中国移动母婴APP用户年龄结构（单位：%）

图表7：2018年中国移动母婴APP用户省份分布结构（单位：%）

图表8：2018年中国移动母婴APP用户城市分布结构（单位：%）

图表9：2018年中国各城市移动母婴APP用户指数

图表10：2018年中国移动母婴APP用户工作日活跃时段分布

图表11：2018年中国移动母婴APP用户周末活跃时段分布

图表12：2018年中国怀孕人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表13：2018年中国育儿人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表14：2018年中国主要移动母婴APP月活跃用户规模

图表15：2018年中国主要移动母婴APP日活跃用户规模

图表16：2018年中国主要育儿社区APP月活跃用户规模

图表17：2018年中国主要育儿社区APP日活跃用户规模

图表18：2018年中国主要育儿社区APP人均月使用次数

图表19：2018年中国主要育儿社区APP人均月使用时长

图表20：2018年中国主要育儿社区APP用户转化情况

图表21：2018年中国主要育儿社区APP用户N日留存情况

图表22：2018年中国主要孕期经期APP月活跃用户规模

图表23：2018年中国主要孕期经期APP日活跃用户规模

图表24：2018年中国主要孕期经期APP人均月使用次数

图表25：2018年中国主要孕期经期APP人均月使用时长

图表26：2018年中国主要孕期经期APP用户转化情况

图表27：2018年中国主要孕期经期APP用户N日留存情况

图表28：中国移动母婴细分市场概况

图表29：中国不同类型移动母婴应用用户规模及增速

图表30：2018年中国移动母婴APP各类型款数分布

图表31：2018年中国移动母婴APP各类型用户使用率对比

图表32：2018年中国移动母婴APP各类型用户平均活跃次数对比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180015.html>