

# 2024-2030年中国母婴产业 发展现状与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国母婴产业发展现状与投资可行性报告》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/202402/439203.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

母婴品类的主要销售增长驱动力中，销量与价格的贡献比例较小，增长动因主要来源于消费升级和新品。消费者对品质化诉求强烈：有机类的奶粉增速将近50%，为品类的增长做出了重要的贡献；尿布类品牌前五位全部为外资品牌，份额贡献率将近40%；PPSU材质与硅胶材质奶瓶的占比增速都超过了30%，推动奶瓶品类整体销量的增长。对于高渗透率的标品如奶粉、纸尿布等：传统产品的量、价对品类的增长起负面因素，品类增长源于消费升级及新品推出；对于渗透率较低的奶瓶、吸奶器等：销量增长以及消费升级驱动明显，显示出渗透率提升。

2022年中国新生儿规模达到1465万，其中二孩及以上孩次的比例达到了59.5%，尽管2022年出生率为近年最低值，但仍保持在10%以上。此外，2022年新生儿较上年减少58万，与2018年减少200万相较，新生儿减少量有所下降。整体而言，全面二孩政策正在发挥着积极效用，未来中国新生儿规模仍有较大增长潜力。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国母婴产业发展现状与投资可行性报告》共十四章。首先介绍了母婴行业市场发展环境、母婴整体运行态势等，接着分析了母婴行业市场运行的现状，然后介绍了母婴市场竞争格局。随后，报告对母婴做了重点企业经营状况分析，最后分析了母婴行业发展趋势与投资预测。您若想对母婴产业有个系统的了解或者想投资母婴行业，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：

### 第一章 母婴行业发展综述

#### 1.1 母婴行业概述及分类

##### 1.1.1 行业概述

##### 1.1.2 行业产品/服务分类

##### 1.1.3 行业主要商业模式

#### 1.2 母婴行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 母婴行业在产业链中的地位

### 1.2.3 母婴行业生命周期分析

#### (1) 行业生命周期理论基础

#### (2) 母婴行业生命周期

### 1.3 最近3-5年中国母婴所属行业经济指标分析

#### 1.3.1 赢利性

#### 1.3.2 成长速度

#### 1.3.3 附加值的提升空间

#### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

#### 1.3.5 风险性

#### 1.3.6 行业周期

#### 1.3.7 竞争激烈程度指标

#### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 母婴行业运行环境（PEST）分析

### 2.1 母婴行业政治法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 行业相关发展规划

### 2.2 母婴行业经济环境分析

#### 2.2.1 宏观经济形势分析

#### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

#### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

### 2.3 母婴行业社会环境分析

#### 2.3.1 母婴产业社会环境

#### 2.3.2 社会环境对行业的影响

#### 2.3.3 母婴产业发展对社会发展的影响

### 2.4 母婴行业技术环境分析

#### 2.4.1 母婴技术分析

#### 2.4.2 母婴技术发展水平

#### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国母婴所属行业运行分析

### 3.1 我国母婴行业发展状况分析

#### 3.1.1 我国母婴行业发展阶段

#### 3.1.2 我国母婴行业发展总体概况

#### 3.1.3 我国母婴行业发展特点分析

### 3.2 2024-2030年母婴行业发展现状

我国的母婴商品零售行业分为线上线下两种渠道，主要存在三种零售业态，分别是传统商超渠道：包括商场/百货、大卖场/超市；实体专营店和互联网线上销售。电商渠道主要包括天猫、京东等综合性电商以及蜜芽、贝贝网等垂直电商。

实体渠道仍是主要选择，专卖店较好成长，商超持续分流。2018年，母婴实体渠道的零售规模约为2.3万亿，网络零售规模约4582.6亿元。2020年，预计电商/实体的市场规模分别2.4万亿/6193亿元。其中线上维持较高增速，对实体渠道的分流仍将持续；然而实体渠道内部分化也在加剧，专业店渠道占比从2016年的46%提升至2018年的48%，而传统商超则从23%萎缩至17%。电商维持较高增速，然而专业店被持续分流空间有限。电商渠道在节省时间、送货上门和价格的灵活性方面有着较大吸引力。然而，消费者对母婴产品重质量的特性，推高了电商的信任成本，线上购买主要集中在对质量要求相对较低、折扣力度较大的商品上，但这些品类提升空间有限。此外，相对于线上购物的方便快捷，母婴实体店的优势在于品类齐全，货真价实以及有实物展示。除此之外，对于实体店，消费者对一站式服务与体验性的诉求增长突出，如是否设有宝宝玩耍的区域。

#### 3.2.1 2024-2030年我国母婴行业市场规模

#### 3.2.2 2024-2030年我国母婴行业发展分析

#### 3.2.3 2024-2030年中国母婴企业发展分析

### 3.3 区域市场分析

#### 3.3.1 区域市场分布总体情况

#### 3.3.2 2024-2030年重点省市市场分析

### 3.4 母婴细分产品/服务市场分析

#### 3.4.1 细分产品/服务特色

#### 3.4.2 2024-2030年细分产品/服务市场规模及增速

#### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

### 3.5 母婴产品/服务价格分析

#### 3.5.1 2024-2030年母婴价格走势

#### 3.5.2 影响母婴价格的关键因素分析

##### (1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

3.5.3 2024-2030年母婴产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要母婴企业价位及价格策略

## 第四章 我国母婴所属行业整体运行指标分析

4.1 2024-2030年中国母婴所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2024-2030年中国母婴所属行业运营情况分析

4.2.1 我国母婴行业营收分析

4.2.2 我国母婴行业成本分析

4.2.3 我国母婴行业利润分析

4.3 2024-2030年中国母婴所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国母婴所属行业供需形势分析

5.1 母婴行业供给分析

5.1.1 2024-2030年母婴行业供给分析

5.1.2 2024-2030年母婴行业供给变化趋势

5.1.3 母婴行业区域供给分析

5.2 2024-2030年我国母婴行业需求情况

5.2.1 母婴行业需求市场

5.2.2 母婴行业客户结构

5.2.3 母婴行业需求的地区差异

5.3 母婴市场应用及需求预测

5.3.1 母婴应用市场总体需求分析

(1) 母婴应用市场需求特征

(2) 母婴应用市场需求总规模

### 5.3.2 2024-2030年母婴行业领域需求量预测

(1) 2024-2030年母婴行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2024-2030年母婴行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业母婴产品/服务需求分析预测

## 第六章 母婴行业产业结构分析

### 6.1 母婴产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国母婴行业参与竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 母婴产业结构调整方向分析

#### 6.3.5 建议

## 第七章 我国母婴行业产业链分析

### 7.1 母婴行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 母婴上游行业分析

#### 7.2.1 母婴产品成本构成

#### 7.2.2 2024-2030年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对母婴行业的影响

### 7.3 母婴下游行业分析

#### 7.3.1 母婴下游行业分布

#### 7.3.2 2024-2030年下游行业发展现状

#### 7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

#### 7.3.4 下游需求对母婴行业的影响

## 第八章 我国母婴行业渠道分析及策略

### 8.1 母婴行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对母婴行业的影响

#### 8.1.3 主要母婴企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 母婴行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 母婴行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国母婴营销概况

#### 8.3.2 母婴营销策略探讨

#### 8.3.3 母婴营销发展趋势

## 第九章 我国母婴行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 母婴行业竞争结构分析

#### 9.1.2 母婴行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 母婴行业集中度分析

#### 9.1.4 母婴行业SWOT分析

### 9.2 中国母婴行业竞争格局综述

#### 9.2.1 母婴行业竞争概况

##### (1) 中国母婴行业竞争格局

##### (2) 母婴行业未来竞争格局和特点

### (3) 母婴市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国母婴行业竞争力分析

##### (1) 我国母婴行业竞争力剖析

##### (2) 我国母婴企业市场竞争的优势

##### (3) 国内母婴企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 母婴市场竞争策略分析

### 第十章 母婴行业领先企业经营形势分析

#### 10.1 孩子王儿童用品股份有限公司

##### 10.1.1 企业概况

##### 10.1.2 企业优势分析

##### 10.1.3 产品/服务特色

##### 10.1.4 经营状况

##### 10.1.5 发展规划

#### 10.2 贝因美婴童食品股份有限公司

##### 10.2.1 企业概况

##### 10.2.2 企业优势分析

##### 10.2.3 产品/服务特色

##### 10.2.4 经营状况

##### 10.2.5 发展规划

#### 10.3 广州盛成网络科技有限公司

##### 10.3.1 企业概况

##### 10.3.2 企业优势分析

##### 10.3.3 产品/服务特色

##### 10.3.4 经营状况

##### 10.3.5 发展规划

#### 10.4 广州嘉憬母婴科技股份有限公司

##### 10.4.1 企业概况

##### 10.4.2 企业优势分析

##### 10.4.3 产品/服务特色

##### 10.4.4 经营状况

##### 10.4.5 发展规划

## 10.5 广州若羽臣科技股份有限公司

### 10.5.1 企业概况

### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 产品/服务特色

### 10.5.4 经营状况

### 10.5.5 发展规划

## 10.6 爹地宝贝股份有限公司

### 10.6.1 企业概况

### 10.6.2 企业优势分析

### 10.6.3 产品/服务特色

### 10.6.4 经营状况

### 10.6.5 发展规划

## 10.7 金发拉比妇婴童用品股份有限公司

### 10.7.1 企业概况

### 10.7.2 企业优势分析

### 10.7.3 产品/服务特色

### 10.7.4 经营状况

### 10.7.5 发展规划

## 10.8 北京宝贝格子控股股份有限公司

### 10.8.1 企业概况

### 10.8.2 企业优势分析

### 10.8.3 产品/服务特色

### 10.8.4 经营状况

### 10.8.5 发展规划

## 10.9 山东朗朗教育科技股份有限公司

### 10.9.1 企业概况

### 10.9.2 企业优势分析

### 10.9.3 产品/服务特色

### 10.9.4 经营状况

### 10.9.5 发展规划

## 10.10 广东凯迪威文化股份有限公司

### 10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 经营状况

10.10.5 发展规划

## 第十一章 2024-2030年母婴行业投资前景

11.1 2024-2030年母婴市场发展前景

11.1.1 2024-2030年母婴市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年母婴市场发展前景展望

11.1.3 2024-2030年母婴细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年母婴市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年母婴行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年母婴市场规模预测

11.2.3 2024-2030年母婴行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2030年中国母婴行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国母婴行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国母婴行业需求预测

11.3.3 2024-2030年中国母婴供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2024-2030年母婴行业投资机会与风险

12.1 母婴行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2024-2030年母婴行业投资机会

- 12.2.1 产业链投资机会
- 12.2.2 细分市场投资机会
- 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2024-2030年母婴行业投资风险及防范
- 12.3.1 政策风险及防范
- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 母婴行业投资战略研究

- 13.1 母婴行业发展战略研究
- 13.1.1 战略综合规划
- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国母婴品牌的战略思考
- 13.2.1 母婴品牌的重要性
- 13.2.2 母婴实施品牌战略的意义
- 13.2.3 母婴企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国母婴企业的品牌战略
- 13.2.5 母婴品牌战略管理的策略
- 13.3 母婴经营策略分析
- 13.3.1 母婴市场细分策略
- 13.3.2 母婴市场创新策略
- 13.3.3 品牌定位与品类规划
- 13.3.4 母婴新产品差异化战略

## 13.4 母婴行业投资战略研究

### 13.4.1 2022年母婴行业投资战略

### 13.4.2 2024-2030年母婴行业投资战略

### 13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 母婴行业研究结论

### 14.2 母婴行业投资价值评估

### 14.3母婴行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

## 部分

### 图表目录:

图表：母婴行业产品/服务分类

图表：行业生命周期理论

图表：母婴行业主要法律法规

图表：2022年各国、各地区GDP增长情况

图表：2024-2030年国内生产总值及其增长速度

图表：2024-2030年第三产业增加值占国内生产总值比重

图表：2024-2030年城镇新增就业人数

图表：2022年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2024-2030年全部工业增加值及其增长速度

图表：2024-2030年全社会固定资产投资

图表：2024-2030年货物进出口总额

图表：2024-2030年社会消费品零售总额

图表：2024-2030年快递业务量及其增长速度

图表：2024-2030年快递业务量及其增长速度

图表：2024-2030年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表：2024-2030年普通本专科、中等职业教育、普通高中招生人数

图表：2024-2030年研究与试验发展（R&D）经费支出及其增长速度

图表：我国互联网母婴市场产品服务形态

图表：我国母婴企业发展分析

图表：2022年母婴行业各层级城市分品类市场结构

图表：2024-2030年孕妇服务市场规模及增速

图表：2024-2030年孕妇产品市场规模及增速

图表：2024-2030年婴童服务市场规模及增速

图表：2024-2030年婴童产品市场规模及增速

图表：2024-2030年中国母婴所属行业企业数量分析

图表：2024-2030年中国母婴行业人员规模量分析

图表：2024-2030年中国母婴所属行业资产规模分析

图表：2024-2030年中国母婴行业市场规模分析

图表：2024-2030年中国母婴行业营收分析

图表：2024-2030年中国母婴行业成本分析

图表：2024-2030年中国母婴行业利润分析

图表：2024-2030年中国母婴所属行业盈利能力分析

图表：2024-2030年中国母婴所属行业偿债能力分析

图表：2024-2030年中国母婴行业营运能力分析

图表：2024-2030年中国母婴行业发展能力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/439203.html>