

2026-2031年中国互联网+母婴行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

目前，中国80后、90后是母婴消费的主力军，随着生活水平的提高，这一代人更加关注母婴消费的质量和安 全，生活理念也不断地更新和升华，而中国特殊的421家庭结构也决定了父母和祖父祖母两代人将更加关注第三代投资。由此可见，随着育儿观念的转变和消费模式的升级，这将是母婴市场发展的长期动力。母婴行业人口红利减小，用户规模发展进入稳定期，对母婴品牌而言，深耕用户，挖掘用户价值成为新的市场增长点。而二孩的比例在增大，预示着未来几年经济条件较强的二孩家庭将成为母婴市场的消费主力，母婴市场的中高端领域将持续扩大。

妈妈人群依然是主要的用户群体，但随着母婴市场向家庭经济延伸，用户人群多元化萌发，爸爸和祖辈人群开始加入育儿消费阵营。这要求母婴品牌根据在不同场景不同身份所产生的商品服务需求，不断扩充品类和服务，满足整个家庭的育儿需求。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家卫健委、国务院发展研究中心、中国母婴行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+母婴及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+母婴行业发展状况和特点，以及中国互联网+母婴行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的互联网+母婴行业发展态势作了详细分析，并对互联网+母婴行业进行了趋向研判，是互联网+母婴开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+母婴业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国互联网+母婴行业发展综述

第一节 互联网+母婴行业报告研究范围

一、互联网+母婴行业专业名词解释

二、互联网+母婴行业研究范围界定

三、互联网+母婴行业分析框架简介

四、互联网+母婴行业分析工具介绍

第二节 母婴行业定义及分类

一、母婴行业概念及定义

二、母婴行业主要产品分类

第三节 互联网+母婴行业产业链分析

一、互联网+母婴行业所处产业链简介

二、互联网+母婴行业产业链上游分析

三、互联网+母婴行业产业链下游分析

第二章 互联网环境下母婴行业的机会与挑战

第一节 2021-2026年互联网发展概况分析

一、2021-2026年互联网普及应用增长分析

二、2021-2026年网络购物市场发展情况分析

三、2021-2026年移动互联网发展情况分析

第二节 互联网环境下母婴行业的机会与挑战

一、互联网时代母婴行业大环境如何变化

二、互联网给母婴行业带来的突破机遇分析

1、互联网如何直击传统母婴消费痛点

2、互联网如何助力母婴企业开拓市场

3、电商如何成为传统母婴企业的突破口

三、母婴电商需要解决的难题和挑战分析

1、线上与线下博弈问题分析

2、物流与客户体验问题分析

3、引流与流量转化率问题分析

4、母婴企业生产方式变革问题分析

第三节 互联网对母婴行业的改造与重构

一、互联网如何重构母婴行业供应链格局

二、互联网改变母婴生产厂商的营销模式分析

三、互联网导致母婴领域利益重新分配分析

四、互联网如何改变母婴行业未来竞争格局

第四节 母婴与互联网融合创新机会孕育

一、母婴电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用分析

四、母婴电商黄金发展期机遇分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国互联网+母婴行业市场发展现状分析

第一节 互联网+母婴行业发展概况

一、互联网+母婴行业市场规模分析

二、互联网+母婴行业竞争格局分析

三、互联网+母婴行业发展前景预测

第二节 互联网+母婴行业供需状况分析

一、互联网+母婴行业供给状况分析

二、互联网+母婴行业需求状况分析

三、互联网+母婴行业整体供需平衡分析

四、主要省市供需平衡分析

第三节 互联网+母婴行业经济指标分析

一、互联网+母婴行业产销能力分析

二、互联网+母婴行业盈利能力分析

三、互联网+母婴行业运营能力分析

四、互联网+母婴行业偿债能力分析

五、互联网+母婴行业发展能力分析

第四节 互联网+母婴行业进出口市场分析

一、互联网+母婴行业进出口综述

二、互联网+母婴行业进口市场分析

三、互联网+母婴行业出口市场分析

四、互联网+母婴行业进出口前景预测

第四章 我国互联网+母婴行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国互联网+母婴行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国互联网+母婴行业产销情况分析

- 一、我国互联网+母婴行业工业总产值
- 二、我国互联网+母婴行业工业销售产值
- 三、我国互联网+母婴行业产销率

第三节 2021-2026年中国互联网+母婴行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国互联网+母婴行业销售利润率
- 2、我国互联网+母婴行业成本费用利润率
- 3、我国互联网+母婴行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国互联网+母婴行业资产负债比率
- 2、我国互联网+母婴行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国互联网+母婴行业应收帐款周转率
- 2、我国互联网+母婴行业总资产周转率
- 3、我国互联网+母婴行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国互联网+母婴行业总资产增长率
- 2、我国互联网+母婴行业利润总额增长率
- 3、我国互联网+母婴行业主营业务收入增长率
- 4、我国互联网+母婴行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第五章 母婴企业移动互联网切入点及突围策略

第一节 移动互联网商业价值及企业切入点

- 一、移动互联网商业价值及切入点分析
- 二、2026-2031年移动互联网发展预测
 - 1、2026-2031年移动互联网前景预测
 - 2、2026-2031年移动电子商务市场预测
 - 3、2026-2031年移动营销市场前景预测
- 三、2026-2031年移动互联网发展趋势预测

第二节 母婴企业移动电商切入与运营策略

- 一、移动互联时代电子商务新趋势
- 二、主流电商移动端业务现状分析
- 三、移动电子商务用户行为分析
- 四、母婴企业移动电商的机会与威胁
- 五、母婴企业移动电商切入模式建议
- 六、母婴企业移动电商切入之一微商城开发运营策略
 - 1、微商城商户接入流程/要求
 - 2、微商城商户接入资费标准
 - 3、母婴企业如何运营微商城
 - 4、母婴企业微商城运营风险及优化
 - 5、母婴企业微商城营销推广策略
 - 6、母婴行业微商城运营优秀案例
- 七、母婴企业移动电商切入之一电商类app开发运营策略

- 1、母婴企业电商类app开发成本
- 2、母婴企业电商类app功能模块
- 3、母婴企业电商类app设计要点
- 4、母婴企业电商类app运营策略
- 5、母婴行业电商类app优秀案例

第三节 母婴企业如何制胜移动互联网营销新平台

一、移动互联时代市场营销新趋势

- 1、移动互联网营销的特点
- 2、移动互联网营销的应用形式
- 3、移动互联网营销产业链结构
- 4、移动互联网营销发展趋势前瞻

二、母婴企业移动互联网营销之一微信营销战略

- 1、微信功能概述及营销价值
- 2、微信用户行为及营销现状
- 3、微信的主要营销模式分析
- 4、微信营销的步骤、方法与技巧
- 5、微信运营与营销优秀案例详解
- 6、微信营销效果的评估标准分析
- 7、微信下企业的crm策略分析

三、母婴企业移动互联网营销之一app营销战略

- 1、app营销的特点与价值
- 2、企业app营销背景分析

3、app体系与功能策略方向

4、app营销的创意路径

5、app用户体验设计技巧

6、如何找准app目标客户

7、app推广的技巧与方法

8、app如何提升运营效果

9、app营销优秀实战案例

四、母婴企业移动互联网营销之一微博营销战略

1、微博营销的特点与价值

2、微博用户行为及营销现状

3、微博营销的策略与技巧

4、微信营销优秀案例详解

5、中小企业微博营销实战对策

6、微博营销风险及应对策略

第四部分 竞争格局分析

第六章 中国互联网+母婴行业重点区域市场分析

第一节 中国互联网+母婴行业区域市场概况

一、互联网+母婴行业产值分布情况

二、互联网+母婴行业市场分布情况

三、互联网+母婴行业利润分布情况

第二节 华东地区互联网+母婴行业需求分析

一、上海市互联网+母婴行业需求分析

二、江苏省互联网+母婴行业需求分析

三、山东省互联网+母婴行业需求分析

四、浙江省互联网+母婴行业需求分析

五、安徽省互联网+母婴行业需求分析

六、福建省互联网+母婴行业需求分析

第三节 华南地区互联网+母婴行业需求分析

一、广东省互联网+母婴行业需求分析

二、广西省互联网+母婴行业需求分析

三、海南省互联网+母婴行业需求分析

第四节 华中地区互联网+母婴行业需求分析

一、湖南省互联网+母婴行业需求分析

二、湖北省互联网+母婴行业需求分析

三、河南省互联网+母婴行业需求分析

第五节 华北地区互联网+母婴行业需求分析

一、北京市互联网+母婴行业需求分析

二、山西省互联网+母婴行业需求分析

三、天津市互联网+母婴行业需求分析

四、河北省互联网+母婴行业需求分析

第六节 东北地区互联网+母婴行业需求分析

一、辽宁省互联网+母婴行业需求分析

二、吉林省互联网+母婴行业需求分析

三、黑龙江互联网+母婴行业需求分析

第七节 西南地区互联网+母婴行业需求分析

一、重庆市互联网+母婴行业需求分析

二、四川省互联网+母婴行业需求分析

三、云南省互联网+母婴行业需求分析

第八节 西北地区互联网+母婴行业需求分析

一、陕西省互联网+母婴行业需求分析

二、新疆省互联网+母婴行业需求分析

三、甘肃省互联网+母婴行业需求分析

第七章 中国互联网+母婴行业市场竞争格局分析

第一节 互联网+母婴行业竞争格局分析

一、互联网+母婴行业区域分布格局

二、互联网+母婴行业企业规模格局

三、互联网+母婴行业企业性质格局

第二节 互联网+母婴行业竞争五力分析

一、互联网+母婴行业上游议价能力

二、互联网+母婴行业下游议价能力

三、互联网+母婴行业新进入者威胁

四、互联网+母婴行业替代产品威胁

五、互联网+母婴行业行业内部竞争

第三节 互联网+母婴行业重点企业竞争策略分析

第四节 互联网+母婴行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

第八章 母婴主流电商平台比较及企业入驻选择

第一节 贝贝网(杭州贝购科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

3、企业融资规模

六、平台“互联网+”发展战略

第二节 妈妈网(广州盛成妈妈网络科技股份有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

六、平台“互联网+”发展战略

第三节 母婴之家(上海母婴之家网络科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

3、企业融资规模

六、平台“互联网+”发展战略

第四节 孩子王(孩子王儿童用品股份有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

3、企业融资规模

六、平台“互联网+”发展战略

第五节 红孩子商城(北京红孩子互联科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

六、平台“互联网+”发展战略

第六节 蜜芽(北京花旺在线商贸有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

六、平台“互联网+”发展战略

第七节 摇篮网(北京世纪摇篮网络技术有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

六、平台“互联网+”发展战略

第八节 宝宝树(北京众鸣世纪科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、发展规模

1、企业规模分析

2、平台用户规模

六、平台“互联网+”发展战略

第九节 乐友(北京乐友达康科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、企业经营情况

第十节 大v店(北京果敢时代科技有限公司)

一、平台发展概况

二、主营业务及模式

三、品牌价值及运营

四、竞争优势分析

五、企业经营情况

第五部分 发展前景展望

第九章 中国互联网+母婴行业发展前景预测和投融资分析

第一节 中国互联网+母婴行业发展趋势

一、互联网+母婴行业市场规模预测

二、互联网+母婴行业产品结构预测

三、互联网+母婴行业企业数量预测

第二节 互联网+母婴行业投资特性分析

一、互联网+母婴行业进入壁垒分析

二、互联网+母婴行业投资风险分析

第三节 互联网+母婴行业投资潜力与建议

一、互联网+母婴行业投资机会剖析

二、互联网+母婴行业营销策略分析

三、行业投资建议

第十章 2026-2031年互联网+母婴行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+母婴行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+母婴行业投资现状分析

1、互联网+母婴产业投资经历的阶段

2、2021-2026年互联网+母婴行业投资状况回顾

3、2021-2026年中国互联网+母婴行业风险投资状况

4、2026-2031年我国互联网+母婴行业的投资态势

第二节 2026-2031年互联网+母婴行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+母婴行业投资期重要机遇

1、健康中国国家战略——母婴安全行动计划

2、二孩政策全面放开

3、6地将试点“互联网+护理服务”

第三节 2026-2031年互联网+母婴行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、产品结构风险及防范

第四节 中国互联网+母婴行业投资建议

一、互联网+母婴行业未来发展方向

二、互联网+母婴行业主要投资建议

三、中国互联网+母婴企业融资分析

1、中国互联网+母婴企业IPO融资分析

2、中国互联网+母婴企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 互联网+母婴行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年互联网+母婴行业面临的困境

第二节 互联网+母婴企业面临的困境及对策

一、重点互联网+母婴企业面临的困境及对策

二、中小互联网+母婴企业发展困境及策略分析

三、国内互联网+母婴企业的出路分析

第三节 中国互联网+母婴行业存在的问题及对策

一、中国互联网+母婴行业存在的问题

二、互联网+母婴行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国互联网+母婴市场发展面临的挑战与对策

第十二章 互联网+母婴行业发展战略研究

第一节 互联网+母婴行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+母婴品牌的战略思考

一、互联网+母婴品牌的重要性

二、互联网+母婴实施品牌战略的意义

三、互联网+母婴企业品牌的现状分析

四、我国互联网+母婴企业的品牌战略

五、互联网+母婴品牌战略管理的策略

第三节 互联网+母婴经营策略分析

一、互联网+母婴市场细分策略

二、互联网+母婴市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+母婴新产品差异化战略

第四节 互联网+母婴行业投资与融资策略研究

一、2021-2026年互联网+母婴行业投资战略研究

二、2021-2026年互联网+母婴行业融资发展策略

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 互联网+母婴行业研究结论及建议

第二节 互联网+母婴子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和互联网+母婴行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：母婴行业产业链结构

图表：母婴行业企业vc/vr融资趋势图

图表：母婴行业传统企业重大vc/vr融资案例

图表：2021-2026年母婴行业上市企业主营业务分析

图表：中国出生人口数量统计

图表：中国出生人口出生率走势图

图表：2021-2026年全球母婴行业市场规模

图表：2021-2026年中国母婴行业市场规模

图表：2021-2026年中国奶粉行业市场规模

图表：2021-2026年中国婴童门店数目增长趋势图

图表：2021-2026年二三四线城市母婴连锁店占比结构

图表：2021-2026年互联网+母婴行业产值

图表：2021-2026年母婴电商app用户规模

图表：2021-2026年母婴电商app渗透率

图表：2021-2026年互联网+母婴行业销售收入

图表：2021-2026年互联网+母婴行业利润总额

图表：2021-2026年互联网+母婴行业资产总计

图表：2021-2026年互联网+母婴行业负债总计

图表：2021-2026年互联网+母婴行业竞争力分析

图表：2021-2026年互联网+母婴市场价格走势

图表：2021-2026年互联网+母婴行业主营业务收入

图表：2021-2026年互联网+母婴行业需求分析

图表：2021-2026年母婴行业进口数据

图表：2021-2026年母婴行业出口数据

图表：2026-2031年中国母婴行业市场规模预测

图表：2026-2031年中国奶粉行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：110212

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190306/110212.shtml>

在线订购：[点击这里](#)