

2024-2029年中国母婴店行业发展态势与前景展望研究报告

报告简介

早在90年代初，中国的母婴店就开始起步，最初主要以个体经营为主，50平米大小的夫妻店居多，品类偏少，婴儿配方奶粉、纸尿裤、推车等都是稀有产品，整体产业并未形成规模。2000年左右，母婴概念刚刚兴起，母婴店处于有货就能赚钱的时候，此时爱婴室、乐友已经初具规模，庞大的新生人口吸引了母婴实体店从业者的持续投入。在这一阶段，母婴门店遍布全国一、二、三线城市，部分母婴用品已经能触达到乡镇，此时旗下门店超过30家的连锁企业超过20家，母婴品类也變得更多更全，一个数据可以佐证。

随着母婴行业的高速发展，从业者加速入局，产品日渐丰富，消费者不再仅仅满足于在商超大卖场中已有的母婴用品专柜去购买奶粉和纸尿裤，此时，渠道的影响力开始不断增强，渠道扩张逐渐被提上日程，很多聪明人开始通过渠道做起了社区母婴店，离消费者更近、一站式购物、专业化服务等独特优势凸显，带给了消费者极好的购物体验。在这一阶段，母婴店开始从综合零售体中分化出来，实现了真正意义上的独立，不再只是商超卖场中不显眼的一隅，之后，全国性、区域性等母婴连锁业态成为线下渠道中成长最快的细分领域，不断蚕食着商超卖场中以往“霸权式”的市场销售份额。

又经过几年艰苦鏖战，电商流量红利逐渐消失，获客成本居高不下，“有场景，即消费”，线上线下的关系也从竞争变为竞合，开始相互融合，母婴实体门店的格局又一次发生变化。一方面，线上渠道的电商大鳄纷纷在线下收买、兼并、新增零售实体店；位于第一阵营的母婴零售连锁也在紧锣密鼓布局新零售，如打造智慧门店、沉浸式体验、全渠道、柔性供应链等，缺乏人力、技术、资金的中小母婴门店再一次面临危机，加速淘汰和整合。

此外，跨境电商的发展与母婴消费升级也让一批人看到了母婴店新的玩法。

从整体来看，中国母婴店连锁化加速，单从发展现状来看，地域割裂仍然十分明显，地方王众多，即使在一个小县城，都可能存在一个有着几十家门店的连锁品牌。目前，母婴市场上大佬玩家盘踞，包括孩子王、乐友孕婴童、爱婴室等。爱婴室、乐友、爱婴岛分别占据我国华东、华北和华南地区的母婴市场，而孩子王则主要覆盖全国二、三线城市的母婴市场，至今孩子王的门店也还未进入北京，各自为区域内领军企业，并加大门店向外布局扩张力度，不断地提升自己的市场份额。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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，对中国母婴店行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国母婴店行业发展状况和特点，以及中国母婴店行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际母婴店行业发展态势作了详细分析，并对母婴店行业进行了趋向研判，是母婴店生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前母婴店行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 母婴店行业综述

第一节 母婴店概念

一、母婴店概念

二、母婴店行业产业链分析

第二节 中国母婴店行业发展环境

一、国内经济形势

二、行业政策规划

三、国家二孩政策

四、婴幼儿童规模

五、消费水平结构

第三节 国际母婴店行业发展分析

一、国际母婴消费市场分析

二、国际母婴店行业发展概述

三、国际母婴店行业竞争格局

四、主要地区母婴店市场状况

1、欧美

2、日韩

五、国际母婴店行业发展前景

第二章 中国母婴店行业发展分析

第一节 中国母婴店行业发展状况

一、中国母婴消费市场分析

二、中国母婴店行业发展阶段

三、中国母婴店行业发展现状

四、中国母婴店行业发展特点

五、中国母婴店行业运营模式

第二节 中国母婴店经营情况分析

一、母婴店数量分布

二、母婴店选址地段

三、母婴店面积情况

四、母婴店成本分布

五、母婴店员工规模

六、母婴店服务产品

七、母婴店营业收入

第三节 中国母婴店市场供需分析

一、中国母婴店行业供给情况

二、中国母婴店行业需求情况

三、中国母婴店行业供需平衡

第四节 中国母婴店行业财务指标

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业营运能力

四、行业发展能力

第三章 中国母婴店连锁经营现状分析

第一节 母婴店连锁行业发展模式

一、行业主要连锁模式

1、直营连锁模式

2、加盟连锁模式

二、母婴店连锁行业盈利模式

1、行业盈利点

2、行业盈利模式

第二节 中国母婴店连锁经营概况

一、中国母婴店连锁经营现状

二、中国母婴店连锁盈利状况

三、中国母婴店连锁品牌格局

四、中国母婴店连锁区域格局

第三节 中国母婴店连锁企业兼并重组

一、企业兼并重组现状

二、企业兼并重组因素

第四节 中国母婴店连锁行业发展痛点

一、母婴店连锁行业发展痛点

二、母婴店连锁行业发展对策

第四章 中国母婴店行业竞争分析

第一节 中国母婴店行业竞争结构

一、行业现有竞争者

二、行业潜在进入者

三、行业替代品威胁

四、行业供应商议价能力

五、行业购买者议价能力

六、行业竞争情况总结

第二节 中国母婴店行业swot分析

一、母婴店行业优势分析

二、母婴店行业劣势分析

三、母婴店行业机会分析

四、母婴店行业威胁分析

第三节 中国母婴店行业竞争分析

一、母婴店行业竞争格局

二、母婴店行业集中度

三、母婴店行业竞争力

第四节 中国母婴店行业竞争趋势与策略

一、母婴店行业竞争趋势

二、母婴店行业竞争策略

第五节 中国母婴店行业营销分析

一、营销环境

二、营销渠道

三、营销现状

四、营销策略

第五章 中国母婴店行业主要区域市场分析

第一节 北京

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第二节 上海

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第三节 广州

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第四节 深圳

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第五节 杭州

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第六节 南京

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第七节 武汉

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第八节 成都

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第九节 重庆

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第十节 郑州

一、地区母婴消费市场分析

二、地区母婴店规模分布

三、地区母婴店竞争格局

四、地区母婴店市场规模

五、地区母婴店发展前景

第六章 中国母婴店行业领先企业经营分析

第一节 乐友国际商业集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第二节 上海丽婴房婴童用品有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第三节 贝贝熊孕婴童连锁商业有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第四节 广东爱婴岛儿童百货股份有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业门店分布
- 三、企业经营项目
- 四、企业经营情况
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第五节 上海爱婴室商务服务股份有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业门店分布
- 三、企业经营项目
- 四、企业经营情况
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第六节 北京丽家丽婴婴童用品股份有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业门店分布
- 三、企业经营项目
- 四、企业经营情况
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第七节 吉林省米氏孕婴健康管理有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第八节 广州乐欣母婴用品有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第九节 北京爱亲科技股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第十节 苏州婴知岛孕婴用品有限公司

一、企业发展简介

二、企业门店分布

三、企业经营项目

四、企业经营情况

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第七章 中国母婴店行业投资分析

第一节 母婴店行业投资特性分析

一、母婴店行业进入壁垒分析

二、母婴店行业盈利因素分析

三、母婴店行业盈利模式分析

第二节 母婴店行业投资情况

一、母婴店行业投资现状

二、母婴店行业投资机会

二、母婴店行业投资风险

第三节 母婴店行业投资前景

一、母婴店行业投资前景

二、母婴店行业投资建议

第八章 中国母婴店行业前景展望

第一节 母婴店行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 母婴店行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2024-2029年母婴店行业发展预测

一、2024-2029年母婴店市场规模预测

二、2024-2029年母婴店行业供给预测

三、2024-2029年母婴店行业需求预测

第四节 2024-2029年母婴店行业发展前景

一、母婴店行业发展趋势

二、母婴店行业发展前景

第九章 中国母婴店行业企业品牌竞争策略

第一节 中国母婴店行业品牌的重要性

一、母婴店行业品牌的重要性

二、母婴店实施品牌战略的意义

第二节 中国母婴店行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

图表目录

图表：母婴店行业产业链结构

图表：国际母婴店行业市场规模

图表：国际母婴店行业竞争格局

图表：欧洲母婴店行业市场规模

图表：美国母婴店行业市场规模

图表：日本母婴店行业市场规模

图表：中国母婴店行业市场规模

图表：中国母婴店行业企业数量分析

图表：中国母婴店行业人员规模分析

图表：中国母婴店行业资产规模分析

图表：中国母婴店行业市场规模分析

图表：中国母婴店行业盈利能力分析

图表：中国母婴店行业偿债能力分析

图表：中国母婴店行业营运能力分析

图表：中国母婴店行业发展能力分析

图表：母婴店行业集中度分析

图表：中国母婴店行业竞争格局

图表：2024-2029年母婴店行业市场规模预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190925/138919.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)