

2024-2029年中国母婴用品行业市场竞争格局与发展前景预测报告

报告简介

母婴产业是指面向孕产妇及0-

6岁婴童群体，满足其衣、食、住、行、用、玩、教等全方位需求，涉及商品制造、零售、生活服务、教育、娱乐、医疗卫生等多个行业的综合性消费产业体系。

随着新时代年轻父母消费能力的增强和育儿观念的改变，以及中国二胎政策全面放开等利好因素，母婴市场已然成为时下热点。目前国内不少母婴企业已经涉足互联网电子商务以及社区APP板块，例如跨境母婴产品的电商平台蜜芽、母婴社区妈妈网、宝宝树、京东旗下的母婴类APP“京东宝宝”等，这些婴幼儿电商和APP在国内的应用市场中都拥有较多的活跃用户，“妈妈经济”开始成为市场新宠。

国家卫生健康委员会网站发布了《母婴安全行动计划(2018-2020年)》和《健康儿童行动计划(2018-2020年)》，在全国组织实施母婴安全行动计划、健康儿童行动计划，旨在切实保障母婴安全，促进儿童健康成长。国务院办公厅印发《关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》，强调发展婴幼儿照护服务的重点是为家庭提供科学养育指导，并对确有照护困难的家庭或婴幼儿提供必要的服务。要强化政策引导和统筹引领，优先支持普惠性婴幼儿照护服务机构。

行业政策动态方面，国家发改委、工信部等联合印发了《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》，《方案》提出，力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在60%以上，同时鼓励国内外企业合作与公平竞争。市场监管总局(国家标准委)在浙江义乌召开国家标准专题新闻发布会，在婴幼儿用品安全领域，发布《婴幼儿用奶瓶和奶嘴》强制性国家标准。该标准首次明确了使用安全技术要求，规定了产品或产品销售包装上应标注的购买信息、材质标识、使用说明、安全警示内容，填补了婴幼儿用奶瓶和奶嘴在使用安全方面标准的空白，对于促进行业健康发展有着深远意义，也对引导消费者正确购买使用婴幼儿用奶瓶和奶嘴具有重要的社会意义。

随着母婴用品行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的母婴用品企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对母婴用品行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国母婴用品市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了母婴用品企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对母婴用品市场风险进行了预测，为母婴用品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在母婴用品行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国母婴用品行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一章 母婴用品行业发展综述

第一节 母婴用品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 母婴用品行业特征分析

一、产业链分析

二、母婴用品行业在国民经济中的地位

三、母婴用品行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、母婴用品行业生命周期

第二章 母婴用品行业发展环境

第一节 经济环境

一、国内经济运行现状

二、国内经济趋势判断

三、经济环境对行业的影响分析

第二节 社会环境

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、生态环境分析

四、中国城镇化率

第三节 政策监管环境

一、管理体制

二、主要政策法规

三、政策法规影响

第四节 技术环境

一、我国母婴用品技术进展分析

二、技术现状及特点

三、母婴用品技术的未来发展趋势

第三章 母婴用品行业上下游产业链发展及影响分析

第一节 产业链介绍

一、母婴用品行业产业链简介

二、母婴用品行业产业链特征分析

三、母婴用品业的产生对产业链的影响分析

第二节 上游产业现状分析及其对母婴用品行业的影响

一、上游产业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游产业发展趋势及对行业的影响

第三节 下游产业分析及其对母婴用品行业的影响

一、下游产业需求情况

二、下游需求变化趋势

三、下游产业发展对行业的影响

第四章 世界母婴用品产业发展对比及经验借鉴

第一节 2024-2029年国际母婴用品产业的发展

- 一、世界母婴用品产业发展综述
- 二、全球母婴用品产业竞争格局
- 三、全球母婴用品产业发展特点

第二节 主要国家地区母婴用品产业发展分析

- 一、欧洲
- 二、亚洲
- 三、美国
- 四、其它国家和地区

第三节 世界母婴用品产业发展趋势及前景分析

- 一、母婴用品技术发展及趋势分析
- 二、母婴用品产业发展趋势分析
- 三、母婴用品产业发展潜力分析

第五章 中国母婴用品行业运行分析

第一节 中国母婴用品行业发展状况分析

- 一、中国母婴用品行业发展阶段
- 二、中国母婴用品行业发展总体概况
- 三、中国母婴用品行业发展特点分析
- 四、中国母婴用品行业商业模式分析

第二节 2019-2023年母婴用品行业发展现状

- 一、2019-2023年中国母婴用品行业市场规模
- 二、2019-2023年中国母婴用品行业发展分析
- 三、2019-2023年中国母婴用品企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、2019-2023年重点省市市场分析

三、2019-2023年重点城市市场分析

第四节 母婴用品细分市场分析

一、细分市场特色

二、2019-2023年细分市场规模及增速

三、重点细分市场前景预测

第五节 行业市场工业总产值分析

一、市场总产值分析

二、行业市场总产值地区分布

第六节 近三年行业市场产品价格现状分析

一、市场产品价格回顾

二、当前市场产品价格综述

三、2024-2029年市场产品价格发展预测

第六章 中国母婴用品行业经济运行指标分析

第一节 中国母婴用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业供给规模分析

五、2024-2029年母婴用品供给预测

第二节 中国母婴用品行业产销分析

一、行业产品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2024-2029年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2024-2029年母婴用品行业的需求预测

二、2024-2029年母婴用品供求平衡预测

第七章 母婴产品细分市场分析

第一节 母婴营养品细分品类

一、营养品细分市场分析

1.乳糖蛋白

2.dha

3.益生菌

4.蛋白质

5.钙铁锌

6.鱼肝油

7.维生素

二、营养品细分市场价格走势分析

1.乳糖蛋白

2.dha

3.益生菌

4.蛋白质

5.钙铁锌

6.鱼肝油

三、营养品细分市场毛利率分析

1.乳糖蛋白

2.dha

3.益生菌

4.蛋白质

5.钙铁锌

6.鱼肝油

第二节 日用品细分品类

一、日用品细分市场分析

1.纸尿裤

2.喂养用品

3.洗护用品

4.婴儿车

二、日用品细分市场价格走势分析

1.纸尿裤

2.喂养用品

3.洗护用品

4.婴儿车

三、营养品细分市场毛利率分析

1.纸尿裤

2.喂养用品

3.洗护用品

4.婴儿车

第三节 服饰玩具细分品类

一、服饰玩具细分市场分析

1.童装

2.童鞋

3.玩具

二、服饰玩具细分市场价格走势分析

1.童装

2.童鞋

3.玩具

三、营养品细分市场毛利率分析

1.童装

2.童鞋

3.玩具

第四节 细分市场发展趋势

第八章 消费者市场分析

第一节 消费者用户画像分析

一、不同年龄母婴用品女性购买者分析

1.年龄分布

2.不同年龄购买者购买方式分析

3.不同年龄购买者活跃时间分析

4.不同年龄购买者购买品类分析

二、母婴用品女性购买者区域分布分析

三、母婴用品女性购买者职业分布

第二节 消费行为偏好分析

一、顾客宝宝月龄分析

二、不同月龄消费金额

三、母婴用品渗透率分析

四、母婴用品订单时间分布

五、母婴用品复购周期分析

第九章 不同销售渠道市场分析

第一节 电商渠道市场分析

一、中国母婴电商行业概述及发展现状

1.发展综述

2.中国母婴电商行业概述及发展现状

3.母婴垂直电商领域

4.线上线下融合o2o电商

二、母婴电商竞争市场

1.市场集中度

2.现有企业竞争

3.潜在竞争者进入的能力

4.购买者的讨价还价能力

第二节 线下渠道市场分析

一、母婴门店服务项目数量增长分析

二、母婴门店销售份额趋势分析

三、店均营业额走势

四、客单价分析及走势

五、客单价分布

六、消费均价趋势

第三节 不同渠道比较分析

一、不同市场占比

二、头部企业市场分析

三、不同渠道优劣势

四、渠道发展趋势

第十章 母婴用品市场竞争格局分析

第一节 母婴用品行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 母婴用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 母婴用品行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 母婴用品行业竞争格局分析

一、母婴用品行业竞争分析

二、国内外母婴用品竞争分析

三、中国母婴用品市场竞争分析

第十一章 母婴用品行业重点领先企业经营状况及前景规划分析

第一节 伊诺母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第二节 蒂爱母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第三节 上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第四节 友昌母婴用品(中国)有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第五节 淄博澳迪森母婴用品股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第六节 海南南国宝宝母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第七节 嗨皮尼斯母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第八节 华逸母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第九节 深圳卓润母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十节 上海亲蓓母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十一节 宁波猫头鹰母婴用品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十二节 上海广生行母婴用品股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十三节 贝亲母婴用品(上海)有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十四节 贝亲母婴用品(常州)有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十五节 春田母婴用品(深圳)有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十二章 2024-2029年母婴用品行业发展趋势及影响因素

第一节 2024-2029年母婴用品行业市场前景分析

一、母婴用品市场容量分析

二、母婴用品行业利好利空政策

三、母婴用品行业发展前景分析

第二节 2024-2029年母婴用品行业未来发展预测分析

一、中国母婴用品发展方向分析

二、2024-2029年中国母婴用品行业发展规模

三、2024-2029年中国母婴用品行业发展趋势预测

第三节 2024-2029年母婴用品行业供需预测

一、2024-2029年母婴用品行业供给预测

二、2024-2029年母婴用品行业需求预测

第四节 2024-2029年影响企业经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、2024-2029年中国母婴用品行业swot分析

1、优势分析

2、劣势分析

3、机会分析

4、风险分析

第十三章 2024-2029年母婴用品行业投资方向与风险分析

第一节 2024-2029年母婴用品行业发展的有利因素与不利因素分析

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2024-2029年母婴用品行业产业发展的空白点分析

第三节 2024-2029年母婴用品行业投资回报率比较高的投资方向

第四节 2024-2029年母婴用品行业投资潜力与机会

第五节 2024-2029年母婴用品行业新进入者应注意的障碍因素

第六节 2024-2029年中国母婴用品行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、上游压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十四章 2024-2029年母婴用品行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、宏观经济数据分析

二、宏观政策环境分析

三、“十四五”发展规划分析

第二节 主要母婴用品产业聚集区发展背景分析

一、主要母婴用品产业聚集区市场特点分析

二、主要母婴用品产业聚集区社会经济现状分析

三、未来主要母婴用品产业聚集区经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、母婴用品市场渠道情况

二、母婴用品竞争对手渠道模式

三、母婴用品直营代理分布情况

第十五章 2024-2029年母婴用品行业市场策略分析

第一节 母婴用品行业营销策略分析及建议

一、母婴用品行业营销模式

二、母婴用品行业营销策略

第二节 母婴用品行业企业经营发展分析及建议

一、母婴用品行业经营模式

二、母婴用品行业发展模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十六章 2024-2029年母婴用品行业投资价值评估分析

第一节 母婴用品行业投资特性分析

一、母婴用品行业进入壁垒分析

二、母婴用品行业盈利因素分析

三、母婴用品行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年母婴用品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2029年母婴用品行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业投资收益率比较及分析

2、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、新进入者应注意的障碍因素

图表目录

图表：我国宏观经济运行指标

图表：我国宏观经济景气指数

图表：我国人口增长情况

图表：我国社会收入及消费能力经济指标

图表：母婴用品行业产业链示意图

图表：2019-2023年母婴用品行业上游产业供给情况

图表：2019-2023年母婴用品行业下游行业需求情况

图表：2019-2023年母婴用品行业全球发展状况

图表：2019-2023年母婴用品行业企业数量

图表：2019-2023年母婴用品行业企业数量走势图

图表：2019-2023年母婴用品行业资产总额

图表：2019-2023年母婴用品行业总资产增长趋势图

图表：2019-2023年母婴用品行业利润总额

图表：2019-2023年母婴用品行业利润总额增长趋势图

图表：2019-2023年母婴用品行业销售收入

图表：2019-2023年母婴用品行业销售收入增长趋势图

图表：2019-2023年母婴用品业产销率趋势图

图表：2019-2023年母婴用品行业盈利能力状况

图表：2019-2023年母婴用品行业偿债能力状况

图表：2019-2023年母婴用品行业营运能力状况

图表：2019-2023年母婴用品行业发展能力状况

图表：2019-2023年母婴用品行业需求状况

图表：2024-2029年母婴用品行业需求预测

图表：2024-2029年母婴用品行业市场规模预测

图表：2024-2029年母婴用品行业发展前景预测

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/20200224/159765.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)