

中国母婴用品行业市场深度调研及发展前景与投资研究报告(2024-2029版)

报告简介

我国母婴零售行业起步时间较晚，早期以奶粉、纸尿裤等简单母婴商品销售为主。伴随着母婴用品行业的发展和消费升级，母婴商品的种类也逐步丰富，食品(例如奶粉、零辅食)、易耗品(例如纸尿裤、洗护用品)、服装、孕妇产品等品类一应俱全，各类品牌商也通过全产业链发展，为不同年龄段婴童提供不同层次的产品。预计2022年，母婴用品也逐渐从单一商品向"商品+服务+产业生态经济"多元化细分领域不断拓展。

随着中国近三十余年经济快速发展，母婴行业的发展经历了三个阶段：初期成型阶段、快速发展阶段以及成熟蜕变阶段。从初期成型阶段到如今的成熟蜕变阶段，中国母婴市场从20世纪90年代的渠道单一、商品稀缺、需求简单，逐步发展到如今的线上线下全渠道经营、商品品类丰富、产品专业、设计独立、需求多元化，消费主力也随着时间推移从70后逐渐转变为90后。中国母婴市场的飞速发展变化离不开消费水平和观念升级、育儿理念升级以及互联网产业迅速发展的驱动。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，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、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以及母婴用品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国母婴用品行业作了详尽深入的分析，为母婴用品产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 母婴用品行业发展概述

第一节 母婴用品行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国母婴用品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国母婴用品行业宏观环境分析 (pest)

第一节 中国母婴用品行业政策(policy)环境分析

一、母婴用品行业监管体系及机构介绍

1、母婴用品行业主管部门

2、母婴用品行业自律组织

二、母婴用品行业标准体系建设现状

1、母婴用品标准体系建设

2、母婴用品现行标准汇总

3、母婴用品即将实施标准

4、母婴用品重点标准解读

三、母婴用品行业发展相关政策规划汇总及解读

1、母婴用品行业发展相关政策汇总

2、母婴用品行业发展相关规划汇总

四、母婴用品行业相关“十四五”规划解读

1、规划内容(母婴用品主要内容)

2、对母婴用品影响分析

五、“碳中和、碳达峰”愿景对母婴用品行业的影响分析

六、政策环境对母婴用品行业发展的影响分析

第二节 中国母婴用品行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

三、中国母婴用品行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国母婴用品行业社会(society)环境分析

第四节 中国母婴用品行业技术(technology)环境分析

第三章 中国母婴用品行业发展现状

第一节 中国母婴用品行业发展分析

一、中国母婴用品行业发展历程

二、我国母婴用品行业发展特点分析

三、中国母婴用品行业发展面临的问题

四、中国母婴用品行业发展趋势分析

第二节 中国母婴用品行业运行分析

一、母婴用品行业运行规模分析

二、母婴用品行业运营状况分析

第三节 中国母婴用品行业竞争分析

一、母婴用品细分市场之间的竞争

二、各类母婴用品内部竞争

第四章 中国母婴用品行业市场发展分析及预测

第一节 2019-2023年中国母婴用品行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2019-2023年中国母婴用品价格走势及影响因素分析

一、2024-2029年母婴用品未来价格走势预测

二、母婴用品市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国母婴用品市场的分析及思考

一、母婴用品市场分析

二、母婴用品市场变化的方向

三、中国母婴用品产业发展的新思路

四、对中国母婴用品产业发展的思考

第四节 2024-2029年母婴用品行业市场发展预测

一、2024-2029年母婴用品行业市场竞争研判

二、2024-2029年母婴用品行业市场发展趋势

第五章 2022年中国母婴用品行业营销渠道分析

第一节 母婴用品销售渠道分类及对比

一、母婴用品行业销售渠道分类

二、母婴用品行业渠道优劣对比

三、2022年母婴用品营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对母婴用品行业的影响

第三节 主要母婴用品企业渠道策略研究

第六章 母婴用品行业主要品牌分析

第一节 母婴用品行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 母婴用品行业上、下游产业链分析

第一节 母婴用品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 母婴用品上游行业分析

一、母婴用品成本构成

二、2019-2023年上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游行业对母婴用品行业的影响

第三节 母婴用品下游行业分析

一、母婴用品下游行业分布

二、2019-2023年下游行业发展现状

三、2024-2029年下游行业发展趋势

四、下游需求对母婴用品行业的影响

第八章 母婴用品行业区域市场调研

第一节 华北地区母婴用品市场调研

一、华北地区母婴用品市场规模分析

二、华北地区母婴用品市场竞争现状分析

三、华北地区母婴用品市场需求特征分析

四、华北地区母婴用品市场趋势预测分析

第二节 东北地区母婴用品市场调研

一、东北地区母婴用品市场规模分析

二、东北地区母婴用品市场竞争现状分析

三、东北地区母婴用品市场需求特征分析

四、东北地区母婴用品市场趋势预测分析

第三节 华东地区母婴用品市场调研

一、华东地区母婴用品市场规模分析

二、华东地区母婴用品市场竞争现状分析

三、华东地区母婴用品市场需求特征分析

四、华东地区母婴用品市场趋势预测分析

第四节 华中地区母婴用品市场调研

- 一、华中地区母婴用品市场规模分析
- 二、华中地区母婴用品市场竞争现状分析
- 三、华中地区母婴用品市场需求特征分析
- 四、华中地区母婴用品市场趋势预测分析

第五节 华南地区母婴用品市场调研

- 一、华南地区母婴用品市场规模分析
- 二、华中地区母婴用品市场竞争现状分析
- 三、华南地区母婴用品市场需求特征分析
- 四、华南地区母婴用品市场趋势预测分析

第六节 西部地区母婴用品市场调研

- 一、西部地区母婴用品市场规模分析
- 二、西部地区母婴用品市场竞争现状分析
- 三、西部地区母婴用品市场需求特征分析
- 四、西部地区母婴用品市场趋势预测分析

第九章 母婴用品重点企业分析

第一节 中国飞鹤有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 恒安国际集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 澳优乳业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 健合国际控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 贝因美婴童食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 上海爱婴室商务服务股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 孩子王儿童用品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 雅士利国际控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 奥飞娱乐股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国母婴用品行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国母婴用品行业投资、兼并与重组状况

一、中国母婴用品行业投资现状分析

1、中国母婴用品行业投资主体分析

2、中国母婴用品行业投资切入方式

3、中国母婴用品行业投资规模分析

4、中国母婴用品行业成功投资案例

二、中国母婴用品行业兼并与重组状况

第二节 中国母婴用品行业波特五力模型分析

一、母婴用品行业现有竞争者之间的竞争状况

二、母婴用品行业关键要素的供应商议价能力分析

三、母婴用品行业消费者议价能力分析

四、母婴用品行业潜在进入者分析

五、母婴用品行业替代品风险分析

六、母婴用品行业竞争情况总结

第三节 中国母婴用品行业市场格局及集中度分析

一、中国母婴用品行业市场竞争格局

二、中国母婴用品行业市场集中度分析

第四节 中国母婴用品企业发展状况分析

一、母婴用品企业主要类型

二、母婴用品企业资本运作分析

三、母婴用品企业国际竞争力分析

第五节 母婴用品行业竞争趋势分析

一、母婴用品行业未来竞争格局和特点

二、国内母婴用品企业竞争能力提升途径

第十一章 中国母婴用品市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国母婴用品行业经营效益分析

一、中国母婴用品行业营收状况

二、中国母婴用品行业利润水平

二、中国母婴用品行业成本管控

第二节 中国母婴用品行业商业模式分析

第三节 中国母婴用品行业市场痛点分析

第四节 中国母婴用品产业结构优化与转型升级发展路径

第五节 中国母婴用品产业结构优化与转型升级发展布局

第十二章 中国母婴用品行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 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

第四节 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

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国母婴用品行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国母婴用品行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国母婴用品产业链布局诊断

第二节 中国母婴用品行业swot分析

第三节 中国母婴用品行业发展潜力评估

第四节 中国母婴用品行业发展前景预测

第五节 中国母婴用品行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 母婴用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

- 图表：2019-2023年中国母婴用品资产规模分析
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业供给情况
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业市场规模
- 图表：2022年中国母婴用品行业负债规模分析
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业市场产品价格走势
- 图表：2024-2029年中国母婴用品行业市场产品价格趋势预测
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业利润规模及增长速度
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业销售收入
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业销售利润率
- 图表：2019-2023年中国母婴用品行业总资产利润率
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业净资产利润率
- 图表：2019-2023年中国母婴用品行业总资产增长率
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业净资产增长率
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业资产负债率
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业速动比率
- 图表：2021-2022年中国母婴用品行业流动比率
- 图表：2019-2023年中国母婴用品行业总资产周转率

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20221014/299109.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)