

2026-2031年国内母婴用品行业发展趋势及发展策略研究报告

报告简介

母婴用品行业是指围绕孕期、产期、哺乳期及0-14岁儿童成长周期，提供食品、服装、用品、玩具、教育、服务等全品类产品与解决方案的综合性消费产业。从产业链维度看，行业上游涵盖原材料供应、研发设计、生产制造等环节，中游涉及品牌商、渠道商、平台运营商等市场组织，下游则直面以“妈妈+宝宝”为核心的家庭消费单元。产品谱系极为丰富，包括婴幼儿配方奶粉、辅食营养品、纸尿裤、童装童鞋、喂养器具、洗护用品、童车童床、益智玩具、母婴智能设备，以及月子服务、早教托育、育儿咨询等衍生服务。母婴用品消费具有显著的阶段性、情感性、安全敏感性特征，购买决策往往由安全性、功能性、品牌信任度等多重因素共同驱动，且呈现出从“基础满足”向“品质升级”、从“产品消费”向“服务消费”、从“标准化供给”向“个性化定制”演进的价值升级规律。随着国民生育政策优化、家庭结构变迁与育儿理念革新，母婴用品行业已成为洞察中国消费市场转型与家庭生活方式变革的重要窗口。

当前，国内母婴用品市场正处于存量竞争深化与商业模式重构的转折阶段。从市场规模看，尽管新生儿数量下滑带来基础需求收缩压力，但客单价提升、消费周期延长、品类渗透率提高等因素部分对冲了人口负向冲击，行业整体维持“量减价增”的结构性增长态势；从竞争格局看，国际品牌与本土龙头在高端奶粉、纸尿裤等核心品类展开激烈角逐，国货崛起与进口替代并行，同时垂直母婴平台、内容电商、社区团购等新渠道崛起颠覆了传统经销体系，DTC(直接面向消费者)模式、会员订阅制、私域流量运营成为品牌获取用户粘性的关键手段。值得关注的深层变化在于：新生代父母呈现明显的“科学育儿”与“悦己消费”双重倾向，成分党、功能党、颜值党分化显著，对有机零添加、智能科技赋能、国潮文化符号的产品诉求日益强烈；而母婴零售业态也正经历从“商品货架”向“场景体验”、从“单一交易”向“全生命周期服务”的转型，整合育儿服务、社交互动、医疗健康功能的母婴综合体、月子中心、托育机构等业态融合加速。行业同样面临出生率持续走低、获客成本攀升、产品质量舆情敏感、监管政策趋严等现实挑战。未来，母婴用品行业将呈现若干确定性演进方向。产品创新驱动方面，分龄分阶的精细化营养解决方

案、基于生物科技的敏感肌护理产品、融合AIoT技术的智能育儿硬件、具备医学循证背景的功能性食品将成为研发热点，科技属性与专业背书将重构产品溢价逻辑；渠道与服务融合方面，线上线下一体化的全域营销、基于大数据的精准用户运营、贯穿孕产哺育全周期的会员服务体系将成为标配，内容种草、直播带货、私域社群等新型触达方式将进一步成熟；产业生态延伸方面，母婴用品企业向早教内容、家庭健康、女性消费等关联领域跨界布局的趋势将更加明显，“大母婴”生态圈的边界持续拓展；可持续发展维度，环保包装材料应用、产品全生命周期可追溯、企业ESG实践将成为品牌获取Z世代父母认同的重要砝码。尤为重要的是，随着“十五五”时期育儿友好型社会建设的推进，普惠托育服务扩容、生育支持政策完善、母婴设施标准化建设等制度红利有望逐步释放，为行业创造相对友好的发展环境。

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、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及母婴用品行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国母婴用品行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外母婴用品行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了母婴用品行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于母婴用品产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国母婴用品行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 母婴用品行业基本概况

第一节 母婴用品行业概念界定及特征

一、母婴用品行业定义及研究范围

二、母婴用品行业发展特征

第二节 行业分类

一、行业分类方法

二、行业分类情况

第三节 行业发展特征

一、行业生命周期

二、行业产业链完备性

三、行业进入/退出壁垒

四、行业相关技术成熟度分析

第二章 2025年全球母婴用品行业发展概述

第一节 全球母婴用品行业市场规模

一、2023-2025年全球母婴用品行业市场规模及其变化趋势

二、2026-2031年全球母婴用品行业市场规模预测

第二节 全球母婴用品行业供给情况分析

一、全球母婴用品行业产能分布情况

二、全球母婴用品行业典型供给企业分析

1、企业一

2、企业二

3、企业三

第三节 全球母婴用品行业需求分析

一、全球母婴用品行业需求规模

二、全球母婴用品行业需求格局

三、全球母婴用品行业需求趋势

四、2026-2031年全球母婴用品行业需求规模预测

第四节 全球母婴用品行业发展成功经验借鉴及失败教训吸取

一、全球母婴用品行业发展成功经验借鉴

二、全球母婴用品行业发展失败教训吸取

第三章 2025年中国母婴用品行业发展环境分析

第一节 母婴用品行业发展政策环境

一、母婴用品行业发展规划类政策及其解读

二、母婴用品行业发展监管类政策及其解读

三、母婴用品行业发展标准类政策及其解读

第二节 母婴用品行业发展经济环境

一、国内宏观经济发展情况

二、国内固定资产投资情况

三、国内商品贸易情况

四、国内投融资规模情况

第三节 母婴用品行业发展社会环境

一、国内人口情况分析

二、国内人均收入及支出情况分析

三、国内人才储备情况

四、国内科研经费支出情况

第四节 母婴用品行业技术环境

一、母婴用品行业技术专利申请情况

二、母婴用品行业主要技术分析

三、技术对母婴用品行业发展的作用机制分析

四、母婴用品行业技术发展趋势分析

第四章 2023-2025年中国母婴用品行业市场分析

第一节 2023-2025年国内母婴用品行业市场规模

一、2023-2025年国内母婴用品行业市场规模及其变化趋势

二、2023-2025年国内母婴用品行业市场规模变化影响因素

三、2026-2031年母婴用品行业市场规模及增速预测

第二节 国内母婴用品行业市场供给情况分析

一、国内母婴用品行业供给企业数量

二、国内母婴用品行业供给企业区域分布情况

三、国内母婴用品行业从业人员数量

四、国内母婴用品行业供给规模

五、国内母婴用品行业产能规划情况

第三节 国内母婴用品行业市场需求情况分析

一、母婴用品行业需求规模

二、国内母婴用品行业需求结构

三、国内母婴用品行业需求趋势

四、国内母婴用品行业需求潜力预测

第五章 国内母婴用品行业竞争格局及竞争策略

第一节 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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 国内母婴用品行业竞争梯队

一、第一梯队

二、第二梯队

三、第三梯队

第四节 国内母婴用品行业竞争策略

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

第六章 国内母婴用品行业人才策略分析

第一节 人才招聘策略

一、基层人才招聘策略

二、中层人才招聘策略

三、高级人才招聘策略

第二节 人才培养策略

一、内部培养策略

二、外部委托培养策略

第三节 人才激励策略

一、岗位晋升激励策略

二、股权激励策略

三、期权激励策略

第七章 母婴用品行业国际化发展策略

第一节 母婴用品行业国际化发展基础

一、母婴用品行业出口情况

二、母婴用品对外依存度

三、母婴用品行业oem情况分析

第二节 母婴用品行业国际化发展策略

一、参与国际标准的制定

二、提升行业全球竞争力

三、实施“走出去”战略

第八章 母婴用品行业企业竞争策略分析

第一节 母婴用品市场竞争策略分析

一、2026年母婴用品市场增长潜力分析

二、现有母婴用品行业竞争策略分析

第二节 母婴用品企业竞争策略分析

一、全球热点对母婴用品行业企业竞争力的影响

二、国内热点对母婴用品行业企业竞争力的影响

三、2026-2031年国内母婴用品行业企业竞争策略

第九章 2025年中国母婴用品行业重点企业分析

第一节 孩子王儿童用品股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品/服务分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业整体经营情况分析
- 五、企业发展经验借鉴

第二节 爱婴室商务服务股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品/服务分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业整体经营情况分析
- 五、企业发展经验借鉴

第三节 贝因美股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品/服务分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业整体经营情况分析
- 五、企业发展经验借鉴

第四节 金发拉比妇婴童用品股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第五节 杭州白贝壳实业股份有限公司(babycare)

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第六节 好孩子儿童用品有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第七节 润本生物技术股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第八节 可靠护理用品股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第九节 中国飞鹤有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第十节 可优比母婴用品有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第十章 2026-2031年中国母婴用品行业发展与投资风险分析

第一节 母婴用品行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 产业链上下游及各关联产业风险

第三节 母婴用品行业政策风险

第四节 母婴用品行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第十一章 2026-2031年中国母婴用品行业发展前景及投资机会分析

第一节 母婴用品行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 母婴用品行业投资机会

一、区域市场投资机会

二、产业链投资机会

第十二章 母婴用品行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2025年相关产业投资收益率比较

二、2023-2025年行业投资收益率分析

第二节 母婴用品行业投资效益分析

- 一、2023-2025年母婴用品行业投资状况分析
- 二、2026-2031年母婴用品行业投资效益分析
- 三、2026-2031年母婴用品行业投资趋势预测
- 四、2026-2031年母婴用品行业的投资方向
- 五、2026-2031年母婴用品行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响母婴用品行业发展的主要因素

- 一、2026-2031年影响母婴用品行业运行的有利因素分析
- 二、2026-2031年影响母婴用品行业运行的稳定因素分析
- 三、2026-2031年影响母婴用品行业运行的不利因素分析
- 四、2026-2031年我国母婴用品行业发展面临的挑战分析
- 五、2026-2031年我国母婴用品行业发展面临的机遇分析

图表目录

图表：中国母婴用品行业相关政策汇总

图表：2023-2025年中国母婴用品市场规模

图表：2026-2031年中国母婴用品市场规模及增速预测

图表：2025年中国母婴用品行业市场结构分析

图表：母婴用品区域分布状况

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：4066475

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066475.shtml>

在线订购：[点击这里](#)