

# 2021年中国跨境母婴电商市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国跨境母婴电商市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/531829531829.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

随着我国跨境电商飞速发展以及居民消费水平不断提高提升，再加上国内母婴产品问题不断曝出，导致国内消费者对跨境母婴电商产品需求持续增加，进而使得我国跨境母婴电商行业快速发展、市场竞争日趋激烈。目前，我国跨境母婴电商行业具有以下特征：

我国跨境母婴电商行业发展的特征 数据来源：公开资料整理

中国母婴电商行业销售渠道分布情况 数据来源：公开资料整理

### 一、供应商的议价能力

供应商议价能力，指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。目前，我国跨境母婴电商大都是通过“超市扫货”，没能充分掌控货源，货源不足导致某些平台只能提供“限时限量”或“飞单”，结果消费者的需求未能得到满足、未能建立信任，导致客户流失。此外，国内母婴电商平台虽然规模较大，但缺少与国外电商对接或合作的资源，没有正规的品牌授权。因此，我国跨境母婴产品的供应商讨价还价能力较强。

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。我国跨境母婴产品消费者相对议价能力较强，主要体现在三个方面：一是消费者拥有更广泛的选择范围，掌握充足的跨境母婴市场有关需求、市场实际价格，甚至供应厂商成本等全面信息，拥有了更多的主动权；二是，跨境母婴产品差异化小、替代产品多，也导致消费者讨价还价能力较强；三是，跨境母婴电商平台数量较多，购买方可以从多个平台购买相关的产品，所以母婴产品消费者对某种产品或某个平台的依赖性就会减低，只要替代品可以给消费者带来相对于现有产品、平台更大的效用，客户就可能选择替代品，进而使得购买方的议价能力较强。

另外，跨境母婴产品消费者对价格敏感度并不高，其主要是因为居民消费水平不断地提高，“80后”“90后”逐渐成为主力消费群体且消费观念已转变，对产品的质量和安全要求较高。因此，要想在母婴市场上占据更大的份额，不仅要价格低，更要保证质量和良好的售后服务。

2015-2019年中国母婴移动端用户规模情况 数据来源：Bigdata

### 三、新进入者的威胁

我国跨境母婴电商市场新进入者的威胁较小，行业资金和规模壁垒高，主要表现为资本、转换成本、销售渠道开拓等。因此，我国跨境母婴电商行业的新进入者必须在资本金投入、产品优势和客户忠诚度等方面占据优势，要不然在激烈的竞争中难以存活，尤其是在宣传方面需要大量资金，用以进行预支的网络或电视广告营销，而且这风险很大，有可能最终得不到回报的。基于此，我国跨境母婴电商行业新进入者威胁较小。

同时，母婴市场巨大的发展潜力和利润驱使越来越多的参与者进入，而行业内现有企业会对新进入者进行反击，比如把控供应商，增加新进入者的销售成本等。

#### 四、替代品的威胁

替代品是指其他产业或企业提供的能够为客户带来相似消费体验的产品或服务。替代产品威胁力的大小受制于替代产品对现有产品的替代程度，替代程度越大，威胁力越强；若某种产品的替代产品较少，那么它所面临的替代威胁就越小。我国跨境母婴电商平台受到海外直购网站的冲击，其威胁较大，主要体现在以下方面：价格越低，对原产品的替代性越强；质量越好，消费者青睐程度提升；用户的转换成本越低，替代性越强，反之替代性越低甚至没有。

我国跨境母婴电商行业替代产品的替代能力分析 数据来源：公开资料整理

#### 五、同业竞争者的竞争程度

我国跨境母婴电商行业竞争主体包括国内外母婴电商、物流、支付企业。随着居民消费水平不断提高以及对母婴产品质量重视程度持续加深，我国跨境母婴电商行业进入快速发展期。据网经社数据显示，在垂直类母婴电商平台中，用户活跃度最高的是“贝贝”，月活跃人数达405.59万人；其次是“孩子王”，月活跃人数75万人。

2019年我国垂直类母婴电商平台月活跃用户规模统计情况 数据来源：网经社

从行业竞争整体来看，我国跨境母婴电商市场尚未出现强势品牌。虽然综合类电商凭借着雄厚的资金、广阔的渠道和品牌优势占据大部分市场份额，但是由于垂直电商之间的竞争导致利润下降，众多中小型垂直母婴电商一方面通过低价争夺市场，另一方面通过模仿、复制技术缓解品牌劣势，在细分市场影响力扩大，届时跨境母婴电商行业现有竞争者之间的竞争会持续加剧。

2019年中国母婴电商行不同业销售渠道比重统计情况 数据来源：公开资料整理

综上所述，通过五力模型分析可知，我国跨境母婴电商行业供应商和购买者的议价能力较强，替代品的威胁较大，市场竞争愈加激烈。因此，我国跨境母婴电商行业企业应根据自身的有利资源，制定相关的发展策略。

我国跨境母婴电商行业发展策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国跨境母婴电商市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国跨境母婴电商行业发展概述

#### 第一节 跨境母婴电商行业发展情况概述

- 一、跨境母婴电商行业相关定义
- 二、跨境母婴电商行业基本情况介绍
- 三、跨境母婴电商行业发展特点分析
- 四、跨境母婴电商行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、跨境母婴电商行业需求主体分析

#### 第二节 中国跨境母婴电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、跨境母婴电商行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国跨境母婴电商行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国跨境母婴电商行业生命周期分析

## 一、跨境母婴电商行业生命周期理论概述

## 二、跨境母婴电商行业所属的生命周期分析

### 第四节 跨境母婴电商行业经济指标分析

#### 一、跨境母婴电商行业的赢利性分析

#### 二、跨境母婴电商行业的经济周期分析

#### 三、跨境母婴电商行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国跨境母婴电商行业进入壁垒分析

#### 一、跨境母婴电商行业资金壁垒分析

#### 二、跨境母婴电商行业技术壁垒分析

#### 三、跨境母婴电商行业人才壁垒分析

#### 四、跨境母婴电商行业品牌壁垒分析

#### 五、跨境母婴电商行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球跨境母婴电商行业市场发展现状分析

### 第一节 全球跨境母婴电商行业发展历程回顾

### 第二节 全球跨境母婴电商行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲跨境母婴电商行业地区市场分析

#### 一、亚洲跨境母婴电商行业市场现状分析

#### 二、亚洲跨境母婴电商行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲跨境母婴电商行业市场前景分析

### 第四节 北美跨境母婴电商行业地区市场分析

#### 一、北美跨境母婴电商行业市场现状分析

#### 二、北美跨境母婴电商行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美跨境母婴电商行业市场前景分析

### 第五节 欧洲跨境母婴电商行业地区市场分析

#### 一、欧洲跨境母婴电商行业市场现状分析

#### 二、欧洲跨境母婴电商行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲跨境母婴电商行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界跨境母婴电商行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球跨境母婴电商行业市场规模预测

## 第三章 中国跨境母婴电商产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品跨境母婴电商总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国跨境母婴电商行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国跨境母婴电商产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国跨境母婴电商行业运行情况

第一节 中国跨境母婴电商行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国跨境母婴电商行业市场规模分析

第三节 中国跨境母婴电商行业供应情况分析

第四节 中国跨境母婴电商行业需求情况分析

第五节 我国跨境母婴电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国跨境母婴电商行业供需平衡分析

第七节 中国跨境母婴电商行业发展趋势分析

第五章 中国跨境母婴电商所属行业运行数据监测

第一节 中国跨境母婴电商所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国跨境母婴电商所属行业产销与费用分析

## 一、流动资产

## 二、销售收入分析

## 三、负债分析

## 四、利润规模分析

## 五、产值分析

### 第三节 中国跨境母婴电商所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国跨境母婴电商市场格局分析

### 第一节 中国跨境母婴电商行业竞争现状分析

#### 一、中国跨境母婴电商行业竞争情况分析

#### 二、中国跨境母婴电商行业主要品牌分析

### 第二节 中国跨境母婴电商行业集中度分析

#### 一、中国跨境母婴电商行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国跨境母婴电商行业市场集中度分析

### 第三节 中国跨境母婴电商行业存在的问题

### 第四节 中国跨境母婴电商行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国跨境母婴电商行业钻石模型分析

#### 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

## 第七章 2017-2020年中国跨境母婴电商行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国跨境母婴电商行业消费市场动态情况

### 第二节 中国跨境母婴电商行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 跨境母婴电商行业成本结构分析



#### 第四节 跨境母婴电商行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

#### 第五节 中国跨境母婴电商行业价格现状分析

#### 第六节 中国跨境母婴电商行业平均价格走势预测

- 一、中国跨境母婴电商行业价格影响因素
- 二、中国跨境母婴电商行业平均价格走势预测
- 三、中国跨境母婴电商行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国跨境母婴电商行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国跨境母婴电商行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区跨境母婴电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区跨境母婴电商市场规模分析
- 四、华东地区跨境母婴电商市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区跨境母婴电商市场规模分析
- 四、华中地区跨境母婴电商市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区跨境母婴电商市场规模分析
- 四、华南地区跨境母婴电商市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国跨境母婴电商行业竞争情况

#### 第一节 中国跨境母婴电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国跨境母婴电商行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国跨境母婴电商行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 跨境母婴电商行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国跨境母婴电商行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国跨境母婴电商行业未来发展前景分析

#### 一、跨境母婴电商行业国内投资环境分析

#### 二、中国跨境母婴电商行业市场机会分析

#### 三、中国跨境母婴电商行业投资增速预测

### 第二节 中国跨境母婴电商行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国跨境母婴电商行业市场发展预测

#### 一、中国跨境母婴电商行业市场规模预测

#### 二、中国跨境母婴电商行业市场规模增速预测

#### 三、中国跨境母婴电商行业产值规模预测

#### 四、中国跨境母婴电商行业产值增速预测

#### 五、中国跨境母婴电商行业供需情况预测

### 第四节 中国跨境母婴电商行业盈利走势预测

#### 一、中国跨境母婴电商行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国跨境母婴电商行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国跨境母婴电商行业投资风险与营销分析

### 第一节 跨境母婴电商行业投资风险分析

#### 一、跨境母婴电商行业政策风险分析

#### 二、跨境母婴电商行业技术风险分析

#### 三、跨境母婴电商行业竞争风险

#### 四、跨境母婴电商行业其他风险分析

### 第二节 跨境母婴电商行业应对策略

#### 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

## 第十三章 2021-2026年中国跨境母婴电商行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国跨境母婴电商行业品牌战略分析

- 一、跨境母婴电商企业品牌的重要性
- 二、跨境母婴电商企业实施品牌战略的意义
- 三、跨境母婴电商企业品牌的现状分析
- 四、跨境母婴电商企业的品牌战略
- 五、跨境母婴电商品牌战略管理的策略

### 第二节 中国跨境母婴电商行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国跨境母婴电商行业战略综合规划分析

- 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

### 第四节 跨境母婴电商行业竞争力提升策略

- 一、跨境母婴电商行业产品差异性策略
- 二、跨境母婴电商行业个性化服务策略
- 三、跨境母婴电商行业的促销宣传策略
- 四、跨境母婴电商行业信息智能化策略
- 五、跨境母婴电商行业品牌化建设策略
- 六、跨境母婴电商行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国跨境母婴电商行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国跨境母婴电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国跨境母婴电商行业营销渠道策略

一、跨境母婴电商行业渠道选择策略

二、跨境母婴电商行业营销策略

第三节 中国跨境母婴电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国跨境母婴电商行业重点投资区域分析

二、中国跨境母婴电商行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/531829531829.html>