

2018年中国母婴连锁市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国母婴连锁市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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/baihuo/342453342453.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

消费升级推动专业化连锁业态份额提升

根据数据，中国母婴连锁市场规模自2006年的182亿元增长到2015年的1,056亿元，CAGR达21.6%，明显高于整个母婴市场的增速。如果考虑到线上渗透率逐年提升，则线下母婴市场增速应低于整体母婴市场增速，因此母婴连锁市场的增长速度相对于其它线下市场更加明显，这表明在母婴线下渠道中，专业化连锁业态的市场份额正在不断上升。

图：2006-2015年中国母婴连锁市场规模（亿元）及增速

数据来源：公开数据整理

我们认为，母婴连锁店逐步替代传统的百货、商超等渠道，是母婴消费市场发展到一定阶段的自然结果，也是消费升级的体现。背后的原因与母婴商品购买者的消费心理有密切的关系。首先，消费者对母婴商品的品质 and 安全性要求非常高，同时又很难直接分辨商品的真伪和质量，因此需要渠道方提供一定程度的品牌背书。母婴连锁店通过统一品牌下的连锁经营，更容易取得消费者的信任，并由此建立消费者的品牌忠诚度。其次，消费者面对众多的母婴商品，常常需要亲身体验和比较，也需要一些专业的建议和指导，母婴连锁店在提供相关的专业化服务方面更具优势。再次，消费者对于消费过程的快捷方便也有越来越高的要求，母婴连锁店的一站式购物方式更好地满足了消费者这方面的需求。

竞争格局：行业相对分散，区域性强

目前国内连锁母婴市场集中度较低，市场较为分散，龙头公司多以区域性覆盖为主，尚未形成覆盖全国的垄断性优势。

从门店数量和规模来看，国内母婴连锁店大致可分为以下三类：（1）全国知名，连锁门店100家以上，单店超过5,000平米，除商品销售外还提供儿童游乐场、游泳、培训等周边服务，如孩子王。孩子王是国内最大的母婴连锁零售企业，年报显示其2016年营业收入达45亿元。（2）全国知名，连锁门店100家以上，单店面积小于2000平方米，如爱婴室、乐友中国、爱婴岛、贝贝熊、丽家宝贝等。据爱婴室招股书披露，这一梯队中有多家年营收超过10亿元的企业，如爱婴室、乐友中国、爱婴岛等。（3）在局部区域有影响力，门店在100家以下的母婴连锁店。

从覆盖区域上看，龙头公司中，孩子王和乐友中国门店覆盖省市达10个以上，其中孩子王覆盖东部和中部大部分省份，乐友中国偏重长江以北；爱婴岛、贝贝熊偏重于长江以南

；爱婴室主要在江浙沪和福建，丽家宝贝则以京津冀为主。

从经营模式上看，国内母婴连锁店主要分为直营和加盟两种模式。直营模式对商品和服务有较强管控力，定位于高端市场，门店一般布局在一、二线城市的购物中心，以孩子王、爱婴室为代表。加盟模式是大多数母婴连锁店采取的经营方式，管理上较为松散，单店面积较小，以街边店为主，主要布局在二、三线城市甚至更下沉。龙头公司中乐友、爱婴岛等采用直营和加盟混合经营的模式。

图：国内母婴连锁龙头公司简介

资料来源：公开资料整理图：国内母婴连锁龙头公司门店分布情况(截至2018年3月)

资料来源：互联网

为什么国内母婴连锁龙头多以区域性覆盖为主？我们认为这与我国母婴零售行业的背景特点和发展阶段有关。首先，在母婴零售市场中占主要份额的快消品，如奶粉、纸尿裤等，品牌方大多通过区域经销商或代理商进行销售，而非直接面向零售终端。这种模式下经销商或代理商具有区域排他性，对区域内的商品供应数量和价格有较强的控制力，因此依赖经销商或代理商供货的母婴连锁渠道也自然形成了区域分割格局。其次，母婴连锁模式下的服务和门店管理具有一定的专业性，跨区域运营难度较高，由于各地区人力资源水平存在差异，缺少中高层管理人才已经成为制约母婴连锁企业进行异地扩张的瓶颈。

另外，通过与海外同类公司对比，我们发现国内母婴连锁店的综合性更强。以海外上市公司为例，日本最大的母婴连锁店西松屋和英国知名跨国连锁品牌mothercare，都是以婴童服装为主打品类，兼营用品、车床、玩具等，而并不涉及国内母婴连锁店主营的奶粉、尿裤等品类。我们认为这种品类经营上的差异与消费习惯的差异有关：海外市场中奶粉、尿裤等快消品大多在超市、药店销售，而国内市场由于消费者对渠道的信任度问题，具有较强品牌背书能力的母婴连锁店在奶粉、尿裤品类上具有一定优势。

图：海外上市母婴连锁龙头企业简介

资料来源：公开资料整理图：2014-2017年海外上市母婴连锁龙头营收（亿元人民币）

数据来源：公开数据整理图：2014-2017年海外上市母婴连锁龙头净利润（亿元人民币）

数据来源：公开数据整理（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国母婴连锁市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场

前景、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 2016-2018年中国母婴连锁行业发展概述

第一节 母婴连锁行业发展情况概述

一、母婴连锁行业相关定义

二、母婴连锁行业基本情况介绍

三、母婴连锁行业发展特点分析

第二节 中国母婴连锁行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、母婴连锁行业产业链条分析

三、中国母婴连锁行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国母婴连锁行业生命周期分析

一、母婴连锁行业生命周期理论概述

二、母婴连锁行业所属的生命周期分析

第四节 母婴连锁行业经济指标分析

- 一、 母婴连锁行业的赢利性分析
- 二、 母婴连锁行业的经济周期分析
- 三、 母婴连锁行业附加值的提升空间分析

第五节 国中母婴连锁行业进入壁垒分析

- 一、 母婴连锁行业资金壁垒分析
- 二、 母婴连锁行业技术壁垒分析
- 三、 母婴连锁行业人才壁垒分析
- 四、 母婴连锁行业品牌壁垒分析
- 五、 母婴连锁行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球母婴连锁行业市场发展现状分析

第一节 全球母婴连锁行业发展历程回顾

第二节 全球母婴连锁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲母婴连锁行业地区市场分析

- 一、 亚洲母婴连锁行业市场现状分析
- 二、 亚洲母婴连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、 亚洲母婴连锁行业市场前景分析

第四节 北美母婴连锁行业地区市场分析

- 一、 北美母婴连锁行业市场现状分析
- 二、 北美母婴连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、 北美母婴连锁行业市场前景分析

第五节 欧盟母婴连锁行业地区市场分析

- 一、 欧盟母婴连锁行业市场现状分析
- 二、 欧盟母婴连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、 欧盟母婴连锁行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界母婴连锁行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球母婴连锁行业市场规模预测

第三章 中国母婴连锁产业发展环境分析

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、 全社会消费品母婴连锁总额
- 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 中国母婴连锁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国母婴连锁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 中国母婴连锁行业运行情况

第一节 中国母婴连锁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 中国母婴连锁行业市场规模分析

第三节 中国母婴连锁行业供应情况分析

第四节 中国母婴连锁行业需求情况分析

第五节 中国母婴连锁行业供需平衡分析

第六节 中国母婴连锁行业发展趋势分析

第五章 中国母婴连锁所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴连锁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 中国母婴连锁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 中国母婴连锁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 2016-2018年中国母婴连锁市场格局分析

第一节 中国母婴连锁行业竞争现状分析

- 一、中国母婴连锁行业竞争情况分析
- 二、中国母婴连锁行业主要品牌分析

第二节 中国母婴连锁行业集中度分析

- 一、中国母婴连锁行业市场集中度分析
- 二、中国母婴连锁行业企业集中度分析

第三节 中国母婴连锁行业存在的问题

第四节 中国母婴连锁行业解决问题的策略分析

第五节 中国母婴连锁行业竞争力分析

- 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 2016-2018年中国母婴连锁行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国母婴连锁行业消费特点

第二节 中国母婴连锁行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 母婴连锁行业成本分析

第四节 母婴连锁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 中国母婴连锁行业价格现状分析

第六节 中国母婴连锁行业平均价格走势预测

- 一、中国母婴连锁行业价格影响因素
- 二、中国母婴连锁行业平均价格走势预测
- 三、中国母婴连锁行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国母婴连锁行业区域市场现状分析

第一节 中国母婴连锁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地母婴连锁市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区母婴连锁市场规模分析
- 四、华东地区母婴连锁市场规模预测

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、华中地区母婴连锁市场规模分析
- 四、华中地区母婴连锁市场规模预测

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、华南地区母婴连锁市场规模分析

第九章 2016-2018年中国母婴连锁行业竞争情况

第一节 中国母婴连锁行业竞争结构分析（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 中国母婴连锁行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国母婴连锁行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 母婴连锁行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国母婴连锁行业发展前景分析与预测

第一节 中国母婴连锁行业未来发展前景分析

一、母婴连锁行业国内投资环境分析

二、中国母婴连锁行业市场机会分析

三、中国母婴连锁行业投资增速预测

第二节 中国母婴连锁行业未来发展趋势预测

第三节 中国母婴连锁行业市场发展预测

一、中国母婴连锁行业市场规模预测

二、中国母婴连锁行业市场规模增速预测

三、中国母婴连锁行业产值规模预测

四、中国母婴连锁行业产值增速预测

五、中国母婴连锁行业供需情况预测

第四节 中国母婴连锁行业盈利走势预测

一、中国母婴连锁行业毛利润同比增速预测

二、中国母婴连锁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国母婴连锁行业投资风险与营销分析

第一节 母婴连锁行业投资风险分析

- 一、母婴连锁行业政策风险分析
- 二、母婴连锁行业技术风险分析
- 三、母婴连锁行业竞争风险分析
- 四、母婴连锁行业其他风险分析

第二节 母婴连锁行业企业经营发展分析及建议

- 一、母婴连锁行业经营模式
- 二、母婴连锁行业销售模式
- 三、母婴连锁行业创新方向

第三节 母婴连锁行业应对策略

- 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 2018-2024年中国母婴连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴连锁行业品牌战略分析

- 一、母婴连锁企业品牌的重要性
- 二、母婴连锁企业实施品牌战略的意义
- 三、母婴连锁企业品牌的现状分析
- 四、母婴连锁企业的品牌战略
- 五、母婴连锁品牌战略管理的策略

第二节 中国母婴连锁行业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、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

第三节 中国母婴连锁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

第十四章 2018-2024年中国母婴连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴连锁行业产品策略分析

- 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 中国母婴连锁行业定价策略分析

第三节 中国母婴连锁行业营销渠道策略

- 一、母婴连锁行业渠道选择策略
- 二、母婴连锁行业营销策略

第四节 中国母婴连锁行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国母婴连锁行业重点投资区域分析
- 二、中国母婴连锁行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/342453342453.html>