

2018年中国母婴行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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年中国母婴行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/346537346537.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

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。人口小高峰叠加消费升级，驱动母婴产业需求快速增长

随着建国后第三次婴儿潮（1985-1997年）出生人口进入育龄，同时叠加二胎政策影响，我国正在迎来新的人口出生小高峰。国家统计局数据显示，2016年中国出生人口数量达1786万，2017年略有下降。出生人口数量回暖成为母婴消费需求提升的驱动力之一。

国家统计局数据显示，2010-2017年中国城乡居民人均可支配收入持续增长。收入增长带来消费能力提升和消费观念转变，育儿模式更加精细化，同时新的母婴消费观念和消费方式正在从一线城市向二、三线城市扩展。消费升级是母婴消费需求提升的又一驱动力。

图：2010-2017年中国出生人口数量（万人）及增长率

资料来源:互联网

图：2010-2017年中国城乡居民年人均可支配收入（元）

数据来源：公开数据整理

数据统计，2010年中国母婴商品市场交易规模约为1万亿元，2016年已经上升至2.2万亿元，CAGR达14.2%，且增长速度呈上升趋势。2018年中国母婴行业市场规模将达到3.0万亿元，未来10年将保持20%-30%的高增长率。

图：2010-2018年中国母婴行业市场规模（亿元）、增速及占社零总额比例（含预测）

数据来源：公开数据整理

母婴消费需求有一定的非理性特点，家长对质量和安全性有较高的要求，也有“不输在起跑线上”的心理，因此对价格相对不敏感。我们认为这导致了母婴产品及服务的价格相对较高，且价格仍然有不断上涨的空间。通过对以下不同零售业上市公司的毛利率进行比较，我们发现母婴行业的渠道毛利率要高于传统零售业。

图：2015-2017H1不同零售业上市公司毛利率比较

数据来源：公开数据整理

品类丰富多样，产品和服务需求双升级 母婴产业围绕孕、婴、童三类群体的衣、食、住、行、用、玩、教等多种需求，形成了丰富多样的品类，从形态上可大致分为产品和服务两大类。

图：母婴产品和服务品类众多

资料来源:互联网

伴随着消费升级，母婴产品和服务的需求也在不断变化，我们认为产品品牌化和服务需求提升是未来的两大趋势。母婴产品的核心关注点是质量和安全性，生产商需要通过

品牌背书来获得消费者信任。越是在发达地区，消费者对于洋品牌和知名大品牌的追求就越明显。我们认为随着消费理念从一线城市向二、三、四线城市逐级传导，山寨品和小品牌的市场空间可能会越来越小，市场份额有望向知名大品牌集中，母婴产品的品牌化有望成为长期趋势。

根据研究报告，中国母婴消费市场中吃、穿、用类消费约占90%，娱教类消费约占10%，而发达国家娱教类消费占比较高。从消费结构上看中国的母婴市场尚属于早期发展阶段，有较大升级空间。随着育儿观念升级，家长越来越重视育儿过程中的科学性和教育功能，隔代养育的现实也促进了对于育儿指导和教育服务的需求。我们认为母婴服务消费的比重在未来有望持续提升。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国母婴行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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年中国母婴行业发展概述

第一节 母婴行业发展情况概述

一、母婴行业相关定义

二、母婴行业基本情况介绍

三、母婴行业发展特点分析

第二节 中国母婴行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、母婴行业产业链条分析

三、中国母婴行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国母婴行业生命周期分析

一、母婴行业生命周期理论概述

二、母婴行业所属的生命周期分析

第四节 母婴行业经济指标分析

一、母婴行业的赢利性分析

二、母婴行业的经济周期分析

三、母婴行业附加值的提升空间分析

第五节 国中母婴行业进入壁垒分析

一、母婴行业资金壁垒分析

二、母婴行业技术壁垒分析

三、母婴行业人才壁垒分析

四、母婴行业品牌壁垒分析

五、母婴行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球母婴行业市场发展现状分析

第一节 全球母婴行业发展历程回顾

第二节 全球母婴行业市场区域分布情况

第三节 亚洲母婴行业地区市场分析

一、亚洲母婴行业市场现状分析

二、亚洲母婴行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲母婴行业市场前景分析

第四节 北美母婴行业地区市场分析

一、北美母婴行业市场现状分析

二、北美母婴行业市场规模与市场需求分析

三、北美母婴行业市场前景分析

第五节 欧盟母婴行业地区市场分析

一、欧盟母婴行业市场现状分析

二、欧盟母婴行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟母婴行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界母婴行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球母婴行业市场规模预测

第三章 中国母婴产业发展环境分析

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 中国母婴行业运行情况

第一节 中国母婴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 中国母婴行业市场规模分析

第三节 中国母婴行业供应情况分析

第四节 中国母婴行业需求情况分析

第五节 中国母婴行业供需平衡分析

第六节 中国母婴行业发展趋势分析

第五章 中国母婴所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴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年中国母婴市场格局分析

第一节 中国母婴行业竞争现状分析

一、中国母婴行业竞争情况分析

二、中国母婴行业主要品牌分析

第二节 中国母婴行业集中度分析

一、中国母婴行业市场集中度分析

二、中国母婴行业企业集中度分析

第三节 中国母婴行业存在的问题

第四节 中国母婴行业解决问题的策略分析

第五节 中国母婴行业竞争力分析

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年中国母婴行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国母婴行业消费特点

第二节 中国母婴行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 母婴行业成本分析

第四节 母婴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 中国母婴行业价格现状分析

第六节 中国母婴行业平均价格走势预测

一、中国母婴行业价格影响因素

二、中国母婴行业平均价格走势预测

三、中国母婴行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国母婴行业区域市场现状分析

第一节 中国母婴行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地母婴市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区母婴市场规模分析

四、华东地区母婴市场规模预测

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、华中地区母婴市场规模分析

四、华中地区母婴市场规模预测

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、华南地区母婴市场规模分析

第九章 2016-2018年中国母婴行业竞争情况

第一节 中国母婴行业竞争结构分析（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年中国母婴行业发展前景分析与预测

第一节 中国母婴行业未来发展前景分析

- 一、母婴行业国内投资环境分析
- 二、中国母婴行业市场机会分析
- 三、中国母婴行业投资增速预测
- 第二节中国母婴行业未来发展趋势预测
- 第三节中国母婴行业市场发展预测
 - 一、中国母婴行业市场规模预测
 - 二、中国母婴行业市场规模增速预测
 - 三、中国母婴行业产值规模预测
 - 四、中国母婴行业产值增速预测
 - 五、中国母婴行业供需情况预测
- 第四节中国母婴行业盈利走势预测
 - 一、中国母婴行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国母婴行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国母婴行业投资风险与营销分析

- 第一节 母婴行业投资风险分析
 - 一、母婴行业政策风险分析
 - 二、母婴行业技术风险分析
 - 三、母婴行业竞争风险
 - 四、母婴行业其他风险分析
- 第二节 母婴行业企业经营发展分析及建议
 - 一、母婴行业经营模式
 - 二、母婴行业销售模式
 - 三、母婴行业创新方向
- 第三节 母婴行业应对策略
 - 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年中国母婴行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国母婴行业品牌战略分析
 - 一、母婴企业品牌的重要性
 - 二、母婴企业实施品牌战略的意义
 - 三、母婴企业品牌的现状分析
 - 四、母婴企业的品牌战略

五、母婴品牌战略管理的策略

第二节中国母婴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年中国母婴行业发展策略及投资建议

第一节中国母婴行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节中国母婴行业定价策略分析

第三节中国母婴行业营销渠道策略

- 一、母婴行业渠道选择策略
- 二、母婴行业营销策略

第四节中国母婴行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国母婴行业重点投资区域分析
- 二、中国母婴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/346537346537.html>