

# 2019年中国母婴童用品市场分析报告- 行业运营态势与发展动向预测

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《2019年中国母婴童用品市场分析报告-行业运营态势与发展动向预测》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/fangzhi/389312389312.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

### 一、母婴童用品概况

#### 1、妈妈用品

妈妈用品主要包括孕前用品、孕妇用品、产后用品和哺乳用品四大类。

孕前用品主要包括血糖仪、体温计、叶酸、排卵试纸、早孕试纸等物品。

孕妇用品是孕妇这类特殊相关群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对孕妇用品都提出了极高的要求。孕妇用品包括孕妇鞋、孕妇文胸、防辐射服、孕妇枕头、托腹裤、防妊娠纹霜、孕妇DHA、孕妇洗浴用品、孕妇护肤品孕妇保健品等等。产后用品包括防溢乳垫、产后塑身用品、纤体霜、瘦身衣、产褥期护理垫、月子鞋、月子帽、骨盆带、束腹带等产品。

哺乳用品包括乳头修复霜、吸奶器、储奶杯、储奶袋、乳头保护罩、哺乳内衣、哺乳枕、乳头矫正器等。

#### 2、宝宝日常用品

婴儿用品也称为婴幼儿用品，是给0-3岁婴儿这类特殊群体提供的专业健康产品。特殊的体质特殊的生理心理需求，国家卫生组织对婴儿用品都提出了极高的要求。因此对婴儿用品的选择，要求十分严格。

宝宝日常用品涵盖食品、洗护、电器、家具等几类，主要包括：奶瓶、奶嘴、奶粉、软勺、婴儿洗浴用品、纸尿裤、湿巾、玩具、婴儿床、手推车等。

#### 3、宝宝衣物

婴儿服装（infant's wear）是指适合周岁以内婴儿穿着的服装。要注意婴幼儿服装不可干洗，以及纽扣、拉链及金属附件表面的光洁度、款式设计的安全性、甲醛的处理。婴儿服装面料上的有害物质主要为甲醛和染料。因此在选购婴儿服装时应首选全棉织物，如普通纯棉、天然彩棉、有机棉制品；其次色彩花式上应尽量简单素雅，色彩浓艳的服装一般甲醛含量偏高，而素色服装和无印花图案的童装甲醛含量则较低。

首先，对婴儿的内衣、外衣要求不同。对婴儿的服装，卫生标准比较高，婴儿的内衣更换频率要远远高于外衣。而且相对于花色式样繁多的外衣，婴儿内衣的价格要相对便宜。所以，在父母为自己的宝宝购置衣物时，要计算好，最合理的比例是，内衣数量两倍于外衣。同时，婴儿肌肤娇嫩，在内衣的选择上一定要吸湿、排汗功能比较好的天然纤维，比如棉制布料等作为首选。而外衣则在功能上比较讲究保暖、抗风等实用作用。同时，婴儿生长率很陕，出于经济考虑，各种衣服不用买太多。

其次，在婴儿服装的式样选择要求功能性明确，既要方便父母，又要让宝宝有舒适的感觉。婴儿的服饰上一般没有扣子，是因为怕婴儿误食而造成危险，所以改用系带的方式。这就提醒父母们不要为了好看而在婴儿的衣服上别一些不必要的装饰品或者是选择一些有配饰的服饰，避免对婴儿造成伤害。同时最适合婴儿的领型就是圆领，不会让衣物摩擦婴儿脖

子而感到不舒服。夏天，领口要放低加大，较易透气；而冬天则相反，要缩小、加高，方便保暖。值得父母们注意的是，婴儿的视觉神经还没有发育完善，所以对较小婴儿的服装不宜采用大红大绿等刺激性颜色。对婴儿来讲，鞋子是不用太早准备的，因为婴儿要在八九个月以后才能学走路，穿袜子的机会要比穿鞋子的机会多，所以袜子要多准备一些，因为袜子极易容易遗失，所以最好选择同一款式花色的，如果遗失一只则仍然可以配对再穿。二件式的衣服容易松脱，伸展性强的连身装比较适合婴儿。

再次，对于大一号原则，要区别对待。对于裤子、毛衣、运动衫等外衣，可以以大一号原则来处理。挽起裤腿、卷起袖子，就可以多穿一两季。对于贴身的内衣就要避免过大而失去其保暖舒适的作用。

## 二、市场发展特点

孕婴童行业是指女性在孕期和产后以及0-6岁的婴童在不同年龄阶段，因对衣、食、住、行、育、乐、医等各个方面的需求，催生的综合性产品及服务产业。孕婴童行业可以划分为孕产行业和婴童行业，具体情况如下：

### 孕婴童行业分类情况

资料来源：公开资料整理

## 三、母婴童用品市场增长因素分析

随着二胎政策全面开放，新一波生育高峰将来临。预计到2018年年末，母婴家庭群体规模将达到2.86亿，母婴家庭人群迅速扩张，母婴市场潜力巨大。

母婴市场可以分为婴童产品、婴童服务、孕妇产品和孕妇服务四大品类。其中，婴童产品所占市场份额最大，市场渗透率高于其他三大品类。

数据显示，近20年母婴市场的平均增速为10%，近年来甚至达到15%以上。对于母婴市场高速增长的主要原因，首先是消费人群保持增长态势。根据艾瑞研究报告，预计到2018年出生率将攀升至12.81%，新一波出生高峰到来，母婴家庭人群规模进一步扩大。因此，母婴产品的需求将明显增加。

第二是“全面二孩”政策落地，人口红利进一步释放。2016年作为“全面二孩”元年，当年新生儿数量比2015年多增131万。据国家卫计委预计，“十三五”时期每年出生人口规模将在1700万至1900万之间。如果每个新生儿每年消费1.5万元，新生儿每年将带来数千亿元的消费。

第三是居民可支配收入稳步增加，母婴市场规模进一步扩大。2017年，母婴市场新增用户中70后、90后人群增长较快。新生代父母的收入水平普遍提高，使得家庭可支配收入进一步增加，购买力不断提升。

第四是消费结构的变化为母婴行业带来新的发展契机。目前占据母婴市场份额较大的是奶粉、食品、棉纺制品和儿童用品四大类，主要涉及吃、穿、用方面，娱乐和教育所占份额较小。在发达国家的母婴市场中，娱乐和早教类产品的市场份额很大。未来母婴市场结构中这两类消费将明显提升。

母婴市场爆发的最大红利并不是来自于二胎政策的放开，而是移动互联网的红利。从PC向移动的迁移过程中，在这个过程中更快地切到人口红利的将脱颖而出。

#### 四、市场规模

2017年我国母婴童用品市场规模约26220亿元，同比2016年的22276亿元增长了17.71%，近几年我国母婴童用品市场规模情况如下图所示：

##### 2011-2017年中国母婴童用品市场规模

资料来源：观研天下咨询整理

目前，我国母婴童市场主要分为孕产用品和婴童用品和母婴童服务。2017年我国母婴童用品规模约26220亿元，其中孕产用品760亿元，婴童用品规模约8860亿元，母婴童服务规模约16600亿元。

##### 2011-2017年中国母婴童用品市场规模情况

资料来源：观研天下咨询整理（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国母婴童用品市场分析报告-行业运营态势与发展动向预测》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 2016-2018年中国母婴童用品行业发展概述

#### 第一节 母婴童用品行业发展情况概述

- 一、母婴童用品行业相关定义
- 二、母婴童用品行业基本情况介绍
- 三、母婴童用品行业发展特点分析

#### 第二节 中国母婴童用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、母婴童用品行业产业链条分析
- 三、中国母婴童用品行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国母婴童用品行业生命周期分析

- 一、母婴童用品行业生命周期理论概述
- 二、母婴童用品行业所属的生命周期分析

#### 第四节 母婴童用品行业经济指标分析

- 一、母婴童用品行业的赢利性分析
- 二、母婴童用品行业的经济周期分析
- 三、母婴童用品行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国母婴童用品行业进入壁垒分析

- 一、母婴童用品行业资金壁垒分析
- 二、母婴童用品行业技术壁垒分析
- 三、母婴童用品行业人才壁垒分析
- 四、母婴童用品行业品牌壁垒分析
- 五、母婴童用品行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球母婴童用品行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球母婴童用品行业发展历程回顾

#### 第二节 全球母婴童用品行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲母婴童用品行业地区市场分析

- 一、亚洲母婴童用品行业市场现状分析
- 二、亚洲母婴童用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲母婴童用品行业市场前景分析

#### 第四节 北美母婴童用品行业地区市场分析

- 一、北美母婴童用品行业市场现状分析
- 二、北美母婴童用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美母婴童用品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟母婴童用品行业地区市场分析
  - 一、欧盟母婴童用品行业市场现状分析
  - 二、欧盟母婴童用品行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟母婴童用品行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界母婴童用品行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球母婴童用品行业市场规模预测

### 第三章 中国母婴童用品产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品母婴童用品总额
- 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 中国母婴童用品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国母婴童用品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 中国母婴童用品行业运行情况

#### 第一节 中国母婴童用品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 中国母婴童用品行业市场规模分析

### 第三节 中国母婴童用品行业供应情况分析

### 第四节 中国母婴童用品行业需求情况分析

### 第五节 中国母婴童用品行业供需平衡分析

### 第六节 中国母婴童用品行业发展趋势分析

## 第五章 中国母婴童用品所属行业运行数据监测

### 第一节 中国母婴童用品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 中国母婴童用品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 中国母婴童用品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年中国母婴童用品市场格局分析

### 第一节 中国母婴童用品行业竞争现状分析

#### 一、中国母婴童用品行业竞争情况分析

#### 二、中国母婴童用品行业主要品牌分析

### 第二节 中国母婴童用品行业集中度分析

#### 一、中国母婴童用品行业市场集中度分析

#### 二、中国母婴童用品行业企业集中度分析

### 第三节 中国母婴童用品行业存在的问题

### 第四节 中国母婴童用品行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国母婴童用品行业竞争力分析

#### 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年中国母婴童用品行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国母婴童用品行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国母婴童用品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 母婴童用品行业成本分析

#### 第四节 母婴童用品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 中国母婴童用品行业价格现状分析

#### 第六节 中国母婴童用品行业平均价格走势预测

##### 一、中国母婴童用品行业价格影响因素

##### 二、中国母婴童用品行业平均价格走势预测

##### 三、中国母婴童用品行业平均价格增速预测

### 第八章 2016-2018年中国母婴童用品行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国母婴童用品行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地母婴童用品市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区母婴童用品市场规模分析

##### 四、华东地区母婴童用品市场规模预测

#### 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、华中地区母婴童用品市场规模分析

##### 四、华中地区母婴童用品市场规模预测

#### 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、华南地区母婴童用品市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国母婴童用品行业竞争情况

### 第一节 中国母婴童用品行业竞争结构分析（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 中国母婴童用品行业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 中国母婴童用品行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 母婴童用品行业企业分析（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 2019-2025年中国母婴童用品行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国母婴童用品行业未来发展前景分析

#### 一、母婴童用品行业国内投资环境分析

#### 二、中国母婴童用品行业市场机会分析

#### 三、中国母婴童用品行业投资增速预测

### 第二节 中国母婴童用品行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国母婴童用品行业市场发展预测

#### 一、中国母婴童用品行业市场规模预测

#### 二、中国母婴童用品行业市场规模增速预测

#### 三、中国母婴童用品行业产值规模预测

#### 四、中国母婴童用品行业产值增速预测

#### 五、中国母婴童用品行业供需情况预测

### 第四节 中国母婴童用品行业盈利走势预测

#### 一、中国母婴童用品行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国母婴童用品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国母婴童用品行业投资风险与营销分析

## 第一节 母婴童用品行业投资风险分析

- 一、母婴童用品行业政策风险分析
- 二、母婴童用品行业技术风险分析
- 三、母婴童用品行业竞争风险分析
- 四、母婴童用品行业其他风险分析

## 第二节 母婴童用品行业企业经营发展分析及建议

- 一、母婴童用品行业经营模式
- 二、母婴童用品行业销售模式
- 三、母婴童用品行业创新方向

## 第三节 母婴童用品行业应对策略

- 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 2019-2025年中国母婴童用品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国母婴童用品行业品牌战略分析

- 一、母婴童用品企业品牌的重要性
- 二、母婴童用品企业实施品牌战略的意义
- 三、母婴童用品企业品牌的现状分析
- 四、母婴童用品企业的品牌战略
- 五、母婴童用品品牌战略管理的策略

### 第二节 中国母婴童用品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 中国母婴童用品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 2019-2025年中国母婴童用品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国母婴童用品行业产品策略分析

#### 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 中国母婴童用品行业定价策略分析

### 第三节 中国母婴童用品行业营销渠道策略

#### 一、母婴童用品行业渠道选择策略

#### 二、母婴童用品行业营销策略

### 第四节 中国母婴童用品行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国母婴童用品行业重点投资区域分析

#### 二、中国母婴童用品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/fangzhi/389312389312.html>