

2018年中国母婴零售市场分析报告- 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年中国母婴零售市场分析报告-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：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/342114342114.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

中国母婴用品市场增长迅速，2010 年我国母婴商品市场交易规模约为1 万亿元，到2015 年已经上升至2.3 万亿元，2011 年至2015 年的年均复合增长率达到18%，发展迅猛。预计在新生人口红利、国民消费水平提升以及80/90 新生代妈妈母婴商品消费意愿加强的驱动下，我国母婴商品市场将继续保持稳健增长。

预计2018 年母婴商品市场交易规模将达到3.2 万亿元，2016 年至2018 年复合年均增长率可达12%。数据来源：公开数据整理

线下渠道仍是母婴消费的主要选择。我国母婴商品线下渠道起步比较早，通过直营或加盟方式形成比较成熟的分销网络，包括母婴专卖店、超市/大卖场等多种销售渠道。根据统计，超过一半的妈妈因母婴专卖店/百货产品有保障、品类齐全、品类清晰易找等原因选择线下购买。根据数据，2015 年线下渠道占母婴商品消费比例约85%，随着电商分流，线下母婴商品销售渠道份额将小幅下降，预计线下渠道2018 年将下降至76%，但线下渠道仍将是未来一段时期母婴商品的主流销售途径。

数据来源：公开数据整理

目前，我国线下渠道竞争较为激烈。根据统计，2015 年我国母婴线下渠道交易规模1.9 万亿元，预计到2018 年将达到2.4 万亿元。其中，母婴专卖店份额将占线下渠道的比例将达到51%，与其他线下渠道相比占相对优势。

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理 母婴专卖店大致可分为四种类型：（1）单店超过5,000 平米、商业模式创新（提供游乐场、儿童游泳等服务）的母婴连锁店（如孩子王等）；（2）连锁门店100 家以上、全国知名的母婴连锁店（如爱婴室、乐友中国、爱婴岛等）；（3）门店在7-100 家，在局部区域有影响力的母婴连锁店；（4）门店数量在7 家以下，不具备连锁特征的母婴店。目前，我国尚未出现全国性的母婴连锁企业，但区域性强势企业已开始显现，主要为包括发行人在内的第一、二种类型的母婴连锁店，这些企业也成为主要竞争对手。以北京、上海和广州三大城市为据点，规模较大的母婴商品连锁零售企业有乐友中国、丽家宝贝（主要覆盖华北地区）、上海爱婴室（主要在江浙沪及福建）、爱婴岛（主要在华南东地区）等。预计未来五到十年，中国母婴商品零售行业将在几个主要经济中心形成几大龙头企业分别占领较大市场份额的局面。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国母婴零售市场分析报告-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年中国母婴零售市场行业发展概述

第一节 母婴零售市场行业发展情况概述

一、母婴零售市场行业相关定义

二、母婴零售市场行业基本情况介绍

三、母婴零售市场行业发展特点分析

第二节 中国母婴零售市场行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、母婴零售市场行业产业链条分析

三、中国母婴零售市场行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国母婴零售市场行业生命周期分析

一、母婴零售市场行业生命周期理论概述

二、母婴零售市场行业所属的生命周期分析

第四节 母婴零售市场行业经济指标分析

一、 母婴零售市场行业的赢利性分析

二、 母婴零售市场行业的经济周期分析

三、 母婴零售市场行业附加值的提升空间分析

第五节 国中母婴零售市场行业进入壁垒分析

一、 母婴零售市场行业资金壁垒分析

二、 母婴零售市场行业技术壁垒分析

三、 母婴零售市场行业人才壁垒分析

四、 母婴零售市场行业品牌壁垒分析

五、 母婴零售市场行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球母婴零售市场行业市场发展现状分析

第一节 全球母婴零售市场行业发展历程回顾

第二节 全球母婴零售市场行业市场区域分布情况

第三节 亚洲母婴零售市场行业地区市场分析

一、 亚洲母婴零售市场行业市场现状分析

二、 亚洲母婴零售市场行业市场规模与市场需求分析

三、 亚洲母婴零售市场行业市场前景分析

第四节 北美母婴零售市场行业地区市场分析

一、 北美母婴零售市场行业市场现状分析

二、 北美母婴零售市场行业市场规模与市场需求分析

三、 北美母婴零售市场行业市场前景分析

第五节 欧盟母婴零售市场行业地区市场分析

一、 欧盟母婴零售市场行业市场现状分析

二、 欧盟母婴零售市场行业市场规模与市场需求分析

三、 欧盟母婴零售市场行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界母婴零售市场行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球母婴零售市场行业市场规模预测

第三章 中国母婴零售市场产业发展环境分析

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、 全社会消费品母婴零售市场总额

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 中国母婴零售市场行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国母婴零售市场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 中国母婴零售市场行业运行情况

第一节 中国母婴零售市场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 中国母婴零售市场行业市场规模分析

第三节 中国母婴零售市场行业供应情况分析

第四节 中国母婴零售市场行业需求情况分析

第五节 中国母婴零售市场行业供需平衡分析

第六节 中国母婴零售市场行业发展趋势分析

第五章 中国母婴零售市场所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴零售市场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 中国母婴零售市场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 中国母婴零售市场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年中国母婴零售市场市场格局分析

第一节 中国母婴零售市场行业竞争现状分析

一、中国母婴零售市场行业竞争情况分析

二、中国母婴零售市场行业主要品牌分析

第二节 中国母婴零售市场行业集中度分析

一、中国母婴零售市场行业市场集中度分析

二、中国母婴零售市场行业企业集中度分析

第三节 中国母婴零售市场行业存在的问题

第四节 中国母婴零售市场行业解决问题的策略分析

第五节 中国母婴零售市场行业竞争力分析

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年中国母婴零售市场行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国母婴零售市场行业消费特点

第二节 中国母婴零售市场行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 母婴零售市场行业成本分析

第四节 母婴零售市场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 中国母婴零售市场行业价格现状分析

第六节 中国母婴零售市场行业平均价格走势预测

- 一、中国母婴零售市场行业价格影响因素
- 二、中国母婴零售市场行业平均价格走势预测
- 三、中国母婴零售市场行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国母婴零售市场行业区域市场现状分析

第一节 中国母婴零售市场行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地母婴零售市场市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区母婴零售市场市场规模分析
- 四、华东地区母婴零售市场市场规模预测

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、华中地区母婴零售市场市场规模分析
- 四、华中地区母婴零售市场市场规模预测

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、华南地区母婴零售市场市场规模分析

第九章 2016-2018年中国母婴零售市场行业竞争情况

第一节 中国母婴零售市场行业竞争结构分析（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 中国母婴零售市场行业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 中国母婴零售市场行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 母婴零售市场行业企业分析（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年中国母婴零售市场行业发展前景分析与预测

第一节中国母婴零售市场行业未来发展前景分析

一、母婴零售市场行业国内投资环境分析

二、中国母婴零售市场行业市场机会分析

三、中国母婴零售市场行业投资增速预测

第二节中国母婴零售市场行业未来发展趋势预测

第三节中国母婴零售市场行业市场发展预测

一、中国母婴零售市场行业市场规模预测

二、中国母婴零售市场行业市场规模增速预测

三、中国母婴零售市场行业产值规模预测

四、中国母婴零售市场行业产值增速预测

五、中国母婴零售市场行业供需情况预测

第四节中国母婴零售市场行业盈利走势预测

一、中国母婴零售市场行业毛利润同比增速预测

二、中国母婴零售市场行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国母婴零售市场行业投资风险与营销分析

第一节 母婴零售市场行业投资风险分析

一、母婴零售市场行业政策风险分析

二、母婴零售市场行业技术风险分析

三、母婴零售市场行业竞争风险分析

四、母婴零售市场行业其他风险分析

第二节 母婴零售市场行业企业经营发展分析及建议

一、母婴零售市场行业经营模式

二、母婴零售市场行业销售模式

三、母婴零售市场行业创新方向

第三节 母婴零售市场行业应对策略

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年中国母婴零售市场行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴零售市场行业品牌战略分析

一、母婴零售市场企业品牌的重要性

二、母婴零售市场企业实施品牌战略的意义

三、母婴零售市场企业品牌的现状分析

四、母婴零售市场企业的品牌战略

五、母婴零售市场品牌战略管理的策略

第二节 中国母婴零售市场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 中国母婴零售市场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年中国母婴零售市场行业发展策略及投资建议

第一节中国母婴零售市场行业产品策略分析

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 中国母婴零售市场行业定价策略分析

第三节中国母婴零售市场行业营销渠道策略

一、母婴零售市场行业渠道选择策略

二、母婴零售市场行业营销策略

第四节中国母婴零售市场行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国母婴零售市场行业重点投资区域分析

二、中国母婴零售市场行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/342114342114.html>