

2021年中国婴儿床市场调研报告- 产业供需现状与投资商机研究

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《2021年中国婴儿床市场调研报告-产业供需现状与投资商机研究》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/jiajujiancai/534096534096.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

婴儿床，是指为0-4周岁的婴幼儿提供睡眠休息功能的家具，是婴儿用品中与婴儿接触时间最长的产品之一，主要可分为两大类：传统婴儿床、新型婴儿床。目前国内市面上常见的婴儿床仍为传统婴儿床，但得益于消费升级，更具实用性与功能性的新型婴儿床也被越来越多消费者所青睐，其市场发展空间广阔。

传统婴儿床与新型婴儿床对比

对比指标

传统婴儿床

新型婴儿床

材质

松木、榉木、竹子、化藤、复合板、钢铁等

环保PP塑胶、航空铝、高密度海绵垫、中纤板等

代表产品

实木婴儿床、竹制婴儿床、金属婴儿床

便携折叠式婴儿床、智能婴儿床、枕边床、床中床

一般价位

200元以内

400-500元不等

线上渗透率

约60%-80%

约20%-40%

原材料成本占比

较高

较低

优点

1、环保健康

2、材料磨损率低

1、无油漆，不含甲醛

2、安装简单

3、便于存放，节省空间

4、款式种类多样

缺点

1、安装复杂

2、不便于存放

3、款式较为单一

材料较易磨损资料来源：公开资料整理

从婴儿床的发展历程来看，我国婴儿床产业从上世纪90年代初开始起步，在2000年后，得益于国外育儿文化的熏陶，婴儿床逐渐被国内消费者所接受，其产品种类逐步扩大。发展至今，我国婴儿床产业加速整合，厂商积极打造自身竞争壁垒，“线上+线下全渠道新零售”成为行业发展趋势。

我国婴儿床行业发展历程

资料来源：公开资料整理

而我国婴儿床行业的快速发展离不开政策扶持、消费升级与渠道发展等三重因素驱动。据悉，在2016年我国“全面二孩”政策落地实施驱动以及叠加消费升级、线上渠道发展等因素影响下，我国婴儿床市场规模保持高速增长，从2016年的51.8亿元增长至2020年的69.5亿元，年均复合增长率达8%。

我国婴儿床行业发展驱动因素分析 资料来源：公开资料整理

2016-2020年我国婴儿床行业市场规模与增速

数据来源：公开资料整理

从市场竞争格局来看，目前我国婴儿床厂商众多，其中有品质保障的国产大品牌与进口品牌占据较多市场份额，但行业仍无寡头出现，行业集中度较低。主要代表厂商有明门、好孩子、妈咪宝、酷豆丁、baby care、可优比等。

我国婴儿床行业主要代表企业简介

简介

明门

好孩子

妈咪宝

酷豆丁

babycare

可优比

成立时间

1993年

1999年

2003年

2006年

2014年

2016年

销售范围

全球

全球

欧美为主

全球68个国家，欧洲市场为主

中国

中国

经营模式

ODM

OBM

ODM

ODM+OBM+OEM

OBM

品牌公司

企业定位

以高科技产业所重视的管理与研发策略的方式追求稳定的品质进步。

世界领先的全品类母婴产品公司，独立设计、研发、制造、营销和销售

专注于折叠式婴儿车设计制造,品牌定位年轻化、轻时尚

专注于便携折叠式婴儿床、智能化婴儿床设计研发,以解决用户痛点

定位中高端母婴产品，保持高颜值、高品质、高安全的造物理念

为宝贝提供0-6岁的全方位成长解决方案，打造母婴一站式购物平台

主要产品

婴儿床、婴儿车、安全座、餐椅

覆盖婴儿床、婴儿车和其他婴儿耐用品以及婴儿非耐用品如服饰

婴儿床、提篮、推车、汽座、学步车等

婴儿床、安全座椅、婴儿车、滑板车等

覆盖婴儿床、婴儿车和其他婴儿耐用品以及婴儿非耐用品

覆盖婴儿床、婴儿车和其他婴儿耐用品以及婴儿非耐用品

产品认证

ISO、EN、ASTM、GB、IN、SG、SGS等

SGS、ISO、ASTM、GB等

SGS、ISO、EN、CCC等

SGS、ISO、ASTM、GB、EN等

SGS、ISO、ASTM、GB、EN等

SGS、ASTM、GOTS等

合作伙伴

美国最大婴儿用品Graco、意大利Chicco以及日本Aprica等

现为OBM模式;OEM模式时，主要与美国公司Dorel等合作
自营品牌主要采用自建渠道,线下拥有1000多家高端母婴店战略合作伙伴
欧美品牌商。亚马逊、淘宝、天猫等线上平台
美华妇儿服务、杭州美华妇儿、上海沃德医疗中心等
独立研发、生产产品，与上游原材料供应商关系紧密
竞争优势
品牌知名度高、研发实力雄厚、生产经验丰富
品牌知名度高、婴儿车品牌商市占率第一
品牌认知度快速升、外销市场份额较大
外销市场份额较大、专注折叠式婴儿床
品牌认可度较高、产品种类和款式丰富
产品种类覆盖范围市占率高、客户忠实度高资料来源：公开资料整理

从未来发展前景与趋势来看，在发展前景方面：近年来我国出生人口数量有所下降，人口红利逐渐消失，预计未来五年我国婴儿床行业市场规模增速将有所下滑，但随着婴儿床逐渐被消费者所接受，行业市场规模或仍将保持稳定增长，到2025年或将逼近百亿元。

2021-2025年我国婴儿床行业市场规模与增速预测

数据来源：公开资料整理

在发展趋势方面：随着电商、直播带货等线上营销兴起，“线上+线下全渠道新零售”将成行业主要发展模式；随着教育观念的先进化，三四五线城市用户对育婴设施等产品逐渐开始接受并普及，行业消费市场将不断下沉；随着消费升级，消费者需求不断上升对产品要求更高，智能化将成婴儿床产品主要发展方向；IP文化兴起，跨界合作研发将成行业新的增长点；行业代表企业将依靠品牌知名度不断提高市场份额，未来或将成为行业龙头，行业集中度加速提升。

我国婴儿床行业未来发展趋势 资料来源：公开资料整理（shz）

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年中国婴儿床市场调研报告-产业供需现状与投资商机研究》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。

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年中国婴儿床行业发展概述

第一节 婴儿床行业发展情况概述

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

第二节 中国婴儿床行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、婴儿床行业产业链条分析
- 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、中国婴儿床行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国婴儿床行业生命周期分析

- 一、婴儿床行业生命周期理论概述
- 二、婴儿床行业所属的生命周期分析
- 第四节 婴儿床行业经济指标分析
 - 一、婴儿床行业的赢利性分析
 - 二、婴儿床行业的经济周期分析
 - 三、婴儿床行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国婴儿床行业进入壁垒分析
 - 一、婴儿床行业资金壁垒分析
 - 二、婴儿床行业技术壁垒分析
 - 三、婴儿床行业人才壁垒分析
 - 四、婴儿床行业品牌壁垒分析
 - 五、婴儿床行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球婴儿床行业市场发展现状分析

- 第一节 全球婴儿床行业发展历程回顾
- 第二节 全球婴儿床行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲婴儿床行业地区市场分析
 - 一、亚洲婴儿床行业市场现状分析
 - 二、亚洲婴儿床行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲婴儿床行业市场前景分析
- 第四节 北美婴儿床行业地区市场分析
 - 一、北美婴儿床行业市场现状分析
 - 二、北美婴儿床行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美婴儿床行业市场前景分析
- 第五节 欧洲婴儿床行业地区市场分析
 - 一、欧洲婴儿床行业市场现状分析
 - 二、欧洲婴儿床行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲婴儿床行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界婴儿床行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球婴儿床行业市场规模预测

第三章 中国婴儿床产业发展环境分析

- 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、全社会消费品婴儿床总额

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 中国婴儿床行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国婴儿床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 中国婴儿床行业运行情况

第一节 中国婴儿床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 中国婴儿床行业市场规模分析

第三节 中国婴儿床行业供应情况分析

第四节 中国婴儿床行业需求情况分析

第五节 我国婴儿床行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国婴儿床行业供需平衡分析

第七节 中国婴儿床行业发展趋势分析

第五章 中国婴儿床所属行业运行数据监测

第一节 中国婴儿床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 中国婴儿床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 中国婴儿床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年中国婴儿床市场格局分析

第一节 中国婴儿床行业竞争现状分析

一、中国婴儿床行业竞争情况分析

二、中国婴儿床行业主要品牌分析

第二节 中国婴儿床行业集中度分析

一、中国婴儿床行业市场集中度影响因素分析

二、中国婴儿床行业市场集中度分析

第三节 中国婴儿床行业存在的问题

第四节 中国婴儿床行业解决问题的策略分析

第五节 中国婴儿床行业钻石模型分析

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年中国婴儿床行业需求特点与动态分析

第一节 中国婴儿床行业消费市场动态情况

第二节 中国婴儿床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 婴儿床行业成本结构分析

第四节 婴儿床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 中国婴儿床行业价格现状分析

第六节 中国婴儿床行业平均价格走势预测

- 一、中国婴儿床行业价格影响因素
- 二、中国婴儿床行业平均价格走势预测
- 三、中国婴儿床行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国婴儿床行业区域市场现状分析

第一节 中国婴儿床行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区婴儿床市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区婴儿床市场规模分析
- 四、华东地区婴儿床市场规模预测

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、华中地区婴儿床市场规模分析
- 四、华中地区婴儿床市场规模预测

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、华南地区婴儿床市场规模分析
- 四、华南地区婴儿床市场规模预测

第九章 2017-2020年中国婴儿床行业竞争情况

第一节 中国婴儿床行业竞争结构分析（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 中国婴儿床行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国婴儿床行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 婴儿床行业企业分析（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年中国婴儿床行业发展前景分析与预测

第一节 中国婴儿床行业未来发展前景分析

一、婴儿床行业国内投资环境分析

二、中国婴儿床行业市场机会分析

三、中国婴儿床行业投资增速预测

第二节 中国婴儿床行业未来发展趋势预测

第三节 中国婴儿床行业市场发展预测

一、中国婴儿床行业市场规模预测

二、中国婴儿床行业市场规模增速预测

三、中国婴儿床行业产值规模预测

四、中国婴儿床行业产值增速预测

五、中国婴儿床行业供需情况预测

第四节 中国婴儿床行业盈利走势预测

一、中国婴儿床行业毛利润同比增速预测

二、中国婴儿床行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国婴儿床行业投资风险与营销分析

第一节 婴儿床行业投资风险分析

一、婴儿床行业政策风险分析

二、婴儿床行业技术风险分析

三、婴儿床行业竞争风险

四、婴儿床行业其他风险分析

第二节 婴儿床行业应对策略

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年中国婴儿床行业发展战略及规划建议

第一节 中国婴儿床行业品牌战略分析

- 一、婴儿床企业品牌的重要性
- 二、婴儿床企业实施品牌战略的意义
- 三、婴儿床企业品牌的现状分析
- 四、婴儿床企业的品牌战略
- 五、婴儿床品牌战略管理的策略

第二节 中国婴儿床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 中国婴儿床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 婴儿床行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国婴儿床行业发展策略及投资建议

第一节 中国婴儿床行业产品策略分析

- 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 中国婴儿床行业营销渠道策略

- 一、婴儿床行业渠道选择策略
- 二、婴儿床行业营销策略
- 第三节 中国婴儿床行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
- 一、中国婴儿床行业重点投资区域分析
- 二、中国婴儿床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/jiajujiancai/534096534096.html>