中国母婴行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2025-2032年）

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《中国母婴行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2025-2032年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202506/755112.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: 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

1、中国母婴行业竞争梯队

按企业相关业务营收规模来看，我国母婴行业可分为三梯队，第一梯队为50亿元以上，代表企业有中国飞鹤、孩子王、好孩子国际，第二梯队营收在10亿元-50亿元之间，代表企业有爱婴室、贝因美、润本股份和可靠股份等，第三梯队营收在10亿元以下，代表企业有纽曼思、金发拉比等。

资料来源：公开资料、观研天下整理

2、中国母婴行业上市公司基本信息及营收

上市公司来看，我国母婴行业代表企业中国飞鹤、孩子王、润本股份、爱婴室、金发拉比、贝因美、可靠股份、纽曼思等。其中，中国飞鹤2024年营收为207.49亿元，领先其他母婴企业。

中国母婴行业上市公司基本信息及营收 公司简称 上市时间 主要产品/业务 2024年营收（亿元） 孩子王 2021年 母婴童商品的零售及增值服务 93.37 润本股份 2023年 婴童护理产品、驱蚊产品、精油产品 13.18 爱婴室 2018年 全品类母婴用品的生产、销售和服务 34.67 金发拉比 2015年 婴童服饰、母婴棉制用品、其他母婴用品 2.25 贝因美 2011年 婴幼儿配方奶粉、营养米粉和其他婴幼儿辅食、营养品的研发、生产和销售27.73可靠股份 2021年 婴儿护理用品、成人失禁用品、女性卫生用品、宠物卫生用品 10.79 中国飞鹤 2019年 婴幼儿配方奶粉产品、成人奶粉、液态奶、米粉辅食产品及其他产品等 207.49 好孩子国际 2010年 婴儿推车及配件分部、汽车座椅及配件分部、非耐用品分部、其他分部 87.66 纽曼思 2025年 藻油二十二碳六烯酸(DHA)、益生菌、维生素、多维营养素及藻钙产品 2.77

资料来源：公开资料、观研天下整理

3、中国母婴行业上市公司相关业务业绩对比

区域布局来看，孩子王、润本股份、爱婴室、金发拉比和贝因美等主要布局国内，其中部分企业母婴业务主要聚焦在华东、华南地区；可靠股份、中国飞鹤、好孩子国际、纽曼思等主要布局国外。

中国母婴行业上市公司相关业务业绩对比 公司简称 重点区域布局 母婴业务营收（亿元） 母婴业务占比（%） 孩子王 大陆100.00% 母婴商品81.58亿元；母婴服务2.75亿元 母婴商品87.37%；母婴服务2.95% 润本股份 线上销售73.60%；华东地区19.09% 婴童护理产品系列6.90亿元 婴童护理系列产品52.36% 爱婴室 华东地区49.56%；电商及跨境22.00% 奶粉20.97亿元；用品5.04亿元；食品3.12亿元 奶粉60.48%；用品14.53%；食品9.01% 金发拉比 华南区51.85%；华东区16.04%

母婴棉制用品0.90亿元；婴童服饰0.68亿元；其他母婴用品0.60亿元
母婴棉制用品40.14%；婴童服饰30.45%；其他母婴用品26.68% 贝因美 境内100.00%
奶粉类25.08亿元；米粉类0.87亿元 奶粉类90.43%；米粉类3.14% 可靠股份
境内58.03%；境外41.97% 婴儿护理产品4.16亿 婴儿护理产品38.57% 中国飞鹤
内地99.02%；美国0.79%；加拿大0.19% 乳制品及营养补充剂产品205.94亿元
乳制品及营养补充剂P99.26% 好孩子国际
欧洲非洲中东印度43.03%；北美36.1%；亚太20.81%
儿童推车及配件36.72亿元；汽车座及配件38.74亿元；其他儿童耐用品12.20亿元
儿童推车及配件41.89%；汽车座及配件44.19%；其他儿童耐用品13.92% 纽曼思
新西兰63.74%；美国34.96%；中国1.29% 销售营养品2.77亿元 销售营养品100.00%
资料来源：公开资料、观研天下整理
4、中国母婴行业上市公司业务规划对比
2025年中国母婴行业上市公司不断探索创新，通过资源整合、业务拓展、技术赋能和服务升级等举措，积极应对市场变化，努力实现企业的可持续发展，为母婴消费市场注入新的活力与价值。

2025年中国母婴行业部分上市公司业务规划 公司简称 母婴业务规划/最新布局情况 孩子王 2025年4月，由孩子王集团、辛选集团合资创立的泛母婴生态创新平台"链启未来",将聚合双方供应链、电商及产研优势，整合全渠道资源并与直播电商深度融合，为品牌提供共创营销模式，打造高性价比产品与专业服务。孩子王将发力"短链直采+千城万店+同城数字化即时服务+AI智能"，深化扩品类边界、扩服务赛道、扩场景业态的"三扩"战略。 爱婴室 2025年4月，爱婴室在上海花木时光里商圈正式推出全国首家全新形象门店。门店围绕空间设计、陈列逻辑、商品选择与购物体验四大维度进行全面升级，旨在打造兼具美感与实用性的母婴消费新场景。为消费者带来全新体验。 金发拉比 2024年11月，金发拉比为降低收购风险，决定终止筹划本次重大资产重组事项，变更拟收购标的主体范围，决定收购珠海韩妃医疗美容门诊部有限公司(“"珠海韩妃")和中山韩妃医疗美容门诊部有限公司("中山韩妃")各51%股权。 公司在“健康宝宝＋漂亮妈妈”双赛道战略仍有很长的路要走。 贝因美 2025年5月，贝因美在杭州举办2025年度战略发布会，宣布全面开启战略新升级，推出全新产品"生命伴侣系列"，即食型益生菌，新品主要有生命伴侣1号、生命伴侣2号、生命伴侣10号，使用场景分别对应肠胃、肝脏和孕期。
资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）
注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。
观研报告网发布的《中国母婴行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管 】
第一章 2020-2024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| | | | | 特点分析
三、| | 母婴| | | | | 行业基本情况介绍
四、| | 母婴| | | | | 行业经营模式
（1）生产模式
（2）采购模式
（3）销售/服务模式
五、| | 母婴| | | | | 行业需求主体分析
第二节 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
第三节| | 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
第二章 中国| | 母婴| | | | | 行业监管分析
第一节 中国| | 母婴| | | | | 行业监管制度分析
一、行业主要监管体制
二、行业准入制度
第二节 中国| | 母婴| | | | | 行业政策法规

一、行业主要政策法规
二、主要行业标准分析
第三节 国内监管与政策对| | 母婴| | | | | | 行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】
第三章 2020-2024年中国| | 母婴| | | | | 行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对| | 母婴| | | | | 行业的影响分析
一、中国宏观经济环境
二、中国宏观经济环境对| | 母婴| | | | | 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对| | 母婴| | | | | 行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对| | 母婴| | | | | 行业的影响分析
第四节 中国| | 母婴| | | | | 行业投资环境分析
第五节 中国| | 母婴| | | | | 行业技术环境分析
第六节 中国| | 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
第七节 中国| | 母婴| | | | | 行业风险分析
一、| | 母婴| | | | | 行业宏观环境风险
二、| | 母婴| | | | | 行业技术风险
三、| | 母婴| | | | | 行业竞争风险
四、| | 母婴| | | | | 行业其他风险
第四章 2020-2024年全球| | 母婴| | | | | 行业发展现状分析
第一节 全球| | 母婴| | | | | 行业发展历程回顾
第二节 全球| | 母婴| | | | | 行业市场规模与区域分| 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 欧洲| | 母婴| | | | | 行业地区市场分析

一、欧洲 | 母婴 | | | | | 行业市场现状分析
二、欧洲 | 母婴 | | | | | 行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲 | 母婴 | | | | | 行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球 | 母婴 | | | | | 行业分 布走势预测
第七节 2025-2032年全球 | 母婴 | | | | | 行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】
第五章 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
一、影响中国 | 母婴 | | | | | 行业市场规模的因素
二、中国 | 母婴 | | | | | 行业市场规模
三、中国 | 母婴 | | | | | 行业市场规模解析
第三节 中国 | 母婴 | | | | | 行业供应情况分析
一、中国 | 母婴 | | | | | 行业供应规模
二、中国 | 母婴 | | | | | 行业供应特点
第四节 中国 | 母婴 | | | | | 行业需求情况分析
一、中国 | 母婴 | | | | | 行业需求规模
二、中国 | 母婴 | | | | | 行业需求特点
第五节 中国 | 母婴 | | | | | 行业供需平衡分析
第六节 中国 | 母婴 | | | | | 行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 | 母婴 | | | | | 行业产业链及细分市场分析
第一节 中国 | 母婴 | | | | | 行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、| | 母婴 | | | | | 行业产业链图解
第二节 中国 | 母婴 | | | | | 行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对 | 母婴 | | | | | 行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对 | 母婴 | | | | | 行业的影响分析
第三节 中国 | 母婴 | | | | | 行业细分市场分析
一、细分市场一

二、细分市场二
第七章 2020-2024年中国 | 母婴 | | | | | 行业市场竞争分析
第一节 中国 | 母婴 | | | | | 行业竞争现状分析
一、中国 | 母婴 | | | | | 行业竞争格局分析
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 | | | | | 行业市场集中度影响因素分析
二、中国 | 母婴 | | | | | 行业市场集中度分析
第三节 中国 | 母婴 | | | | | 行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分 布 | | | 特征
三、企业所有制分布特征
第八章 2020-2024年中国 | 母婴 | | | | | 行业模型分析
第一节 中国 | 母婴 | | | | | 行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节 中国 | 母婴 | | | | | 行业SWOT分析
一、SWOT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国 | 母婴 | | | | | 行业SWOT分析结论
第三节 中国 | 母婴 | | | | | 行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国母婴行业需求特点与动态分析
第一节 中国母婴行业市场动态情况
第二节 中国母婴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
第三节母婴行业成本结构分析
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、其他因素
第五节 中国母婴行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国母婴行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国母婴行业所属行业运行数据监测
第一节 中国母婴行业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 中国母婴行业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 中国母婴行业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
第十一章 2020-2024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析
一、影响母婴行业区域市场分布的因素
二、中国母婴行业区域市场分布
第二节 中国华东地区母婴行业市场分析
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|行业市场分析
（1）华东地区|母婴|行业市场规模
（2）华东地区|母婴|行业市场现状
（3）华东地区|母婴|行业市场规模预测
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|行业市场分析
（1）华中地区|母婴|行业市场规模
（2）华中地区|母婴|行业市场现状
（3）华中地区|母婴|行业市场规模预测
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|行业市场分析
（1）华南地区|母婴|行业市场规模
（2）华南地区|母婴|行业市场现状
（3）华南地区|母婴|行业市场规模预测
第五节 华北地区|母婴|行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区|母婴|行业市场分析
（1）华北地区|母婴|行业市场规模
（2）华北地区|母婴|行业市场现状
（3）华北地区|母婴|行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区|母婴|行业市场分析
（1）东北地区|母婴|行业市场规模
（2）东北地区|母婴|行业市场现状
（3）东北地区|母婴|行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析
一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析
三、西南地区|母婴|行业市场分析
（1）西南地区|母婴|行业市场规模
（2）西南地区|母婴|行业市场现状
（3）西南地区|母婴|行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区|母婴|行业市场分析
（1）西北地区|母婴|行业市场规模
（2）西北地区|母婴|行业市场现状
（3）西北地区|母婴|行业市场规模预测
第九节 2025-2032年中国|母婴|行业市场规模区域分布|预测
第十二章|母婴|行业企业分析（随数据更新可能有调整）
第一节 企业一
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、公司优势分析
第二节 企业二
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、公司优势分析
第三节 企业三

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、公司优势分析
第四节 企业四
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、公司优势分析
第五节 企业五
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、公司优势分析
第六节 企业六
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、公司优势分析
第七节 企业七
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、公司优势分析
第八节 企业八
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、公司优势分析
第九节 企业九
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、公司优势分析
第十节 企业十

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、公司优势分析
【第四部分 展望、结论与建议】
第十三章 2025-2032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、中国| | 母婴| | | | | | 行业市场机会分析
二、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| | | | | | 行业规模发展预测
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
第十四章 中国| | 母婴| | | | | | 行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国| | 母婴| | | | | | 行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节 中国| | 母婴| | | | | | 行业进入策略分析
一、目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节| | 母婴| | | | | | 行业品牌营销策略分析
一、| | 母婴| | | | | | 行业产品策略
二、| | 母婴| | | | | | 行业定价策略
三、| | 母婴| | | | | | 行业渠道策略
四、| | 母婴| | | | | | 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202506/755112.html