

2022年中国母婴电商行业分析报告- 行业发展现状与未来动向研究

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《2022年中国母婴电商行业分析报告-行业发展现状与未来动向研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202112/565127.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

母婴电商是指依托互联网技术，为孕产妇及12周岁以下的婴童提供产品和服务，产品覆盖衣、食、住、行、教育、娱乐与孕婴生活息息相关的六大品类，每个品类又包括众多细分品类。

国家层面政策汇总

2021年10月发改委、商务部、网信办发布《“十四五”电子商务发展规划》，明确到2025年，我国电子商务交易额达到46万亿元，全国网上零售额达到17万亿元，工业电子商务普及率达到73%，跨境电子商务交易额达到2.5万亿元。鼓励企业开放电商、社交等数据，加快跨境电商建设，以及海外仓的布局，国家正在鼓励引导母婴电商平台的跨境业务。

2020-2021年10月我国关于母婴电商行业政策汇总

发布时间

发布部门

政策名称

重点内容

政策性质

2021年10月

发改委、商务部、网信办

“十四五”电子商务发展规划

到2025年，我国电子商务交易额达到46万亿元，全国网上零售额达到17万亿元，工业电子商务普及率达到73%，跨境电子商务交易额达到2.5万亿元。

支持类

2021年8月

商务部

|《直播电子商务平台管理与服务规范(征求意见稿)》

描述了直播电子商务生态体系，规定了直播营销平台、直播主休(即直播间运营者)和电子商务交易平台等角色在直播电子商务中的管理和服务相关要求。

规范类

2020年6月

国务院

《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》

|实施一对夫妻可以生育三个子女政策，并取消社会抚养费等制约措施、清理和废止相关处罚规定，配套实施积极生育支持措施。

支持类

2021年6月

国药监局

《儿童化妆品监督管理规定(征求意见稿)》

婴幼儿(0-3周岁,含3周岁)化妆品功效宣称限于清洁、保湿等6种,儿童(3-12周岁,含12周岁)化妆品功效宣称限于清洁、卸妆等10种。

规范类

2021年6月

国家市场监管总局

《市场监管总局关于加强固体饮料质量安全监管的公告(征求意见稿)》

固体饮料产品名称不得与已经批准的特殊食品名称相同或相近。产品名称的邻近部位应当使用本展示版面最大字号醒目标示反映食品真实属性的专用名称“固体饮料”,并在同一展示版面标示“本产品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品保健食品等特殊食品”作为警示信息,所占面积不应小于其所在面的20%,使用黑体字印刷。

规范类

2021年3月

商务部等6部门

《关于扩大跨境电商零售进口试点、严格落实监管要求的通知》

将跨境电商零售进口试点扩大至所有自贸试验区、跨境电商综试区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心(B型)所在城市(及区域)。今后相关城市经所在地海关确认符合监管要求后,即可按照商财发[2018]486号要求,开展网购保税进口业务

支持类

2021年3月

全国人大

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

深化外贸转型升级基地、海关特殊监管区域、贸易促进平台、国际营销服务网络建设,加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式,鼓励建设海外仓,保障外贸产业链供应链畅通运转

。

支持类

2020年12月

国家市场监管总局

《乳制品质量安全提升行动方案

要求企业具有完整生产工艺,不得使用已符合食品安全国家标准的婴幼儿配方乳粉作为原料申请配方注册;进一步加强对婴幼儿配方乳粉产品配方科学性、安全性材料和研发报告的审查,对配方科学依据不足,提交材料不支持配方科学性、安全性的一律不予注册;加大现场核在和抽样检验力度,重点核查申请人是否具备与所申请配方相适应的研发能力、生产能力、检验能力,以及与申请材料的真实性、一致性。

规范类

2020年12月

国务院

《关于2021年关税调整方案的通知》

2021年1月1日起，我国将对883项商品实施低于最惠国税率的进口暂定税率。其中，为减轻患者经济负担，改善人民生活品质，对第二批抗癌药和罕见病药品原料、特殊患儿所需食品等实行零关税，降低人工心脏瓣膜、助听器等医疗器材以及乳清蛋白粉、孔铁蛋白等婴儿奶粉原料的进口关税。

支持类

2020年12月

发改委、商务部

(市场准入负面清单(2020年版))

特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品不得进行网络交易;特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉产品配方、使用保健食品原料目录以外原料的保健食品注册和首次进口的保健食品(不包括维生素、矿物质等营养物质的保健食品)进行注册审批。未获得许可或资质条件等，不得从事食品生产经营和进出口;特殊医学用途配方食品、保健食品、医疗(含中医)、药品、医疗器械进行广告审查，未获得许可或未履行法定程序，不得发布特定广告。

规范类

2020年11月

国家网信办

《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》

实行直播营销平台备案管理制度，明确直播营销平台的义务和责任;明确直播间运营者和直播运营人员的责任和行为规范;以及相关部广1的监督管理责任。

规范类

2020年11月

国务院

《国务院办公厅关于印发全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案的通知》

加快出口退税进度，将正常出口退税业务平均办理时间压减至8个作日以内，2021年全面推广无纸化单证备案;支持更多符合条件的银行提供跨境电商结售汇服务，缩短真实性审核时间，加快资金结算速度。

支持类

2020年9月

邮政局、海关总署、商务部

《关于促进跨境电子商务寄递服务高质量发展的若干意见(暂行)》

支持建立跨境电商寄递服务企业信用体系、加快完善跨境寄递服务体系、提升跨境寄递服务
全程通关便利

规范类

数据来源：观研天下整理

各省市相关政策汇总

为促进居民消费刺激经济增长，各省市加快对电商平台的建设，对母婴行业的发展起到助力
作用。

2020-2021年10月各省市电商行业相关政策汇总

省市

发布日期

政策名称

重点内容

上海

2021年9月

《关于本市加快发展外贸新业态新模式的实施意见》

支持电商平台赋能贸易商和制造商转型发展;推进跨境电商制度创新;培育本土海外仓企业;提
升贸易新业态相关外汇收支便利，支持跨境电商企业将境外费用与出口货款轧差结算;大力
发展丝路电商，加强共建“一带-路”经贸合作。

2021年4月

《关于加快建设上海国际消费中心城市持续促进消费扩容提质的若干措施》

提升本土品牌影响力，深化老字号与电商平台合作;鼓励电商平台在流量和数据方面赋能实
体商业，支持商圈、商街、品牌、商户开展数字化全渠道营销活动，发展直播电商消费新品
牌;扩大以跨境电商为通路的消费品进口。

浙江

2021年7月

《浙江省新型贸易发展“十四五”规划》

到2025年，全球电子商务核心功能区和“数字丝绸之路”战略门
户作用不断增强;全省网络零售额超过3.2万亿元，全省跨境电子
商务进出口额达1000亿美元。

江苏

2021年1月

|《关于促进全省跨境电子商务高质量发展的工作意见》

推进南京、苏州等10个国家跨境电商综合试验区建设;到2022年，省、市重点培育的海外仓
达80个以上;推广“产业带+跨境电商”模式;到2022年，初步形成出口和进口并进、多种模式并
举、线上线下相融合的发展格局，跨境电商业务占全省进出口总额的比重稳步提高。

安徽

2021年4月

I 《安徽省“十四五”规划和2035远景目标纲要》

发展社交电商、直播电商等“宅消费”模式;引进大型电商平台,发展垂直电商平台;支持跨境电商平台和海外仓建设。

广东

2020年11月

《广东省建设国家数字经济创新发展试验区工作方案》

聚焦发展专业化、精准化的电商服务;发展协同经济、社交电商无人零售等新业态。

福建

2021年3月

《福建省“十四五”规划和2035远景目标纲要》

发展冷链物流、电商物流、智慧物流、保税物流,逐步降低物流成本;加快跨境电商贸易创新,推进福州、厦门、漳州、泉州莆田、龙岩跨境电商综合试验区建设,启动跨境电商B2B出口和出口海外仓业务试点。培育优势行业垂直电商平台,发展农村电商,推动创建国家级农村电商示范县。实施“百千万亿”促销行动。;加快发展“丝路电商”

山东

2021年5月

《山东省“十四五”规划和2035远景目标纲要》

推动外贸企业上线电商平台、人驻政府采购等网上平台,加快跨境电商综合试验区和跨境电商零售进口试点城市建设,落实跨境电商零售进口商品清单和监管政策。培育认定--批跨境电商服务平台、公共海外仓和产业园,扩大跨境电商B2B出口规模。

北京

2021年9月

《北京市外经贸发展资金支持北京市跨境电子商务发展实施方案》

鼓励企业在北京口岸开展跨境电子商务B2C、B2B通关申报业务;支持海外仓(或海外运营中心)、保税仓(含跨境电子商务医药产品专用仓)、智能口岸仓、出口集货仓等跨境电子商务仓储物流服务设施及配套信息系统的建设,提升跨境电子商务仓储物流支撑能力;支持新开设跨境电子商务体验店的建设和运营等。

河北

2020年12月

《河北省“十四五”规划和2035年远景目标建议》

强化稳外贸稳外资,推进跨境电商综合试验区和综合保税区建设,支持企业共建共享海外仓

。

青海

2021年2月

《青海省“十四五”规划和2035年远景目标建议》

实施电子商务服务体系升级项目，建设国家电子商务示范城市，建设大型电商产业集聚区和一批电商物流分拨中心。推动西宁—海东都市圈共同建设跨境电商与先进制造和现代服务相融合的复合型产业功能区

湖北

2021年1月

《支持中国(湖北)自由贸易试验区深化改革创新若干措施》

不断优化跨境电子商务通关流程，推动跨境电子商务企业、物流企业和湖北电子口岸、海关等部门数据交换，实现有效监管和快速通关。建设食用农产品、食品等重要产品追溯体系和跨境电子商务零售领域进出口追溯体系。大力发展跨境电子商务等新业态，加快促进国内国际双循环。

陕西

2021年3月

《中国(陕西)自由贸易试验区进一步深化改革开放方案》

建设西安跨境电

子商务综合试验区，鼓励跨境电商企业在自贸试验区内建立国际配送平台，支持建立跨境电商海外仓，做大做强跨境电商产业。

数据来源：观研天下整理（YYJ）

观研报告网发布的《2022年中国母婴电商行业分析报告-行业发展现状与未来动向研究》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。

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。

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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国母婴电商行业发展概述

第一节 母婴电商行业发展情况概述

- 一、母婴电商行业相关定义
- 二、母婴电商行业基本情况介绍
- 三、母婴电商行业发展特点分析
- 四、母婴电商行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、母婴电商行业需求主体分析

第二节 中国母婴电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、母婴电商行业产业链条分析
- 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、中国母婴电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国母婴电商行业生命周期分析

- 一、母婴电商行业生命周期理论概述
- 二、母婴电商行业所属的生命周期分析

第四节 母婴电商行业经济指标分析

- 一、母婴电商行业的赢利性分析
- 二、母婴电商行业的经济周期分析
- 三、母婴电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国母婴电商行业进入壁垒分析

- 一、母婴电商行业资金壁垒分析
- 二、母婴电商行业技术壁垒分析
- 三、母婴电商行业人才壁垒分析
- 四、母婴电商行业品牌壁垒分析
- 五、母婴电商行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球母婴电商行业市场发展现状分析

第一节 全球母婴电商行业发展历程回顾

第二节 全球母婴电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲母婴电商行业地区市场分析

- 一、亚洲母婴电商行业市场现状分析
- 二、亚洲母婴电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲母婴电商行业市场前景分析

第四节 北美母婴电商行业地区市场分析

- 一、北美母婴电商行业市场现状分析
- 二、北美母婴电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美母婴电商行业市场前景分析

第五节 欧洲母婴电商行业地区市场分析

- 一、欧洲母婴电商行业市场现状分析
- 二、欧洲母婴电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲母婴电商行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界母婴电商行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球母婴电商行业市场规模预测

第三章 中国母婴电商产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国母婴电商行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国母婴电商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 中国母婴电商行业运行情况

第一节 中国母婴电商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 中国母婴电商行业市场规模分析

第三节 中国母婴电商行业供应情况分析

第四节 中国母婴电商行业需求情况分析

第五节 我国母婴电商行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国母婴电商行业供需平衡分析

第七节 中国母婴电商行业发展趋势分析

第五章 中国母婴电商所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴电商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 中国母婴电商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 中国母婴电商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2018-2022年中国母婴电商市场格局分析

第一节 中国母婴电商行业竞争现状分析

- 一、中国母婴电商行业竞争情况分析
- 二、中国母婴电商行业主要品牌分析

第二节 中国母婴电商行业集中度分析

- 一、中国母婴电商行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国母婴电商行业市场集中度分析

第三节 中国母婴电商行业存在的问题

第四节 中国母婴电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国母婴电商行业钻石模型分析

- 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2018-2022年中国母婴电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国母婴电商行业消费市场动态情况

第二节 中国母婴电商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 母婴电商行业成本结构分析

第四节 母婴电商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 中国母婴电商行业价格现状分析

第六节 中国母婴电商行业平均价格走势预测

- 一、中国母婴电商行业价格影响因素
- 二、中国母婴电商行业平均价格走势预测
- 三、中国母婴电商行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国母婴电商行业区域市场现状分析

第一节 中国母婴电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区母婴电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区母婴电商市场规模分析
- 四、华东地区母婴电商市场规模预测

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、华中地区母婴电商市场规模分析
- 四、华中地区母婴电商市场规模预测

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、华南地区母婴电商市场规模分析
- 四、华南地区母婴电商市场规模预测

第五节 华北地区母婴电商市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区母婴电商市场规模分析
- 四、华北地区母婴电商市场规模预测

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、东北地区母婴电商市场规模分析
- 四、东北地区母婴电商市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析

三、西部地区母婴电商市场规模分析

四、西部地区母婴电商市场规模预测

第九章2018-2022年中国母婴电商行业竞争情况

第一节 中国母婴电商行业竞争结构分析（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 中国母婴电商行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国母婴电商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 母婴电商行业企业分析（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2022-2027年中国母婴电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国母婴电商行业未来发展前景分析

一、母婴电商行业国内投资环境分析

二、中国母婴电商行业市场机会分析

三、中国母婴电商行业投资增速预测

第二节 中国母婴电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国母婴电商行业市场发展预测

一、中国母婴电商行业市场规模预测

二、中国母婴电商行业市场规模增速预测

三、中国母婴电商行业产值规模预测

四、中国母婴电商行业产值增速预测

五、中国母婴电商行业供需情况预测

第四节 中国母婴电商行业盈利走势预测

一、中国母婴电商行业毛利润同比增速预测

二、中国母婴电商行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国母婴电商行业投资风险与营销分析

第一节 母婴电商行业投资风险分析

- 一、母婴电商行业政策风险分析
- 二、母婴电商行业技术风险分析
- 三、母婴电商行业竞争风险分析
- 四、母婴电商行业其他风险分析

第二节 母婴电商行业应对策略

- 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2022-2027年中国母婴电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国母婴电商行业品牌战略分析

- 一、母婴电商企业品牌的重要性
- 二、母婴电商企业实施品牌战略的意义
- 三、母婴电商企业品牌的现状分析
- 四、母婴电商企业的品牌战略
- 五、母婴电商品牌战略管理的策略

第二节 中国母婴电商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 中国母婴电商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2022-2027年中国母婴电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴电商行业产品策略分析

- 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 中国母婴电商行业营销渠道策略

一、母婴电商行业渠道选择策略

二、母婴电商行业营销策略

第三节 中国母婴电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国母婴电商行业重点投资区域分析

二、中国母婴电商行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/565127.html>