

# 2021年中国母婴用品市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国母婴用品市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/fangzhi/536477536477.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

母婴用品，是指为孕产期女性与0-3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品，涵盖衣、食、住、行四大方面。

### 1、产业链

母婴用品产业链上游主要为食品、服装、日用品等其他母婴用品，中游主要为线上、线下销售渠道，下游则是母婴用品消费者。

母婴用品产业链

资料来源:公开资料整理

### 2、政策环境

母婴用品消费群体的特殊性，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格，母婴用品的安全性成为核心关注问题。近年来，我国相关部门针对奶粉、服装、玩具、纸尿裤等多个母婴用品细分行业颁布行业规范和监管条例，促进母婴用品行业健康发展。在政策驱动下，我国母婴用品制造标准得到有效约束，行业标准体系逐渐完善。

2011-2021年我国母婴用品行业相关政策规划汇总

时间

发布主体

政策

相关内容

2011年

国务院

《中国儿童发展纲要（2011—2020年）》

其中明确提出婴童相关行业是国家大力支持和鼓励发展的行业，要“促进0-3岁儿童早期综合发展”、“保障儿童食品、用品安全。完善婴幼儿食品、用品的国家标准、检测标准和质量认证体系，强化生产经营企业的质量意识”以及“加强婴幼儿用品、玩具生产销售和游乐设施运营的监管”等。

2013年

国务院

《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见》

发展智能、健康消费品。积极研发营养与健康食品、康复辅助器具、健身产品、智慧医疗产品等健康类消费品。进一步发展老年、儿童和婴幼儿用品。

2014年

国务院

《中国食物与营养发展纲要（2014-2020年）》

确强调孕产妇和婴幼儿为重点人群，重视农村地区6个月龄至24个月龄婴幼儿的辅食喂养与营养补充，加强母乳代用品和婴童食品质量监管。

国务院

《国务院办公厅关于转发工业和信息化部等部门推动婴幼儿配方乳粉企业兼并重组工作方案的通知》

工作方案指出要推动婴幼儿配方乳粉产业规范化、规模化、现代化发展。

质检总局、国家标准委

《儿童鞋安全技术规范》

该法规是中国鞋类行业的强制性标准之一，强调了儿童鞋的物理机械安全与化学物质限量要求。

2015年

国家食品药品监督总局

《婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全追溯信息记录规范》

推动婴幼儿配方乳粉生产企业完善食品安全追溯体系。

质检总局、国家标准委

《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》

规定了中国境内销售的婴幼儿及儿童纺织产品的安全标准。对童装的耐摩擦色牢度、燃烧性、pH值等提出相关要求

质检总局、国家标准委

GB/T33280-2016《纸尿裤规格与尺寸》

详细规定了各种婴儿纸尿裤的分类、规格与尺寸要求、试验方法、检验规则以及标识要求。

2016年

工业和信息化部

《轻工业发展规划2016-2020》

其中，乳蛋白部分水解配方、乳蛋白深度水解配方、氨基酸配方、无乳糖配方特殊婴幼儿奶粉由20%的进口关税降为0关税，婴儿尿布及尿裤由7.5%的进口关税降为0关税。婴儿奶粉及尿布尿裤是消费者热衷的海淘产品，零关税或将促进该类商品价格调整。

国家食品药品监督管理局

《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》

严格婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理，保证婴幼儿配方乳粉质量安全。

国务院

《国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》

强化母婴用品行业质量技术基础，普及先进质量管理技术和方法，提高产品质量可靠性和一致性；支持母婴用品行业进行技术改造，引导企业采用先进适用技术，全面提升制造、工艺、管理水平；提升生产过程自动化水平，提高劳动生产率和产品质量。

国务院

《贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划》

鼓励婴童玩具、婴幼儿配方乳粉行业建立完善的品牌培育管理体系，向自主设计、自创品牌发展，打造区域品牌。

2017年

国务院关税税则委员会

《2018年关税调整方案》

自2018年1月1日起对948项进口商品实施暂定税率，其中，“鱼油软胶囊”（税号15042000）的最惠国税率为12%、2018暂定税率为6%；“海豹油胶囊”（税号21069050）的最惠国税率为20%、2018暂定税率为10%。

2018年

全国人大

《中华人民共和国电子商务法》

2019年1月1日起，电商法正式实施。该法在诸多方面对社会关切的问题进行了细致的规定，母婴用品电商迎来了有法可依、全面法治的时代，行业将告别野蛮生长，逐渐走向成熟。

国务院办公厅

《国务院办公厅关于推进奶业振兴与保障乳品质量安全的意见》

到2020年，婴幼儿配方乳粉的品质、竞争力和美誉度显著提升，乳制品供给和消费需求更加契合。乳品质量安全水平大幅提高，产品监督抽检合格率达到99%以上，消费信心显著增强。

2019年

国务院

《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》

大力实施国产婴幼儿配方乳粉品质提升、产业升级、品牌培育行动计划，国产婴幼儿配方乳粉产量稳步增加，更好地满足国内日益增长的消费需求，力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在60%以上。

市场监管总局

《关于进一步加强日用塑料制品、儿童玩具、一次性使用卫生用品质量安全监督检查的通知》

督促企业严格执行国家有关法律和玩具安全、一次性使用卫生用品卫生标准等国家强制性标准，加强原材料质量控制，把好进货关，防止禁用原材料和不合格原材料投入生产，同时对产品方面也要加大监督抽查力度。

2020年

市场监管总局

《乳制品质量安全提升行动方案》

《方案》要求，婴幼儿配方乳粉生产企业还要定期对质量管理体系运行情况自查，并提交自查报告。婴幼儿配方乳粉生产企业要对出厂产品按照食品安全标准实施全项目逐批检验，不得实施委托检验，加强对质量安全风险指标的检验检测。

2021年2月

国家发展改革委、商务部

《市场准入负面清单（2020年版）》

清单指出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。资料来源：各部委网站

### 3、行业分析

受益于母婴消费升级驱动以及人口基数大等因素影响，2016-2019年我国母婴用品行业市场规模保持稳定增长，但受生育率下降影响，我国母婴用品市场增速有所放缓。2020年受疫情影响，市场规模有所下滑，但整体来看仍维持高位。数据显示，截至2020年我国母婴用品行业市场规模为7076.5亿元，同比下降

2016-2020年我国母婴用品行业市场规模变化

数据来源：公开资料整理

从销售渠道来看，截至2020年我国母婴用品行业仍以线下销售渠道为主，市场规模占比高达69%；但随着电商渠道不断发展，线上销售渠道规模增长迅速，占比已从2016年的19%提升至31%，成为我国母婴用品行业新的增长点。

2016-2020年我国母婴用品行业市场销售渠道结构变化（单位：%）

数据来源：公开资料整理

### 4、需求分析

目前我国母婴用品主要需求人群为85后、90后，占比合计高达69%，其中85后占比为36%，90后占比为33%。

我国母婴用户需求人群年龄阶段分布

数据来源：公开资料整理

### 5、前景分析

母婴用品属于刚需产品，在母婴消费升级不断驱动下，未来五年内我国母婴用品行业市场规模仍将保持稳定增长，到2025年或将逼近万亿元。

2021-2025年我国母婴用品行业市场规模预测变化 数据来源：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年中国母婴用品市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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年中国母婴用品行业发展概述

#### 第一节 母婴用品行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国母婴用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、母婴用品行业产业链条分析
- 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 中国母婴用品行业生命周期分析

#### 一、母婴用品行业生命周期理论概述

#### 二、母婴用品行业所属的生命周期分析

### 第四节 母婴用品行业经济指标分析

#### 一、母婴用品行业的赢利性分析

#### 二、母婴用品行业的经济周期分析

#### 三、母婴用品行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国母婴用品行业进入壁垒分析

#### 一、母婴用品行业资金壁垒分析

#### 二、母婴用品行业技术壁垒分析

#### 三、母婴用品行业人才壁垒分析

#### 四、母婴用品行业品牌壁垒分析

#### 五、母婴用品行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球母婴用品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球母婴用品行业发展历程回顾

### 第二节 全球母婴用品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲母婴用品行业地区市场分析

#### 一、亚洲母婴用品行业市场现状分析

#### 二、亚洲母婴用品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲母婴用品行业市场前景分析

### 第四节 北美母婴用品行业地区市场分析

#### 一、北美母婴用品行业市场现状分析

#### 二、北美母婴用品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美母婴用品行业市场前景分析

### 第五节 欧洲母婴用品行业地区市场分析

#### 一、欧洲母婴用品行业市场现状分析

#### 二、欧洲母婴用品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲母婴用品行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界母婴用品行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球母婴用品行业市场规模预测

## 第三章 中国母婴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 中国母婴用品行业运行情况

第一节 中国母婴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 中国母婴用品行业市场规模分析

第三节 中国母婴用品行业供应情况分析

第四节 中国母婴用品行业需求情况分析

第五节 我国母婴用品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国母婴用品行业供需平衡分析

第七节 中国母婴用品行业发展趋势分析

第五章 中国母婴用品所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴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 2017-2020年中国母婴用品市场格局分析

#### 第一节 中国母婴用品行业竞争现状分析

##### 一、中国母婴用品行业竞争情况分析

##### 二、中国母婴用品行业主要品牌分析

#### 第二节 中国母婴用品行业集中度分析

##### 一、中国母婴用品行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国母婴用品行业市场集中度分析

#### 第三节 中国母婴用品行业存在的问题

#### 第四节 中国母婴用品行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国母婴用品行业钻石模型分析

##### 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年中国母婴用品行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国母婴用品行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国母婴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 母婴用品行业成本结构分析

#### 第四节 母婴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 中国母婴用品行业价格现状分析

#### 第六节 中国母婴用品行业平均价格走势预测

##### 一、中国母婴用品行业价格影响因素

##### 二、中国母婴用品行业平均价格走势预测

##### 三、中国母婴用品行业平均价格增速预测

#### 第八章 2017-2020年中国母婴用品行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国母婴用品行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地区母婴用品市场分析

###### 一、华东地区概述

###### 二、华东地区经济环境分析

###### 三、华东地区母婴用品市场规模分析

###### 四、华东地区母婴用品市场规模预测

##### 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、华中地区母婴用品市场规模分析

###### 四、华中地区母婴用品市场规模预测

##### 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、华南地区母婴用品市场规模分析

###### 四、华南地区母婴用品市场规模预测

#### 第九章 2017-2020年中国母婴用品行业竞争情况

##### 第一节 中国母婴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 中国母婴用品行业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 2021-2026年中国母婴用品行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国母婴用品行业未来发展前景分析

##### 一、母婴用品行业国内投资环境分析

##### 二、中国母婴用品行业市场机会分析

##### 三、中国母婴用品行业投资增速预测

#### 第二节 中国母婴用品行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国母婴用品行业市场发展预测

##### 一、中国母婴用品行业市场规模预测

##### 二、中国母婴用品行业市场规模增速预测

##### 三、中国母婴用品行业产值规模预测

##### 四、中国母婴用品行业产值增速预测

##### 五、中国母婴用品行业供需情况预测

#### 第四节 中国母婴用品行业盈利走势预测

##### 一、中国母婴用品行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国母婴用品行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国母婴用品行业投资风险与营销分析

#### 第一节 母婴用品行业投资风险分析

##### 一、母婴用品行业政策风险分析

##### 二、母婴用品行业技术风险分析

##### 三、母婴用品行业竞争风险

##### 四、母婴用品行业其他风险分析

#### 第二节 母婴用品行业应对策略

##### 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 2021-2026年中国母婴用品行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国母婴用品行业品牌战略分析

##### 一、母婴用品企业品牌的重要性

##### 二、母婴用品企业实施品牌战略的意义

##### 三、母婴用品企业品牌的现状分析

##### 四、母婴用品企业的品牌战略

##### 五、母婴用品品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国母婴用品行业市场的重点客户战略实施

##### 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

第四节 母婴用品行业竞争力提升策略

一、母婴用品行业产品差异性策略

二、母婴用品行业个性化服务策略

三、母婴用品行业的促销宣传策略

四、母婴用品行业信息智能化策略

五、母婴用品行业品牌化建设策略

六、母婴用品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国母婴用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴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 中国母婴用品行业营销渠道策略

一、母婴用品行业渠道选择策略

二、母婴用品行业营销策略

第三节 中国母婴用品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国母婴用品行业重点投资区域分析

二、中国母婴用品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/fangzhi/536477536477.html>