

# 中国母婴电商行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2022-2029年）

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《中国母婴电商行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616863.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

母婴电商是指通过妈妈和孩子群体切入,以提供母婴商品及母婴服务为主的电商平台。目前母婴电商有综合类、垂直类、社区类等模式。

### 一、母婴电商行业发展现状

近年来我国母婴用品市场规模不断扩大。数据显示,2021年我国母婴消费市场规模从2018年的3万亿元增长到了4.87万亿元。并预计到2024年我国母婴消费市场规模将超过76000亿元。

数据来源:观研天下整理

而如今是大数据时代,不少企业借助互联网的东风抵达彼岸,消费主力和消费对象转移格局渐显,新需求变化不断,消费场域亦在变迁。当下的年轻妈妈们倾向于在备孕、怀孕以及孕后获取相关资讯,电商平台则是她们获取母婴信息的重要渠道。根据数据显示,2021年有91.9%的妈妈会在母婴垂直类APP中获取相关资讯,这也为母婴电商培育了巨大的潜在消费群体。

数据来源:观研天下整理

随着在人们消费观念、消费结构的升级下,不断促进互联网母婴行业规模不断壮大。同时随着互联网零售、电商直播等迅猛发展,带动母婴领域市场扩展,加速产业链线上线下融合布局。目前年我国母婴电商行业仍处于高速发展阶段。数据显示,2021年我国母婴电商市场规模从2016年的5008.7亿元增长到9724.8亿元。预计2022年我国母婴电商市场规模将突破万亿元。

数据来源:观研天下整理

在市场发展向好的下,众多电商巨头企业相继布局新零售母婴店。数据显示,2021年中国母婴电商及相关企业数量50095家,较2020年增长18908家,增长率高达60.6%。

数据来源:观研天下整理

### 二、母婴电商行业用户特征分析

用户规模持续增长。近年随着互联网普及上升、网络零售的快速发展,我国母婴电商行业发展迅猛,用户规模持续增长。数据显示,2020年我国母婴电商用户规模2.16亿人,同比增长10.2%。2021年母婴电商用户规模约达到2.43亿人,同比增长12.5%,仍保持增长态势。

数据来源:观研天下整理

用户粘性平稳提升。随着家庭消费能力持续提升,人们消费观念、消费结构的升级,我国互

联网母婴平台用户人均日均使用时长以及人均日均使用次数平稳增长。数据显示，截止到2021年底，我国互联网母婴平台用户人均日均使用时长从2019年的28.8分钟增长到了51.6分钟，人均日均使用次数从2019年的3.4次增长到了5.5次。

数据来源：观研天下整理

母婴需求主要集中在婴儿用品、婴儿食品。根据相关数据显示，2021年婴儿用品消费需求最高，占比为55.4%；其次为婴儿食品，占比为54.8%。

数据来源：观研天下整理

在选购母婴产品时候，Z世代孕妈更关注安全品质。根据相关数据显示，2021年在母婴产品关注的因素中，安全因素占比最高，为71.5%；其次为品质因素，占比为41.9%。

数据来源：观研天下整理

目前用户主要分布在广东、江苏、山东等经济较发达地区。根据相关数据显示，2021年，在我国互联网母婴平台用户地区分布方面，广东用户占比最高，达11.2%；其次为江苏、山东，占比分别为7.7%、6.1%、5.6%。

数据来源：观研天下整理（WW）

### 三、发展前景趋势

近年随着电子商务不断渗透至各类线下消费形态，我国母婴电商得以迅速发展。预计随着人们消费观念的提升以及全面“三孩政策”的实施，我国母婴电商市场面临前所未有的发展机遇。具体如下：

#### 1、国家开放三孩政策，推动母婴行业不断加速

由于我国母婴消费市场主要受人口出生率变动、消费水平升级以及移动互联网的崛起等因素影响。因此随着国家三胎政策的全面放开，母婴行业迎来了高速发展时期，产品也将日益丰富，渠道多方面拓展。虽然近年来我国新生儿人口数量在不断下降，但总体基数仍旧较大，每年新生儿数量达1000万人以上。而且目前国家已经全面放开三胎政策，在2022年的两会上又开始讨论起鼓励生育的政策。可以看出，未来国家的政策方向肯定是要促进人口增长的，儿童数量会不断增加。数据显示，2021年我国出生人口1062万人，人口出生率为7.52%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

#### 2、用户进一步年轻化，90后宝妈成市场消费主力，观念转变影响消费

根据调查显示，目前母婴市场主力中，用户进一步年轻化，90后妈妈占比最高，正处在职业黄金期的她们消费能力最强，是婴幼儿消费的核心主力。根据数据显示，26-30岁群体占比最高，为37.8%；其次为小于26岁的群体，占比为32.5%。而据了解，与前人群不同的价值

观差异，作为互联网的原住民，90后妈妈对社交网络的依赖性更强，爱分享也容易被种草。再者，作为生活在物质生活丰富的一代，也让她们在经济上有更大的自主权，更加有对美和品位的追求，更加挑剔，重视生活的品质感与质价比。此外，一线城市妈妈们的高收入也让她们拥有了更强的消费力，育儿花销上遥遥领先于其他城市。

数据来源：观研天下整理

### 3、母婴家庭育儿人均ARPU平稳增长

近年，我国母婴家庭育儿人均ARPU快速增长。数据显示，2021年我国母婴家庭育儿人均ARPU达到5692元，同比增长9.3%。预计2022年我国母婴家庭育儿人均ARPU将达到超过6250元左右。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

### 4、线上消费占比持续大幅提升

近年随着消费升级，育儿成本上升，母婴行业伴随着线上带货直播风口顺势而行，使得线上消费占比持续大幅提升。数据显示，2021年母婴线上渠道规模占比从2016年的21.2%增长到了25.9%。预计疫情后线上消费习惯得以保持，未来几年仍将保持高位，到2022年我国母婴线上渠道规模占比将达到26.6%。

数据来源：观研天下整理（WW）

### 5、国家政策频频发力，利好我国母婴电商行业的发展

2021年5月31日，中共中央政治局会议审议通过《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，提出进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施；2021年9月，国务院印发《中国妇女发展纲要(2021-2030年)》和《中国儿童发展纲要(2021-2030年)》，其中也提到保障女性生育权益、完善三孩生育政策配套措施等内容，总体来看，为提升全国生育水平，国家政策频频发力。

观研报告网发布的《中国母婴电商行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029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。

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、母婴电商特点分析
- 三、母婴电商行业基本情况介绍
- 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

#### 第三节 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规模与区域分布情况

### 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 2022-2029年世界母婴电商行业分布走势预测

### 第七节 2022-2029年全球母婴电商行业市场规模预测

## 第三章 中国母婴电商行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对母婴电商行业的影响分析

### 第三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
- 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对母婴电商行业的影响分析

### 第五节中国母婴电商行业产业社会环境分析

## 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

- 一、影响中国母婴电商行业市场规模的因素
- 二、中国母婴电商行业市场规模
- 三、中国母婴电商行业市场规模解析

### 第三节中国母婴电商行业供应情况分析

#### 一、中国母婴电商行业供应规模

#### 二、中国母婴电商行业供应特点

### 第四节中国母婴电商行业需求情况分析

#### 一、中国母婴电商行业需求规模

#### 二、中国母婴电商行业需求特点

### 第五节中国母婴电商行业供需平衡分析

## 第五章 中国母婴电商行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国母婴电商行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、母婴电商行业产业链图解

### 第二节中国母婴电商行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对母婴电商行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对母婴电商行业的影响分析

### 第三节我国母婴电商行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国母婴电商行业市场竞争分析

### 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格局分析

#### 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

## 第七章 2018-2022年中国母婴电商行业模型分析



## 第一节中国母婴电商行业竞争结构分析（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

## 第二节中国母婴电商行业SWOT分析

- 一、SOWT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、中国母婴电商行业SWOT分析结论

## 第三节中国母婴电商行业竞争环境分析（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

## 第八章 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、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、中国母婴电商行业平均价格趋势分析
- 二、中国母婴电商行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国母婴电商行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国母婴电商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

### 第二节中国母婴电商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

### 第三节中国母婴电商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析

- 一、影响母婴电商行业区域市场分布的因素
- 二、中国母婴电商行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区母婴电商行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区母婴电商行业市场分析
  - (1) 华东地区母婴电商行业市场规模
  - (2) 华南地区母婴电商行业市场现状
  - (3) 华东地区母婴电商行业市场规模预测

### 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、华中地区母婴电商行业市场分析

- (1) 华中地区母婴电商行业市场规模
- (2) 华中地区母婴电商行业市场现状
- (3) 华中地区母婴电商行业市场规模预测

### 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、华南地区母婴电商行业市场分析

- (1) 华南地区母婴电商行业市场规模
- (2) 华南地区母婴电商行业市场现状
- (3) 华南地区母婴电商行业市场规模预测

### 第五节华北地区母婴电商行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区母婴电商行业市场分析

- (1) 华北地区母婴电商行业市场规模
- (2) 华北地区母婴电商行业市场现状
- (3) 华北地区母婴电商行业市场规模预测

### 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、东北地区母婴电商行业市场分析

- (1) 东北地区母婴电商行业市场规模
- (2) 东北地区母婴电商行业市场现状
- (3) 东北地区母婴电商行业市场规模预测

### 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、西南地区母婴电商行业市场分析

- (1) 西南地区母婴电商行业市场规模
- (2) 西南地区母婴电商行业市场现状
- (3) 西南地区母婴电商行业市场规模预测

### 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、西北地区母婴电商行业市场分析

- (1) 西北地区母婴电商行业市场规模
- (2) 西北地区母婴电商行业市场现状
- (3) 西北地区母婴电商行业市场规模预测

### 第九节 2022-2029年中国母婴电商行业市场规模区域分布预测

## 第十一章 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、公司优势分析

.....

## 第十二章 2022-2029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规模发展预测

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

## 第十三章 2022-2029年中国母婴电商行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一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

### 第二节母婴电商行业风险分析

一、母婴电商行业宏观环境风险

二、母婴电商行业技术风险

三、母婴电商行业竞争风险

四、母婴电商行业其他风险

### 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

## 第十四章 2022-2029年中国母婴电商行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国母婴电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国母婴电商行业进入策略分析

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 母婴电商行业营销策略分析

一、母婴电商行业产品策略

二、母婴电商行业定价策略

三、母婴电商行业渠道策略

四、母婴电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616863.html>