

2022年中国儿童水杯行业分析报告- 行业竞争策略与发展动向研究

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年中国儿童水杯行业分析报告-行业竞争策略与发展动向研究》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/202201/568486.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

儿童水杯是典型的“小产品、大市场”。2021年，儿童水杯在婴童辅食餐具品类的增长率排名第一，其江湖地位远超儿童餐具、儿童智能奶瓶、儿童水壶。伴随灿烂的发展前景，儿童水杯市场争斗战如火如荼。

数据来源：观研天下数据中心整理

一、儿童水杯行业集中度

目前儿童水杯竞争市场较为集中，TOP10品牌占据着60%以上的市场，市场明显向品牌倾斜，尤其是在大促月份上体现的淋漓尽致。

以2021年618、双十一所在月份为例，2021年6月，618大促下，淘宝TOP10旗舰店吃掉65%的份额；2021年11月，双十一大促下，淘宝TOP10旗舰店吃掉的份额高达71%。

数据来源：观研天下数据中心整理

从线上交易金额来看，儿童水杯品牌中babycare、世喜竞争力较强，2021年8月-11月，babycare旗舰店、世喜旗舰店连续霸榜儿童水杯商家交易金额前2，第三名卡位争夺战异常激烈，2021年8-11月成功“上位”的分别为grosmimi旗舰店、膳魔师母婴旗舰店、芭芭宝贝旗舰店、grosmimi旗舰店。

2021年8月-11月品牌儿童水杯旗舰店交易金额TOP3

品牌

交易金额排名

08月

09月

10月

11月

babycare

第一名（767.2万元）

第二名（828.9万元）

第二名（436.7万元）

第二名（1483.8万元）

世喜

第二名（614.3万元）

第一名（904.5万元）

第一名（562.9万元）

第一名（1986.4万元）

grosmimi

第三名（474.2万元）

-

第三名（1076.9万元）

膳魔师

-

第三名（553.6万元）

-

芭芭宝贝

-

-

第三名（364.3万元）

-

数据来源：观研天下数据中心整理

二、儿童水杯品牌布局情况

1. 产品：“内”“外”兼修

品牌儿童水杯产品坚持“内”“外”兼修：“外”即产品外观，“内”则主要体现在产品材质、功能、使用场景上。

（1）“外”部关键词：好看、好玩

85后、90后和95后成为了育儿的中坚力量，占比达到70%以上。

相较于其他代际的宝爸宝妈，年轻宝妈对颜值产品更显追求，年轻宝爸则更加关心宝宝的玩乐时光，玩具模型类产品更能抓住他们的钱包。

针对这一消费特征，儿童产品呈现高颜值化、趣味化趋势，儿童水杯也不例外，市场中出现了许多IP联名儿童水杯以及瓶身图案贴纸供选择，极力“讨好”这一届“金”力旺又舍得“剁”手的宝妈宝爸。

市场上现有的品牌儿童水杯多以“卡通化”“可爱萌趣”等为出发点，进行更加深入的儿童水杯的设计与探索。

（2）“内”部关键词：安全、多用、智能

考虑儿童群体的特殊性，儿童产品的材质安全至关重要。成人产品主要还在传统PP和Tritan材质上。儿童水杯则多采用PPSU的瓶身和硅胶的奶嘴，为宝宝提供更安全、口感更好的水杯选择。

安全之外，关注宝宝不同周期对喝水的场景需求也不容忽视。以膳魔师为例，其两用杯可根据不同年龄、不同场景更换所需杯盖，避免了孩子成长过程中家长需要购买多个不同饮水形态的杯子的窘境。

具有触屏感温，智能喝水提醒及监测的智能儿童水杯则为宝妈宝爸解决了“温度焦虑”，以温显为切入点让水杯具有“智能”属性的产品具有十足的潜力。

部分儿童水杯品牌代表产品主打卖点

资料来源：淘宝、观研天下整理

2.营销：塑造具象化品牌形象

大多数情况下产品营销都是以文字内容为基础而展开的，没有接触到真正的实物，消费者只能靠想象去了解，无法在脑海当中勾勒出整体的面貌。这样一来，传播度自然就无法得到提升。

为此，品牌营销就需要塑造出一个具象化的形象。如世喜打出“世喜大棕瓶、断奶更轻松”的响亮口号，迅速抢占消费者心智。Babycare则坚持“秉父母之心做产品，只为这世上唯一的你”，先对外树立“幼吾幼以及人之幼”的品牌形象，在用户面前刷足好感，再到微博等社交平台上围绕母婴育儿这一话题极力推销自家产品和品牌。

市场上同类的产品千千万万，面对琳琅满目的产品信息时，多数消费者其实并不知道应该选谁，好像选谁都可以。这时，用户看到了品牌具象化的形象后，心里的天平就会倾斜，产品营销就很容易产生自主传播的行为。

三、儿童水杯竞争市场新机会

1.从高端市场切入

按照产品价格划分，儿童水杯竞争市场可分为低端市场、中端市场、高端市场。低端市场、中端市场的集中度低于高端市场，这主要是由于高端玩家数量较少，儿童水杯品牌在高端产品领域还有较大的发挥空间。

资料来源：观研天下整理

2.从大童市场切入

按照产品适用年龄划分，儿童水杯竞争市场可分为幼童市场、中童市场、大童市场，自2020年初至今幼童市场增长缓慢，中大童市场增长态势则保持迅猛，其中3-6月市场销量大幅增长，主要受益于开学季。相较幼童市场，未来中大童市场将较受关注。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《2022年中国儿童水杯行业分析报告-行业竞争策略与发展动向研究》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年中国儿童水杯行业发展概述

第一节 儿童水杯行业发展情况概述

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

第二节 中国儿童水杯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、儿童水杯行业产业链条分析
- 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、中国儿童水杯行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国儿童水杯行业生命周期分析
 - 一、儿童水杯行业生命周期理论概述
 - 二、儿童水杯行业所属的生命周期分析
- 第四节 儿童水杯行业经济指标分析
 - 一、儿童水杯行业的赢利性分析
 - 二、儿童水杯行业的经济周期分析
 - 三、儿童水杯行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国儿童水杯行业进入壁垒分析
 - 一、儿童水杯行业资金壁垒分析
 - 二、儿童水杯行业技术壁垒分析
 - 三、儿童水杯行业人才壁垒分析
 - 四、儿童水杯行业品牌壁垒分析
 - 五、儿童水杯行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球儿童水杯行业市场发展现状分析

- 第一节 全球儿童水杯行业发展历程回顾
- 第二节 全球儿童水杯行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲儿童水杯行业地区市场分析
 - 一、亚洲儿童水杯行业市场现状分析
 - 二、亚洲儿童水杯行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲儿童水杯行业市场前景分析
- 第四节 北美儿童水杯行业地区市场分析
 - 一、北美儿童水杯行业市场现状分析
 - 二、北美儿童水杯行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美儿童水杯行业市场前景分析
- 第五节 欧洲儿童水杯行业地区市场分析

- 一、欧洲儿童水杯行业市场现状分析
- 二、欧洲儿童水杯行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲儿童水杯行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界儿童水杯行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球儿童水杯行业市场规模预测

第三章 中国儿童水杯产业发展环境分析

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 中国儿童水杯行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国儿童水杯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 中国儿童水杯行业运行情况

第一节 中国儿童水杯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 中国儿童水杯行业市场规模分析

第三节 中国儿童水杯行业供应情况分析

第四节 中国儿童水杯行业需求情况分析

第五节 我国儿童水杯行业细分市场分析

- 1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国儿童水杯行业供需平衡分析

第七节 中国儿童水杯行业发展趋势分析

第五章 中国儿童水杯所属行业运行数据监测

第一节 中国儿童水杯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 中国儿童水杯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 中国儿童水杯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年中国儿童水杯市场格局分析

第一节 中国儿童水杯行业竞争现状分析

一、中国儿童水杯行业竞争情况分析

二、中国儿童水杯行业主要品牌分析

第二节 中国儿童水杯行业集中度分析

一、中国儿童水杯行业市场集中度影响因素分析

二、中国儿童水杯行业市场集中度分析

第三节 中国儿童水杯行业存在的问题

第四节 中国儿童水杯行业解决问题的策略分析

第五节 中国儿童水杯行业钻石模型分析

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年中国儿童水杯行业需求特点与动态分析

第一节 中国儿童水杯行业消费市场动态情况

第二节 中国儿童水杯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 儿童水杯行业成本结构分析

第四节 儿童水杯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 中国儿童水杯行业价格现状分析

第六节 中国儿童水杯行业平均价格走势预测

一、中国儿童水杯行业价格影响因素

二、中国儿童水杯行业平均价格走势预测

三、中国儿童水杯行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国儿童水杯行业区域市场现状分析

第一节 中国儿童水杯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区儿童水杯市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区儿童水杯市场规模分析

四、华东地区儿童水杯市场规模预测

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、华中地区儿童水杯市场规模分析

四、华中地区儿童水杯市场规模预测

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、华南地区儿童水杯市场规模分析

四、华南地区儿童水杯市场规模预测

第五节 华北地区儿童水杯市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区儿童水杯市场规模分析

四、华北地区儿童水杯市场规模预测

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、东北地区儿童水杯市场规模分析

四、东北地区儿童水杯市场规模预测

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、西部地区儿童水杯市场规模分析

四、西部地区儿童水杯市场规模预测

第九章2018-2022年中国儿童水杯行业竞争情况

第一节 中国儿童水杯行业竞争结构分析（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 中国儿童水杯行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国儿童水杯行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 儿童水杯行业企业分析（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年中国儿童水杯行业发展前景分析与预测

第一节 中国儿童水杯行业未来发展前景分析

- 一、儿童水杯行业国内投资环境分析
- 二、中国儿童水杯行业市场机会分析
- 三、中国儿童水杯行业投资增速预测

第二节 中国儿童水杯行业未来发展趋势预测

第三节 中国儿童水杯行业市场发展预测

- 一、中国儿童水杯行业市场规模预测
- 二、中国儿童水杯行业市场规模增速预测
- 三、中国儿童水杯行业产值规模预测
- 四、中国儿童水杯行业产值增速预测
- 五、中国儿童水杯行业供需情况预测

第四节 中国儿童水杯行业盈利走势预测

- 一、中国儿童水杯行业毛利润同比增速预测
- 二、中国儿童水杯行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国儿童水杯行业投资风险与营销分析

第一节 儿童水杯行业投资风险分析

- 一、儿童水杯行业政策风险分析
- 二、儿童水杯行业技术风险分析
- 三、儿童水杯行业竞争风险分析
- 四、儿童水杯行业其他风险分析

第二节 儿童水杯行业应对策略

- 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年中国儿童水杯行业发展战略及规划建议

第一节 中国儿童水杯行业品牌战略分析

- 一、儿童水杯企业品牌的重要性
- 二、儿童水杯企业实施品牌战略的意义
- 三、儿童水杯企业品牌的现状分析
- 四、儿童水杯企业的品牌战略
- 五、儿童水杯品牌战略管理的策略

第二节 中国儿童水杯行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性

- 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 中国儿童水杯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年中国儿童水杯行业发展策略及投资建议

第一节 中国儿童水杯行业产品策略分析

- 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 中国儿童水杯行业营销渠道策略

- 一、儿童水杯行业渠道选择策略
- 二、儿童水杯行业营销策略

第三节 中国儿童水杯行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国儿童水杯行业重点投资区域分析
- 二、中国儿童水杯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/202201/568486.html>