

2021年中国母婴童商品零售行业分析报告- 市场竞争策略与发展趋势分析

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《2021年中国母婴童商品零售行业分析报告-市场竞争策略与发展趋势分析》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/baihuo/558611558611.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

1、行业主管部门、监管体制

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，母婴童商品零售所属行业为“F52零售业”中的“F5239其他日用品零售”；根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，母婴童商品零售所属行业为“F52零售业”。

母婴童商品零售行业的主管部门为国家发改委、国家商务部、国家市场监督管理总局及相应主管部门的各级地方机关单位，主要行业自律组织为中国商业联合会和中国连锁经营协会。

2、主要法规及产业政策

观研报告网发布的资料显示，我国相关部门制定了一系列支持母婴童商品零售行业的法律法规和政策。

法律法规

发布时间

法律法规

发文部门

相关内容

2018年12月

《中华人民共和国产品质量法》（2018年修订）

全国人大常委会

规定了产品质量监督要求，生产者、销售者对产品质量的责任和义务，以及因其违反上述规定需承担的损害赔偿责任。

2018年8月

《中华人民共和国电子商务法》

全国人大常委会

对电子商务经营者的定义和行为规范、电子商务合同的订立与履行、电子商务的争议解决做出明确规定。

2014年12月

《网络零售第三方平台交易规则制定程序》（试行）

商务部

为促进网络零售的健康发展、保护交易各方的合法利益，对网络零售第三方平台经营者制定、修改、实施交易规则等行为进行规范。

2014年1月

《网络交易管理办法》

国家工商总局

对从事网络商品交易和有关服务的经营者的义务进行了规定，对第三方交易平台经营者进行了规定。

2013年10月

《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修订）

全国人大常委会

明确了市场交易中的消费者权利和经营者义务，以及国家对消费者权益的保护措施。

2011年4月

《第三方电子商务交易平台服务规范》

商务部

从第三方交易平台的设立与基本行为规范、平台经营者对站内经营者的管理与引导、平台经营者对消费者的合理保护、平台经营者与相关服务提供者的协调等方面对第三方电子商务交易平台服务进行规范。

2006年11月

《零售商供应商公平交易管理办法》

商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局

规范了零售商与供应商之间的交易行为，维护公平、公正的市场交易秩序。

2006年10月

《零售商促销行为管理办法》

商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局

规范了零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益。

资料来源：观研天下整理

产业相关政策

发布时间

产业政策

发文部门

相关内容

2018年1月

《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》

国务院

提出针对电子商务全渠道、多平台、线上线下融合等特点，科学引导快递物流基础设施建设

，构建适应电子商务发展的快递物流服务体系。

2017年1月

《商贸物流发展“十三五”规划》

商务部、发改委、国土资源部、交通运输部、国家邮政局

要求“十三五”期间，构建多层次商贸物流网络、加强商贸物流基础设施建设、加强商贸物流标准化建设、加强商贸物流信息化建设等。

2017年1月

《关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》

商务部

按照国家电子商务“十三五”发展规划，结合地方电子商务和经济发展情况，发挥政府的引导作用，争取到2020年，示范基地内电子商务企业数量达到10万家，孵化电子商务企业数量超过3万家，带动就业人数超过500万，形成园企互动、要素汇聚、服务完备、跨域合作、融合发展的电子商务集聚区。

2016年12月

《电子商务“十三五”发展规划》

商务部

要求加快电子商务提质升级、推进电子商务与传统产业深度融合、发展电子商务要素市场、完善电子商务民生服务体系、优化电子商务治理环境。

2016年12月

《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》

商务部

要求培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境。到2020年，社会消费品零售总额达到48万亿元左右，年均增长10%左右，最终消费率达到55%左右。

2016年11月

《关于推动实体零售创新转型的意见》

国务院

提出实体零售是商品流通的重要基础，是繁荣市场、保障就业的重要渠道；要在坚持市场主导、需求引领、创新驱动的基本原则下，调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合、推动实体零售创新转型。

2016年11月

《国内贸易流通“十三五”发展规划》

商务部、发改委、工信部、财政部、国土资源部、农业部、国税总局、国家工商总局、国家质检局

在“十三五”期间，将实施消费促进、流通现代化和智慧供应链三大行动，全面打通消费、流通和生产各环节，促进流通升级，提升流通在国民经济中的基础性支撑和先导性引领作用。

2016年5月

《关于推动电子商务发展有关工作的通知》

发改委、商务部、中国人民银行

提出完善电子商务法规政策环境，健全电子商务支撑体系，加强电子商务基础设施和交易保障设施建设，积极培育电子商务服务，深化电子商务应用。

2016年4月

《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》

国务院

明确加快推动流通转型升级，以满足消费者需求为中心，积极开展全渠道经营，支持企业突出商品和服务特色，充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动，全方位、全天候满足消费需求，降低消费成本。

2015年9月

《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》

国务院

鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销。鼓励大型实体店不断丰富消费体验，向智能化、多样化商业服务综合体转型，增加餐饮、休闲、娱乐、文化等设施，由商品销售为主转向“商品+服务”并重，加大金融支持力度。

2015年7月

《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

国务院

提出要大力发展行业电子商务，推动电子商务应用创新，加强电子商务国际合作。

2015年5月

《“互联网+流通”行动计划》

商务部

提出鼓励电子商务进社区，拓展服务性网络消费范围；支持电子商务进中小城市，提升网络消费便利性；推动线上线下互动，激发消费潜力；促进跨境电子商务发展，拓展海外市场；加快电子商务海外营销渠道建设，助力电商企业“走出去”的任务。

2015年5月

《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》

国务院

明确加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，进一步激发电子商务创新动力、创造潜力、创业活力，加速推动经济结构战略性调整，实现经济提质增效升级，全面涵盖

降低准入、税收优惠、便利投融资、物流建设、线上/线下O2O、农村电商、互联网金融、跨境电商、供应链C2B、信用体系、质量监督等领域。

2014年10月

《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》

国务院

提出大力发展连锁经营，以电子商务、信息化及物流配送为依托，推进发展直营连锁，规范发展特许连锁，引导发展自愿连锁，支持流通企业做大做强。推动优势流通企业利用参股、控股、联合、兼并、合资、合作等方式，做大做强，形成若干具有国际竞争力的大型零售商、批发商、物流服务商。

2013年4月

《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》

发改委、商务部、中国人民银行

要求强调统筹推进电子商务发展环境建设，推进商贸流通领域电子商务创新发展；建立完善电子商务产品质量安全监督机制，推进电子商务标准化工作。

2008年12月

《关于搞活流通扩大消费的意见》

国务院

鼓励流通企业发展连锁经营和电子商务等现代流通方式，形成统一规范管理、批量集中采购和及时快速配货的经营优势，降低企业经营成本和销售价格，让利于消费者，促进居民消费。积极培育和发展新的消费热点，引导企业调整产品结构，开发适销对路商品和服务，引导消费结构升级。资料来源：观研天下整理（TC）

观研报告网发布的《2021年中国母婴童商品零售行业分析报告-市场竞争策略与发展趋势分析》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 2017-2021年中国母婴童商品零售行业发展概述

第一节 母婴童商品零售行业发展情况概述

- 一、母婴童商品零售行业相关定义
- 二、母婴童商品零售行业基本情况介绍
- 三、母婴童商品零售行业发展特点分析
- 四、母婴童商品零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式

五、母婴童商品零售行业需求主体分析

第二节 中国母婴童商品零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、母婴童商品零售行业产业链条分析
- 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、中国母婴童商品零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国母婴童商品零售行业生命周期分析

- 一、母婴童商品零售行业生命周期理论概述
- 二、母婴童商品零售行业所属的生命周期分析

第四节 母婴童商品零售行业经济指标分析

- 一、母婴童商品零售行业的赢利性分析
- 二、母婴童商品零售行业的经济周期分析
- 三、母婴童商品零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国母婴童商品零售行业进入壁垒分析

- 一、母婴童商品零售行业资金壁垒分析
- 二、母婴童商品零售行业技术壁垒分析
- 三、母婴童商品零售行业人才壁垒分析
- 四、母婴童商品零售行业品牌壁垒分析
- 五、母婴童商品零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球母婴童商品零售行业市场发展现状分析

第一节 全球母婴童商品零售行业发展历程回顾

第二节 全球母婴童商品零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲母婴童商品零售行业地区市场分析

- 一、亚洲母婴童商品零售行业市场现状分析
- 二、亚洲母婴童商品零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲母婴童商品零售行业市场前景分析

第四节 北美母婴童商品零售行业地区市场分析

- 一、北美母婴童商品零售行业市场现状分析
- 二、北美母婴童商品零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美母婴童商品零售行业市场前景分析

第五节 欧洲母婴童商品零售行业地区市场分析

- 一、欧洲母婴童商品零售行业市场现状分析
- 二、欧洲母婴童商品零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲母婴童商品零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界母婴童商品零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球母婴童商品零售行业市场规模预测

第三章 中国母婴童商品零售产业发展环境分析

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 中国母婴童商品零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国母婴童商品零售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 中国母婴童商品零售行业运行情况

第一节 中国母婴童商品零售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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国母婴童商品零售行业市场规模分析

第三节 中国母婴童商品零售行业供应情况分析

第四节 中国母婴童商品零售行业需求情况分析

第五节 我国母婴童商品零售行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国母婴童商品零售行业供需平衡分析

第七节 中国母婴童商品零售行业发展趋势分析

第五章 中国母婴童商品零售所属行业运行数据监测

第一节 中国母婴童商品零售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 中国母婴童商品零售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 中国母婴童商品零售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 2017-2021年中国母婴童商品零售市场格局分析

第一节 中国母婴童商品零售行业竞争现状分析

- 一、中国母婴童商品零售行业竞争情况分析
- 二、中国母婴童商品零售行业主要品牌分析

第二节 中国母婴童商品零售行业集中度分析

- 一、中国母婴童商品零售行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国母婴童商品零售行业市场集中度分析

第三节 中国母婴童商品零售行业存在的问题

第四节 中国母婴童商品零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国母婴童商品零售行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国母婴童商品零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国母婴童商品零售行业消费市场动态情况

第二节 中国母婴童商品零售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 母婴童商品零售行业成本结构分析

第四节 母婴童商品零售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 中国母婴童商品零售行业价格现状分析

第六节 中国母婴童商品零售行业平均价格走势预测

- 一、中国母婴童商品零售行业价格影响因素
- 二、中国母婴童商品零售行业平均价格走势预测
- 三、中国母婴童商品零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国母婴童商品零售行业区域市场现状分析

第一节 中国母婴童商品零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区母婴童商品零售市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区母婴童商品零售市场规模分析
- 四、华东地区母婴童商品零售市场规模预测

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、华中地区母婴童商品零售市场规模分析
- 四、华中地区母婴童商品零售市场规模预测

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、华南地区母婴童商品零售市场规模分析
- 四、华南地区母婴童商品零售市场规模预测

第九章 2017-2021年中国母婴童商品零售行业竞争情况

第一节 中国母婴童商品零售行业竞争结构分析（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 中国母婴童商品零售行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国母婴童商品零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 母婴童商品零售行业企业分析（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年中国母婴童商品零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国母婴童商品零售行业未来发展前景分析

一、母婴童商品零售行业国内投资环境分析

二、中国母婴童商品零售行业市场机会分析

三、中国母婴童商品零售行业投资增速预测

第二节 中国母婴童商品零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国母婴童商品零售行业市场发展预测

一、中国母婴童商品零售行业市场规模预测

二、中国母婴童商品零售行业市场规模增速预测

三、中国母婴童商品零售行业产值规模预测

四、中国母婴童商品零售行业产值增速预测

五、中国母婴童商品零售行业供需情况预测

第四节 中国母婴童商品零售行业盈利走势预测

一、中国母婴童商品零售行业毛利润同比增速预测

二、中国母婴童商品零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国母婴童商品零售行业投资风险与营销分析

第一节 母婴童商品零售行业投资风险分析

一、母婴童商品零售行业政策风险分析

二、母婴童商品零售行业技术风险分析

三、母婴童商品零售行业竞争风险

四、母婴童商品零售行业其他风险分析

第二节 母婴童商品零售行业应对策略

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年中国母婴童商品零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国母婴童商品零售行业品牌战略分析

- 一、母婴童商品零售企业品牌的重要性
- 二、母婴童商品零售企业实施品牌战略的意义
- 三、母婴童商品零售企业品牌的现状分析
- 四、母婴童商品零售企业的品牌战略
- 五、母婴童商品零售品牌战略管理的策略

第二节 中国母婴童商品零售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 中国母婴童商品零售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 2021-2026年中国母婴童商品零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国母婴童商品零售行业产品策略分析

- 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 中国母婴童商品零售行业营销渠道策略

- 一、母婴童商品零售行业渠道选择策略
- 二、母婴童商品零售行业营销策略

第三节 中国母婴童商品零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国母婴童商品零售行业重点投资区域分析
- 二、中国母婴童商品零售行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/558611558611.html>