

2016-2022年中国母婴电商行业竞争态势与盈利前景预测报告

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《2016-2022年中国母婴电商行业竞争态势与盈利前景预测报告》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/hulianwang/239415239415.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

从母婴行业的零售渠道上看，我们主要将之分为线上和线下两大类。其中，线下发展时间较长，可分为四种：1) 以乐友孕婴童为代表的品牌连锁专卖店；2) 商超、百货母婴专柜；3) 以好孩子为代表的零售商自建渠道；4) 个体经营店铺。线上渠道虽然发展时间较短，但形态也十分丰富，也可分为四类：1) 综合电商平台的母婴频道，典型代表为天猫、京东、唯品会、苏宁易购等开设的母婴频道；2) 垂直母婴电商平台，典型代表为贝贝网、蜜芽宝贝、麦乐购等；3) 品牌商或零售商自建的电商平台；4) 母婴媒体、社区平台中的电商板块，如宝宝树、妈妈网、辣妈帮、育儿网等。

中国母婴行业渠道发展现状

2000-2012年，母婴网购还处在探索阶段，这一时期邮寄目录为无店铺销售的主流形式。随着互联网的普及，部分厂商开始尝试通过电商渠道销售母婴产品，但该时期的电商也仅是一种新的渠道尝试。2014-2015年，网购（电商）逐渐成为购物的主流渠道，综合电商的母婴频道，新兴垂直电商等纷纷入场，资本关注度提升。

2015年至今，母婴电商进入了高速发展时期，电商平台加强了供应链整合线下零售商积极布局线上渠道，打通线上线下交易，母婴电商O2O步入了全新的阶段。

2015年底达到了15.5%，但相比于其他化妆品、3C产品等高渗透率品类，仍有很大的提升空间。跟电商行业整体发展速度比起来，2012、2013

年母婴电商市场规模增长率仍低于整体网购市场增长率，2014年开始母婴电商市场迎来了两年的爆发式增长。据艾瑞咨询预测，未来三年，母婴电商将继续以高于整体网购增速的姿态高速发展。

中国网络购物交易规模及预测

中国报告网发布的《2016-2022年中国母婴电商行业竞争态势与盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

报告大纲：

第一章 中国母婴电商行业发展概述

第一节 行业发展情况概述

一、基本情况介绍

二、发展特点分析

第二节 行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、行业产业链分析

第三节 行业生命周期分析

一、行业生命周期理论概述

二、行业所属的生命周期分析

第四节 行业经济指标分析

一、行业的赢利性分析

二、行业附加值的提升空间分析

三、行业进入壁垒与退出机制分析

第五节 母婴用品概况

一、妈妈用品

二、宝宝日常用品

三、宝宝衣物

第六节 母婴用品其他知识

一、奶瓶和奶嘴种类

二、纸尿裤和传统尿片对比分析

三、国内排名前五位的纸尿裤品牌

四、宝宝护肤品的选择与使用

第二章 世界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分析

第三节 全球母婴电商行业市场区域分布情况

第四节 亚洲地区市场分析

第五节 欧盟主要国家市场分析

第六节 北美地区主要国家市场分析

第七节 世界母婴电商发展走势预测

第八节 2016-2022年全球市场规模预测

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

第三节 中国母婴电商行业政策环境分析

第四节 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 中国母婴用品细分行业市场现状

第一节 玩具

第二节 服饰

第三节 日用品

第四节 纸尿裤

第五节 婴儿车

第五章 中国母婴电商产业运行情况

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、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 行业市场规模分析

第三节 母婴电商行业市场供需情况分析

一、行业产能情况分析

二、行业产值分析

三、行业产量统计与分析

四、行业需求量分析

第四节 行业发展趋势分析

第六章 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

第二节 中国母婴电商行业集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业企业集中度分析

三、行业区域集中度分析

第三节 行业存在的问题

第七章 中国母婴电商行业竞争情况

第二节 行业竞争结构分析

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

第三节 行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第四节 行业竞争力优势分析

第八章 母婴电商制造所属行业数据监测

第一节 中国所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国所属行业产值分析

第三节 中国所属行业成本费用分析

第四节 中国所属行业运营效益分析

第九章 母婴电商行业重点生产企业分析

第一节 企业A

一、公司介绍

二、公司经济业务发展情况

三、公司有劣势分析

四、公司最新动向

第二节 企业B

一、公司介绍

二、公司经济业务发展情况

三、公司有劣势分析

四、公司最新动向

第三节 企业C

一、公司介绍

二、公司经济业务发展情况

三、公司有劣势分析

四、公司最新动向

第四节 企业D

一、公司介绍

二、公司经济业务发展情况

三、公司有劣势分析

四、公司最新动向

第五节 企业E

一、公司介绍

二、公司经济业务发展情况

三、公司有劣势分析

四、公司最新动向

第十章2016-2022年中国母婴电商行业发展前景分析与预测

第一节2016-2022年行业未来发展前景分析

一、2016-2022年行业国内投资环境分析

二、2016-2022年行业市场机会分析

三、2016-2022年行业投资增速预测

第二节2016-2022年行业未来发展趋势预测

第三节2016-2022年行业市场发展预测

一、2016-2022年行业市场规模预测

二、2016-2022年行业市场规模增速预测

三、2016-2022年行业产值规模预测

四、2016-2022年行业产值增速预测

第四节2016-2022年行业盈利走势预测

一、2016-2022年行业毛利润同比增速预测

二、2016-2022年行业利润总额同比增速预测

第十一章 2016-2022年中国母婴电商行业投资风险与营销分析

第一节2016-2022年行业进入壁垒分析

一、2016-2022年行业技术壁垒分析

二、2016-2022年行业规模壁垒分析

三、2016-2022年行业品牌壁垒分析

四、2016-2022年行业其他壁垒分析

第三节 2016-2022年行业投资风险分析

一、2016-2022年行业政策风险分析

二、2016-2022年行业技术风险分析

三、2016-2022年行业竞争风险

四、2016-2022年行业其他风险分析

第十二章 2016-2022年中国母婴电商行业发展策略及投资建议

第一节2016-2022年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

第一节2016-2022年中国母婴电商行业发展策略分析

第三节 观研天下行业分析师投资建议

一、2016-2022年中国母婴电商行业投资区域分析

二、2016-2022年中国母婴电商行业投资产品分析

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/239415239415.html>