

2021-2027年中国母婴电商 市场深度分析与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国母婴电商市场深度分析与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/237311.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

母婴行业线上电商交易规模的占比分析看，母婴电商的交易规模占母婴行业总规模的比重持续增加，2014年该规模占比首次超过10%，达到10.99%，至2017年母婴产品电商销售规模占比为24.60%，占比不断增加，受线上销售渠道对需求的引流，线下销售规模占比持续下降。

到2019年间的高速发展期间，淘宝、京东、亚马逊等纷纷经营母婴渠道，综合电商平台成为母婴网购的主要方式;并购整合成为行业主基调，行业集中度有所提升。线上线下全渠道经营的新零售模式将成为头部厂商的发展趋势，为母婴用户提供全方位的综合服务。2019年中国母婴行业线上各渠道市场份额占比

线上与线下的整合，母婴亲子市场的移动化趋势显示，整个行业在找寻新的增长，家庭成员的加入，扩充了整个育儿的产业链宽度和深度，也在新的细分领域上增添了机会，并在产品丰富度上提升、在提供服务的阶段上拉长了家庭育儿对传统产业链的影响和改变。

母婴非标品市场处于竞争蓝海，厂商打造非标品知名品牌的机会有较多2019年中国母婴细分产品增长率及集中度 中企顾问网发布的《2021-2027年中国母婴电商市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国母婴电商行业市场发展环境、母婴电商整体运行态势等，接着分析了中国母婴电商行业市场运行的现状，然后介绍了母婴电商市场竞争格局。随后，报告对母婴电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国母婴电商行业发展趋势与投资预测。您若想对母婴电商产业有个系统的了解或者想投资中国母婴电商行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 母婴电商所属行业分析概述

1.1 母婴电商行业报告研究范围

1.1.1 母婴电商行业专业名词解释

1.1.2 母婴电商行业研究范围界定

1.1.3 母婴电商行业分析框架简介

1.1.4 母婴电商行业分析工具介绍

1.2 母婴电商行业统计标准介绍

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 行业研究机构介绍

1.2.3 行业主要统计方法介绍

1.2.4 行业涵盖数据种类介绍

1.3 母婴电商行业市场概述

1.3.1 行业定义

1.3.2 行业主要产品分类

1.3.3 行业关键成功要素

1.3.4 行业价值链分析

1.3.5 行业市场规模分析及预测

第二章 2019年中国母婴电商所属行业发展环境分析

2.1 中国母婴电商行业经济发展环境分析

2.1.1 中国GDP增长情况分析

2.1.2 工业经济发展形势分析

2.1.3 全社会固定资产投资分析

2.1.4 城乡居民收入与消费分析

2.1.5 社会消费品零售总额分析

2.1.6 对外贸易的发展形势分析

2.2 中国母婴电商行业政策环境分析

2.2.1 行业监管部门及管理体制

2.2.2 产业相关政策分析

2.2.3 上下游产业政策影响

2.2.4 进出口政策影响分析

2.3 中国母婴电商行业技术环境分析

2.3.1 行业技术发展概况

2.3.2 行业技术水平分析

2.3.3 行业技术特点分析

2.3.4 行业技术动态分析

第三章 中国母婴电商所属行业运行现状分析

3.1 中国母婴电商行业发展状况分析

3.1.1 中国母婴电商行业发展阶段

3.1.2 中国母婴电商行业发展总体概况

3.1.3 中国母婴电商行业发展特点分析

3.2 2014-2019年母婴电商行业发展现状

3.2.1 中国母婴电商行业市场规模

3.2.2 中国母婴电商行业发展分析

中国母婴行业萌芽于20世纪90年代，随着产业的逐步发展以及线上电商的发展，进入2000年线上母婴类社区、门户开始涌现，2010年综合电商开始拓展母婴频道、成为主要电商渠道，随后一些垂直母婴类电商如蜜芽网、贝贝网开始上线。2019Q1主要母婴电商类APP月均活跃用户数（万人）

3.2.3 中国母婴电商企业发展分析

第四章 中国母婴电商所属行业市场供需指标分析

4.1 中国母婴电商行业供给分析

4.1.1 2014-2019年中国母婴电商企业数量结构

4.1.2 2014-2019年中国母婴电商行业供给分析

4.1.3 中国母婴电商行业区域供给分析

4.2 2014-2019年中国母婴电商行业需求情况

4.2.1 中国母婴电商行业需求市场

4.2.2 中国母婴电商行业客户结构

4.2.3 中国母婴电商行业需求的地区差异

4.3 中国母婴电商市场应用及需求预测

4.3.1 中国母婴电商应用市场总体需求分析

（1）中国母婴电商应用市场需求特征

（2）中国母婴电商应用市场需求总规模

4.3.2 2021-2027中国年母婴电商行业领域需求量预测

（1）2021-2027年中国母婴电商行业领域需求产品/服务功能预测

（2）2021-2027年中国母婴电商行业领域需求产品/服务市场格局预测

第五章 中国母婴电商行业产业链指标分析

5.1 母婴电商行业产业链概述

5.1.1 产业链定义

5.1.2 母婴电商行业产业链

5.2 中国母婴电商行业主要上游产业发展分析

5.2.1 上游产业发展现状

5.2.2 上游产业供给分析

5.2.3 上游供给价格分析

5.2.4 主要供给企业分析

5.3 中国母婴电商行业主要下游产业发展分析

5.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

5.3.2 下游（应用行业）产业发展前景

5.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

5.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第六章 2014-2019年中国母婴电商所属行业经济指标分析

6.1 2014-2019年中国母婴电商行业资产负债状况分析

6.1.1 2014-2019年中国母婴电商行业总资产状况分析

6.1.2 2014-2019年中国母婴电商行业应收账款状况分析

6.1.3 2014-2019年中国母婴电商行业流动资产状况分析

6.1.4 2014-2019年中国母婴电商行业负债状况分析

6.2 2014-2019年中国母婴电商行业销售及利润分析

6.2.1 2014-2019年中国母婴电商行业销售收入分析

6.2.2 2014-2019年中国母婴电商行业产品销售税金情况

6.2.3 2014-2019年中国母婴电商行业利润增长情况

6.2.4 2014-2019年中国母婴电商行业亏损情况

6.3 2014-2019年中国母婴电商行业成本费用结构分析

6.3.1 2014-2019年中国母婴电商行业销售成本情况

6.3.2 2014-2019年中国母婴电商行业销售费用情况

6.3.3 2014-2019年中国母婴电商行业管理费用情况

6.3.4 2014-2019年中国母婴电商行业财务费用情况

6.4 2014-2019年中国母婴电商行业盈利能力总体评价

6.4.1 2014-2019年中国母婴电商行业毛利率

6.4.2 2014-2019年中国母婴电商行业资产利润率

6.4.3 2014-2019年中国母婴电商行业销售利润率

6.4.4 2014-2019年中国母婴电商行业成本费用利润率

第七章 2014-2019年中国母婴电商所属行业进出口指标分析

7.1 中国母婴电商行业进出口市场分析

7.1.1 中国母婴电商行业进出口综述

- (1) 中国母婴电商进出口的特点分析
- (2) 中国母婴电商进出口地区分布状况
- (3) 中国母婴电商进出口的贸易方式及经营企业分析
- (4) 中国母婴电商进出口政策与国际化经营

7.1.2 中国母婴电商行业出口市场分析

- (1) 2014-2019年行业出口整体情况
- (2) 2014-2019年行业出口总额分析
- (3) 2014-2019年行业出口结构分析

7.1.3 中国母婴电商行业进口市场分析

- (1) 2014-2019年行业进口整体情况
- (2) 2014-2019年行业进口总额分析
- (3) 2014-2019年行业进口结构分析

7.2 中国母婴电商进出口面临的挑战及对策

7.2.1 中国母婴电商进出口面临的挑战及对策

- (1) 母婴电商进出口面临的挑战
- (2) 母婴电商进出口策略分析

7.2.2 中国母婴电商行业进出口前景及建议

- (1) 母婴电商进口前景及建议
- (2) 母婴电商出口前景及建议

第八章 中国母婴电商所属行业区域市场指标分析

8.1 行业总体区域结构特征及变化

8.1.1 行业区域结构总体特征

8.1.2 行业区域集中度分析

8.1.3 行业规模指标区域分布分析

8.1.4 行业企业数的区域分布分析

8.2 母婴电商区域市场分析

- 8.2.1 东北地区母婴电商市场分析
- 8.2.2 华北地区母婴电商市场分析
- 8.2.3 华东地区母婴电商市场分析
- 8.2.4 华南地区母婴电商市场分析
- 8.2.5 华中地区母婴电商市场分析
- 8.2.6 西南地区母婴电商市场分析
- 8.2.7 西北地区母婴电商市场分析

第九章 中国母婴电商行业领先企业竞争指标分析

9.1我国母婴电商企业发展现状

9.2杭州贝购科技有限公司

9.2.1企业简介

9.2.2企业经营状况

9.2.3企业业务结构

9.2.4企业销售渠道

9.2.5企业商业模式

9.2.6优劣势分析

9.2.7投融资情况分析

9.2.8最新发展动态

9.3蜜芽宝贝(北京)网络科技有限公司

9.3.1企业简介

9.3.2企业经营状况

9.3.3企业业务结构

9.3.4企业销售渠道

9.3.5企业商业模式

9.3.6优劣势分析

9.3.7投融资情况分析

9.3.8最新发展动态

9.4母婴之家(杭州)健康管理有限公司

9.4.1企业简介

9.4.2企业经营状况

9.4.3企业业务结构

9.4.4企业销售渠道

9.4.5企业商业模式

9.4.6优劣势分析

9.4.7投融资情况分析

9.4.8最新发展动态

9.5北京麦乐购科技有限公司

9.5.1企业简介

9.5.2企业经营状况

9.5.3企业业务结构

9.5.4企业销售渠道

9.5.5企业商业模式

9.5.6优劣势分析

9.5.7投融资情况分析

9.5.8最新发展动态

9.6北京市亲亲宝贝科技管理有限公司

9.6.1企业简介

9.6.2企业经营状况

9.6.3企业业务结构

9.6.4企业销售渠道

9.6.5企业商业模式

9.6.6优劣势分析

9.6.7投融资情况分析

9.6.8最新发展动态

9.7杭州辣妈汇电子商务有限公司

9.7.1企业简介

9.7.2企业经营状况

9.7.3企业业务结构

9.7.4企业销售渠道

9.7.5企业商业模式

9.7.6优劣势分析

9.7.7投融资情况分析

9.7.8最新发展动态

9.8北京红孩子互联科技有限公司

9.8.1企业简介

9.8.2企业经营状况

9.8.3企业业务结构

9.8.4企业销售渠道

9.8.5企业商业模式

9.8.6优劣势分析

9.8.7投融资情况分析

9.8.8最新发展动态

第十章 2021-2027年中国母婴电商行业投资与发展前景分析

10.1 母婴电商行业投资特性分析

10.1.1 母婴电商行业进入壁垒分析

10.1.2 母婴电商行业盈利模式分析

10.1.3 母婴电商行业盈利因素分析

10.2 中国母婴电商行业投资机会分析

10.2.1 产业链投资机会

10.2.2 重点区域投资机会

10.3 2021-2027年中国母婴电商行业发展预测分析

10.3.1 未来中国母婴电商行业发展趋势分析

10.3.2 未来中国母婴电商行业发展前景展望

10.3.3 未来中国母婴电商行业技术开发方向

10.3.4 中国母婴电商行业“十三五”预测

第十一章 2021-2027年中国母婴电商行业运行指标预测

11.1 2021-2027年中国母婴电商行业整体规模预测

11.1.1 2021-2027年中国母婴电商行业企业数量预测

11.1.2 2021-2027年中国母婴电商行业市场规模预测

11.2 2021-2027年中国母婴电商行业市场供需预测

11.2.1 2021-2027年中国母婴电商行业供给规模预测

11.2.2 2021-2027年中国母婴电商行业需求规模预测

11.3 2021-2027年中国母婴电商行业区域市场预测

- 11.3.1 2021-2027年中国母婴电商行业区域集中度趋势预测
- 11.3.2 2021-2027年中国母婴电商行业重点区域需求规模预测
- 11.4 2021-2027年中国母婴电商行业进出口预测
 - 11.4.1 2021-2027年中国母婴电商行业进口规模预测
 - 11.4.2 2021-2027年中国母婴电商行业出口规模预测

第十二章 2021-2027年中国母婴电商行业投资风险预警

- 12.1 2021-2027年影响母婴电商行业发展的主要因素
 - 12.1.1 2021-2027年影响母婴电商行业运行的有利因素
 - 12.1.2 2021-2027年影响母婴电商行业运行的稳定因素
 - 12.1.3 2021-2027年影响母婴电商行业运行的不利因素
 - 12.1.4 2021-2027年我国母婴电商行业发展面临的挑战
 - 12.1.5 2021-2027年我国母婴电商行业发展面临的机遇
- 12.2 2021-2027年母婴电商行业投资风险预警
 - 12.2.1 2021-2027年母婴电商行业市场风险预测
 - 12.2.2 2021-2027年母婴电商行业政策风险预测
 - 12.2.3 2021-2027年母婴电商行业经营风险预测
 - 12.2.4 2021-2027年母婴电商行业技术风险预测
 - 12.2.5 2021-2027年母婴电商行业竞争风险预测

第十三章 2021-2027年中国母婴电商行业投资发展策略

- 13.1 母婴电商行业发展策略分析
 - 13.1.1 坚持产品创新的领先战略
 - 13.1.2 坚持品牌建设的引导战略
 - 13.1.3 坚持工艺技术创新的支持战略
 - 13.1.4 坚持市场营销创新的决胜战略
 - 13.1.5 坚持企业管理创新的保证战略
- 13.2 母婴电商行业营销策略分析及建议
 - 13.2.1 母婴电商行业营销模式
 - 13.2.2 母婴电商行业营销策略
- 13.3 母婴电商行业应对策略
 - 13.3.1 把握国家投资的契机

13.3.2 竞争性战略联盟的实施

13.3.3 企业自身应对策略

图表目录：

图表：母婴电商产业链分析

图表：母婴电商行业生命周期

图表：2014-2019年中国母婴电商行业市场规模

图表：2014-2019年中国母婴电商行业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售情况分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业利润情况分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业资产情况分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业竞争力分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售成本分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售费用分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业管理费用分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业财务费用分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售及利润分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售毛利率分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业销售利润率分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业成本费用利润率分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业总资产利润率分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业资产分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业负债分析

图表：2014-2019年中国母婴电商行业偿债能力分析

图表：2014-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014-2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2014-2019年中国母婴电商进口数据

图表：2014-2019年中国母婴电商出口数据

图表：2021-2027年中国母婴电商行业市场规模预测

图表：2021-2027年中国母婴电商行业供给规模预测

图表：2021-2027年中国母婴电商行业需求规模预测

图表：2021-2027年中国母婴电商行业进口规模预测

图表：2021-2027年中国母婴电商行业出口规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237311.html>