

中国互联网母婴市场年度综合分析2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析说明



分析背景

- 中国母婴市场高速发展，在二胎政策正式实施，年轻家庭育儿消费升级等宏观背景下，厂商正在围绕用户需求，积极进行跨界融合发展、内容创新、渠道拓展及自主品牌研发等。厂商正在积极打造自身竞争壁垒，持续完善优化产品服务，在新周期、新环境下，头部厂商已经从母婴经济迈向家庭经济，继而突破母婴市场天花板。



分析定义及范畴

- 母婴是跨行业、跨部门的综合产业群，主要满足孕产妇及0~12岁阶段婴童用户的衣、食、住、行、用、娱、乐等需求形成的一个消费产业体系。
- 本分析将针对中国互联网母婴市场的发展现状、未来发展趋势、用户画像、典型厂商进行分析。
- 本分析涉及的分析主体为：中国互联网母婴市场产品、用户及企业。
- 本分析的国家或区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



干帆说明

- 干帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 干帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 干帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

O

N E



互联网母婴行业背景 及现状分析



互联网母婴产品用户 洞察



互联网母婴厂商分析



互联网母婴发展趋势 分析

PART 1



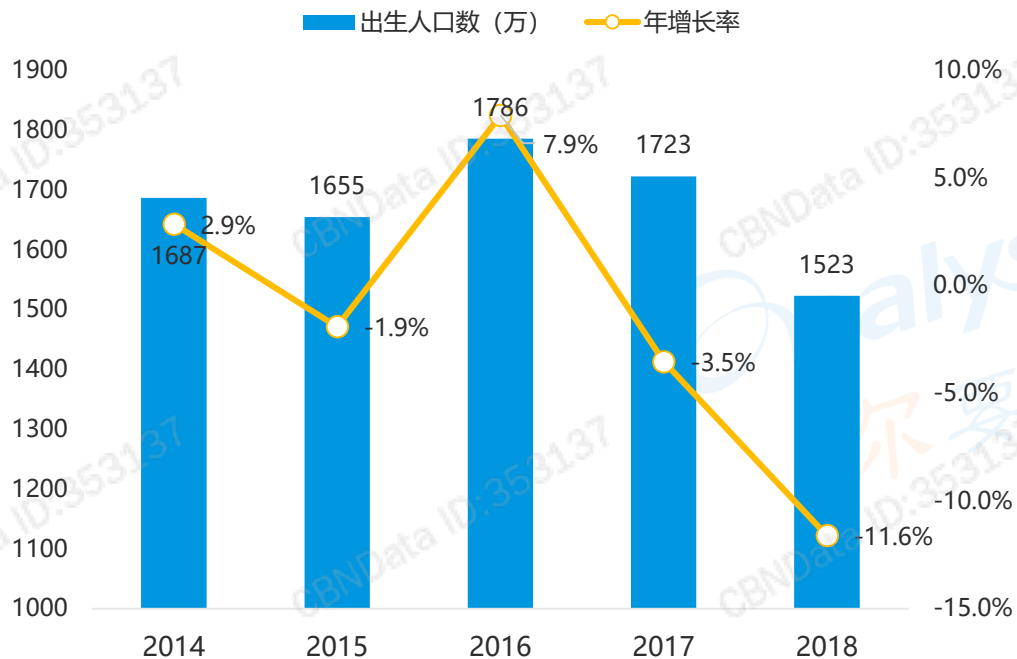
互联网母婴行业背景及现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2018年中国出生人口数量1523万，环比减少11.6%，二胎政策后集中释放效应变弱，出生人口数出现回落，有利生育的政策正在陆续出台

2014-2018年我国出生人口数变化



育儿相关政策导向分析

保育工作制度全面开展

为提高国民的生育意愿，在国家政策方面将会建立宽松的儿童保育工作制度，全面开放生育，降低国民的法定结婚年龄等。

保障育儿资源

完善教育和医疗的保障体系，将幼儿园纳入免费的义务教育，建设更多的母婴室等

改善育儿群体工作环境

合理优化育儿群体的工作环境，如提供生育津贴，减免育儿家庭的个人所得税，延长产假、陪产假等。

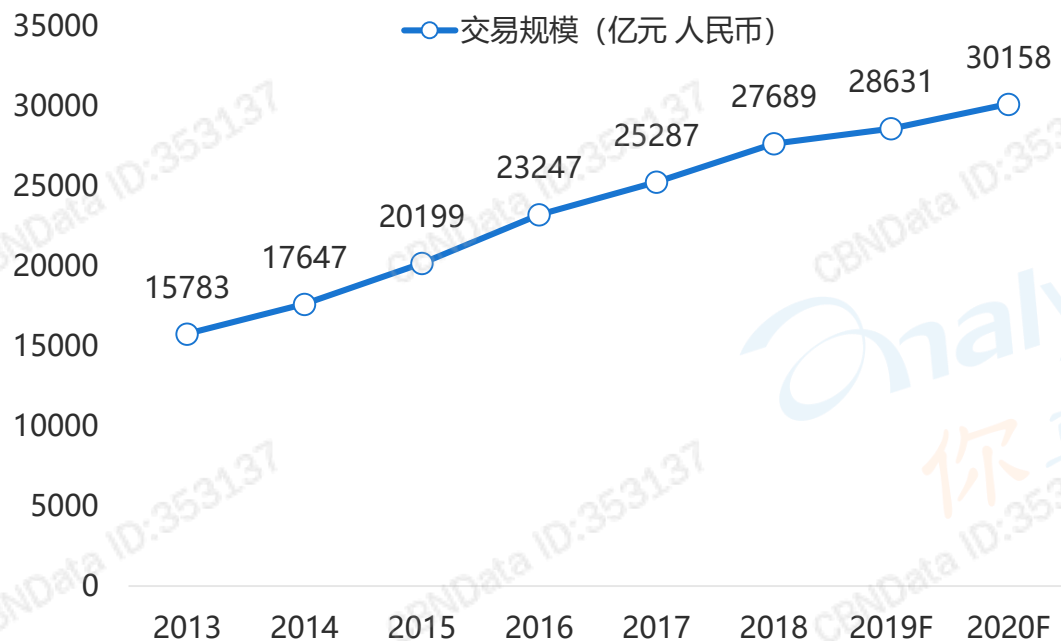
© Analysys 易观

www.analysys.cn

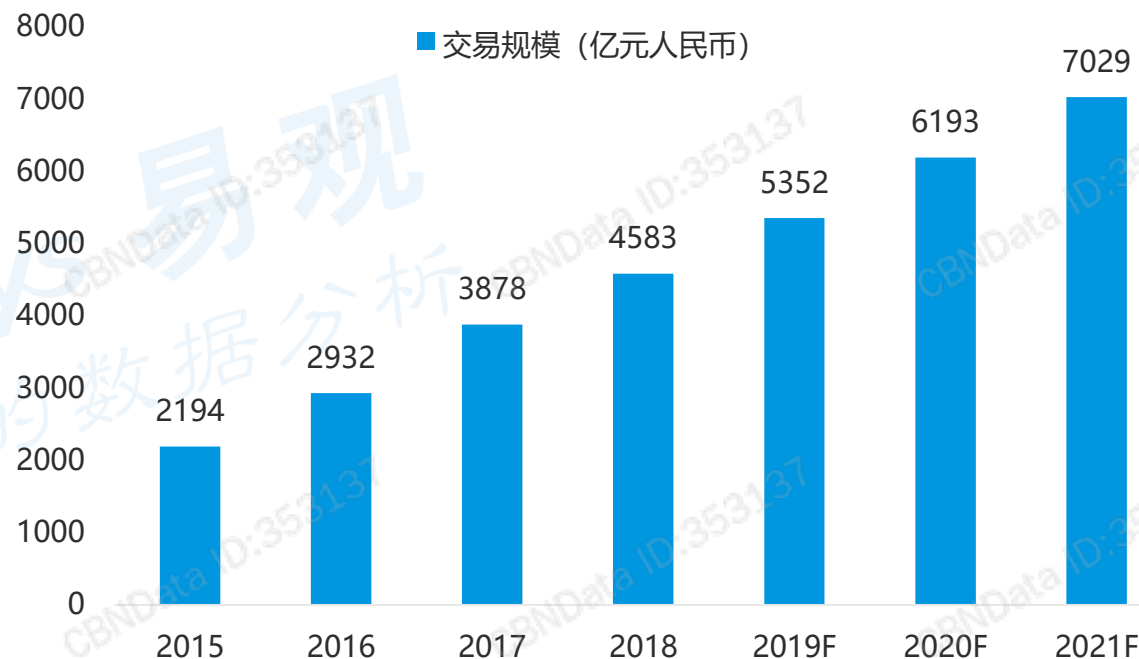
- 2018年全年出生人口1523万人，环比减少11.6%，比2017年少出生200万人。全面两孩政策在2016年、2017年集中释放，2018年政策集中释放效应变弱，出生人口数出现回落。目前，有利生育的相关的政策正在陆续出台。未来经济条件较强的二孩家庭将成为母婴市场的消费主力。

2018年中国母婴市场规模已达2.77万亿，预计2020年将超3万亿，而母婴网络零售规模于2021年突破7千亿人民币

2013-2020年中国母婴行业市场规模



2015-2021年中国母婴商品网络零售规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 母婴产业是从人群年龄角度划分出的一个跨行业、跨部门的综合产业群，随着居民生活水平的提高，育儿成本逐年上升，无论是母婴市场整体规模还是网络零售规模都保持稳定的增长态势。2018年中国母婴市场规模已达2.77万亿，预计2020年将超3万亿。2018年母婴网络零售规模约4582.6亿元，预计将于2021年突破7千亿人民币。

互联网母婴市场产业图谱



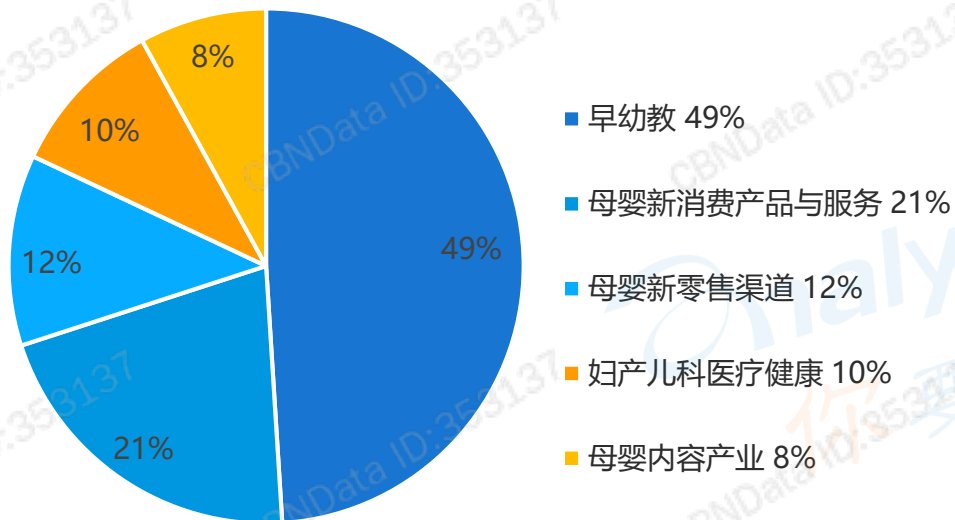
©Analysys 易观

www.analysys.cn

注：产业图谱中的厂商排名不分先后

2018年母婴行业获融资236起，母婴社区、亲子工具领域寡头趋势初显，早幼教行业倍受追捧，行业服务继续分化

2018年母婴行业投融资情况



数据来源：母婴行业观察·易观整理

母婴行业服务分化跃迁过程

服务分化

服务的模式开始根据用户群体差异而分化

全面消费升级

母婴领域进入全面消费升级，专业化的服务，极致的体验，优质平价的商品成为大势所趋。

部分细分领域趋于成熟

2018年，互联网母婴行业亲子工具、母婴社区等细分领域日趋成熟，寡头趋势初显。母婴用户群体开始要求更加专业和细分的服务。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17085

