



中国孕妇保健品消费趋势 及机会洞察

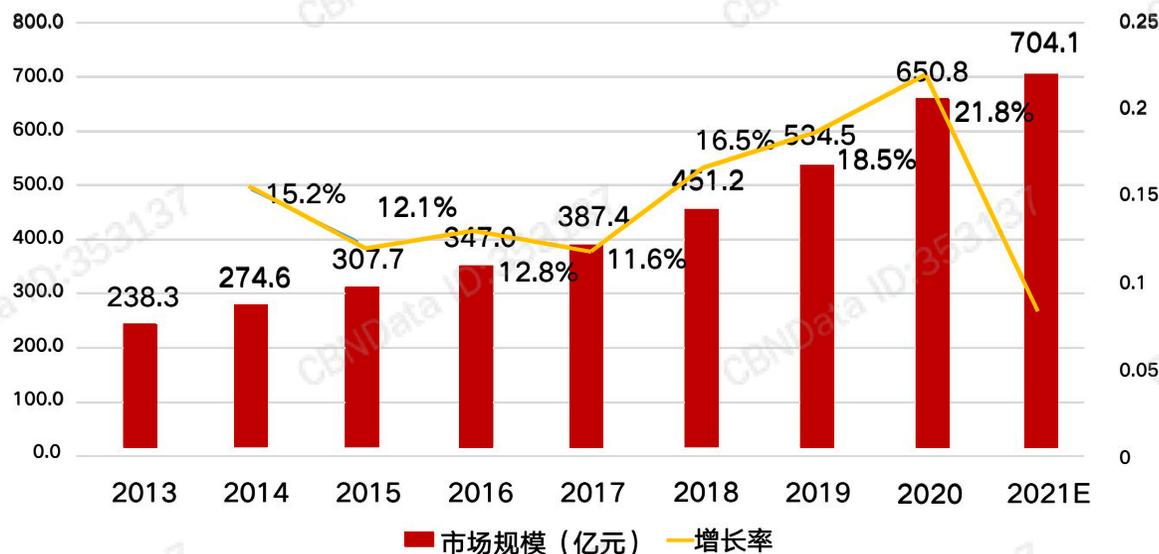
伟大航路
2021.11月

你的企业需要的不仅仅是一个伟大的战略。
你需要一个懂得如何将策略转化为保证结果的合伙人。
这是有效的策略



2013-2021年中国孕妇保健品增速放缓

由于国家二孩政策开放，新生代妈妈群体消费观念及消费行为的转变，孕婴产业呈现出高端、品质发展态势，而孕妇保健品作为孕婴产业的细分领域之一，其市场发展也逐渐加速。数据显示，2020年中国孕妇保健品市场规模已超过600亿元，同比增长21.8%，预计2026年孕妇保健品市场规模将突破700亿元。



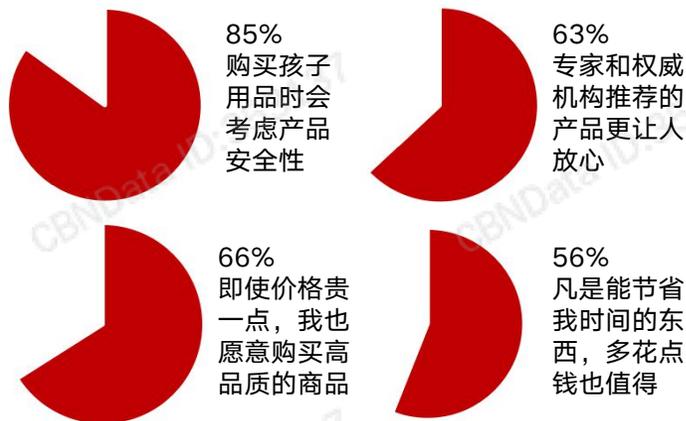
中国孕妇保健市场规模保持稳定增长

- ✓ 中国孕妇保健市场九年持续稳定增长；
- ✓ 未来中国孕妇保健市场将保持稳定增速，2021年孕妇保健品市场规模已突破 **700亿元**

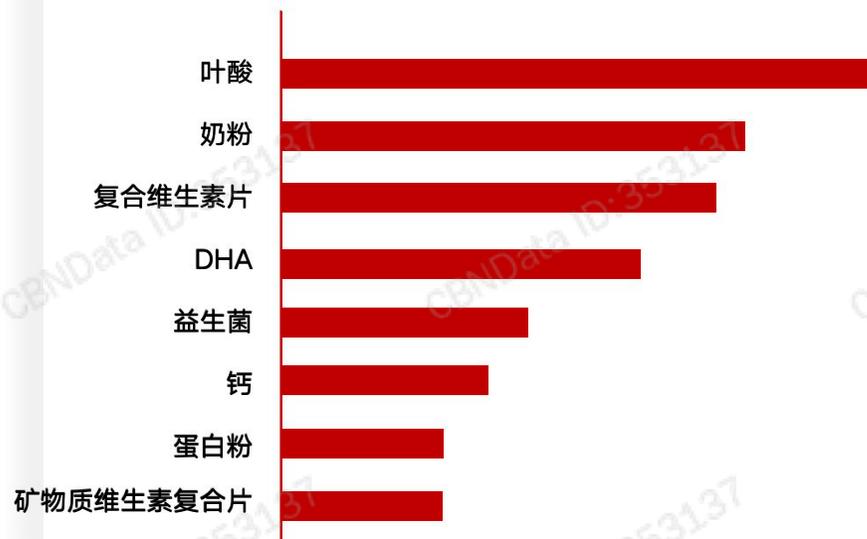
新一代妈妈优生优育的理念更强，对于孕期的健康和保健十分重视。

孕妇群体保健品渗透率高达90%，母婴店有天然消费者基础。根据CTR数据，近90%的孕妇在孕期都会食用定量的保健食品来进行身体调节和营养补充。且在购买时更注重安全性、倾向于权威机构推荐，并愿意支付高价格换取高品质和便捷度。母婴店作为孕妇妈妈的一站式购物场所，优势在提供全方位的咨询及服务，且在女性孕期到婴儿成长至青少年时段，有近十年的长期消费粘性，在复合维生素、益生菌、钙等孕妇或婴幼儿健康相关的保健品品类有天然消费者基础。并且不同于药店有严格的批文限制，一些无法进入药店的产品可以通过母婴店进入线下渠道销售。

母婴人群购物时更偏好安全、专业



母婴消费者主要品类渗透率 (%)

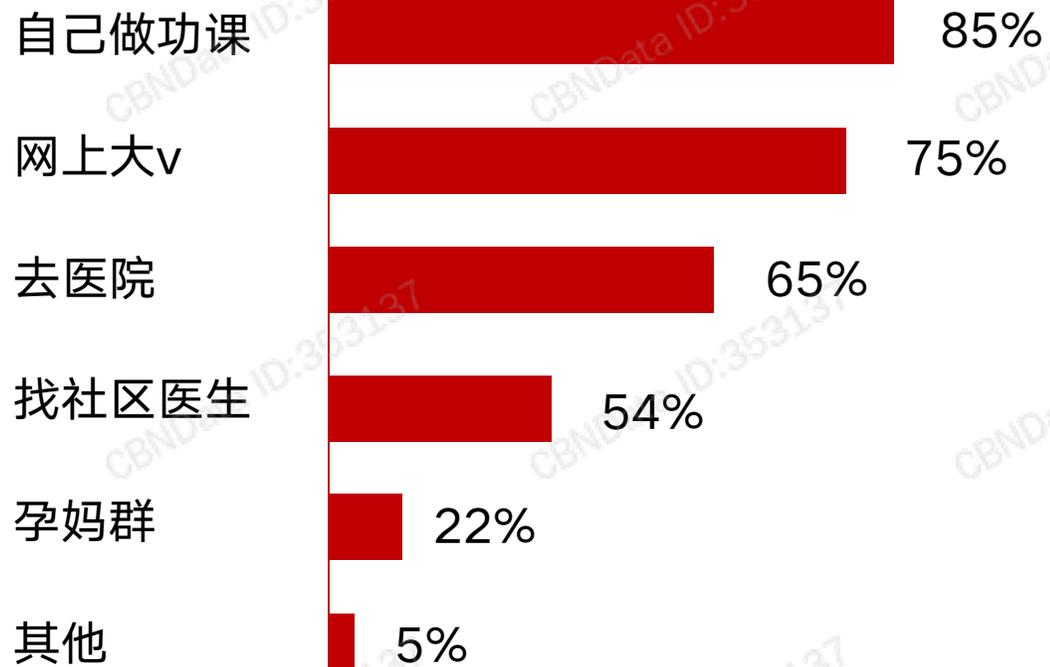
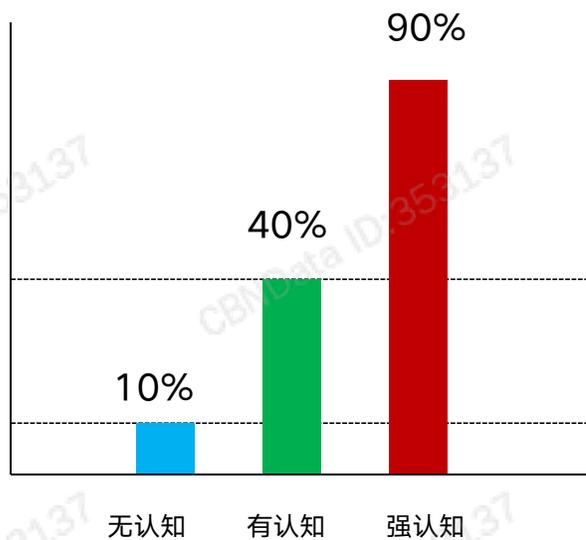


孕期妈妈对保健品有很强认知，并且通过网络渠道学习相关知识

90%以上孕妇有食用孕妇保健品意识

大多数孕妇会针对自身情况选择上网搜索及咨询医生

■ 无认知 ■ 有认知 ■ 强认知



疫情后消费者趋势 - 健康意识的加强与变化

90%以上孕妇有食用孕妇保健品意识

78%

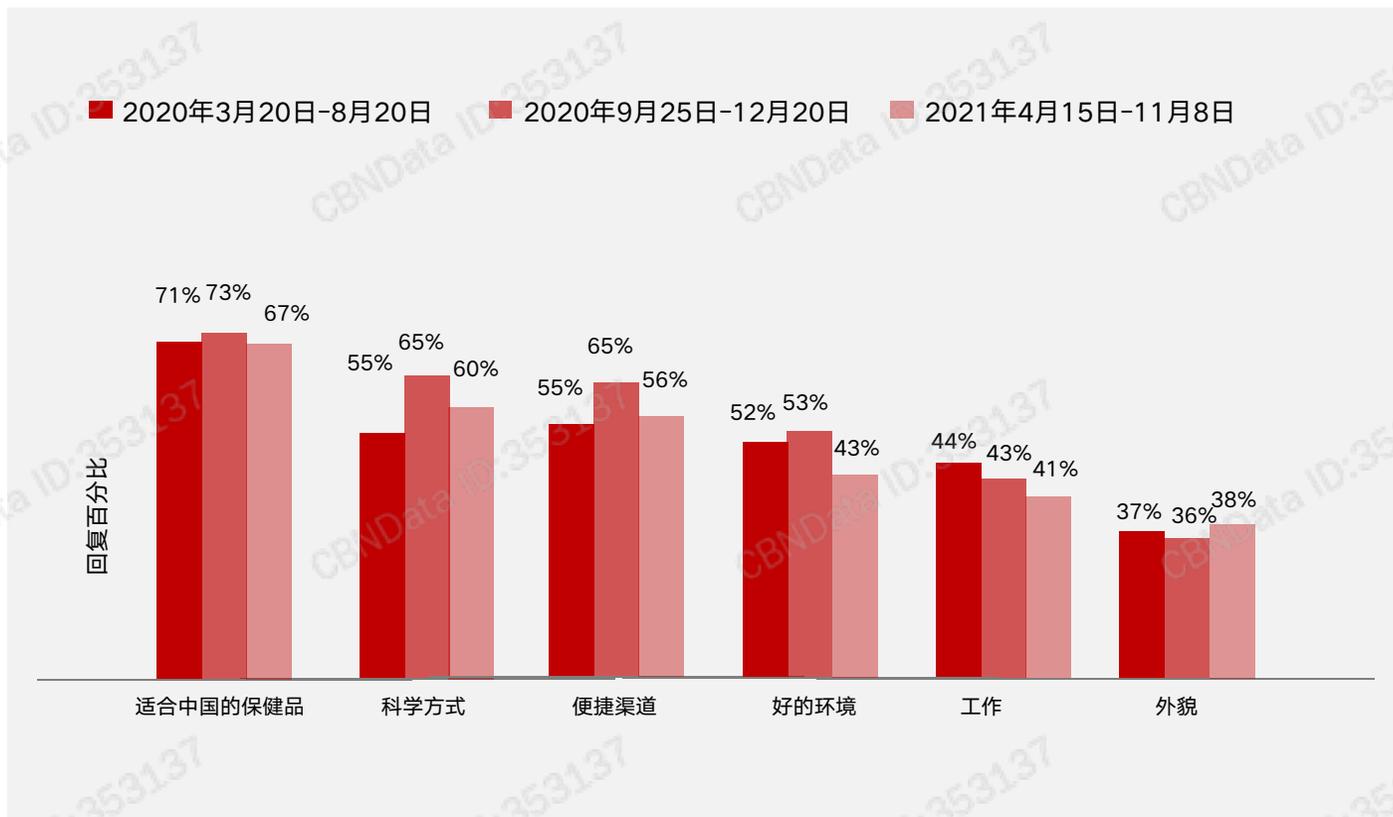
孕期妈妈希望可以购买质量更好，更适合中国群体的孕期保健品

64%

孕期妈妈希望通过科学的方式让自己的身体与宝宝的身体健康补充足够的营养

52%

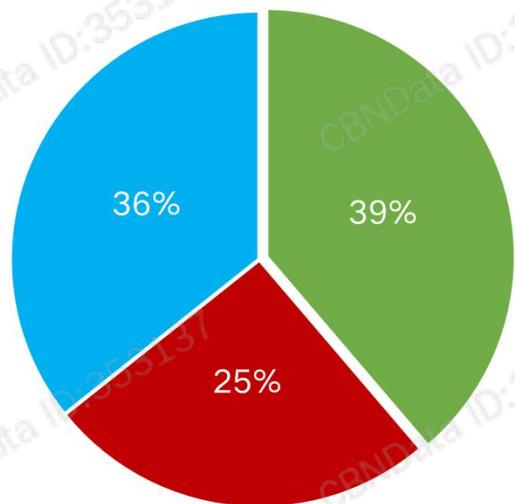
孕期妈妈希望有更多方便且正规的购买渠道，可以放心购买孕妇专用的保健品



孕期妈妈重点关注营养四宝

图表标题

叶酸、钙、铁均衡分布 (%)



■ 叶酸 ■ 钙 ■ 铁

叶酸、钙、铁是孕妇消费者三大重点补充营养

DHA

钙片

黄金素

益生菌

孕妇消费者对于保健品的功效关注更多集中在宝宝智力、视力、宝妈身体营养等基础功效上

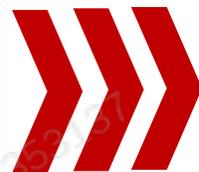
大多数的孕妈没有时间锻炼，想通过保健品恢复身体

DHA

钙片

黄金素

益生菌



增强抵抗力

补铁、补血

缓解腰痛/腿痛

宝宝智力健康

宝宝视力健康

宝宝大脑发育

缓解骨质疏松，提高睡眠质量

宝宝骨骼发育

改善孕妇产后抑郁

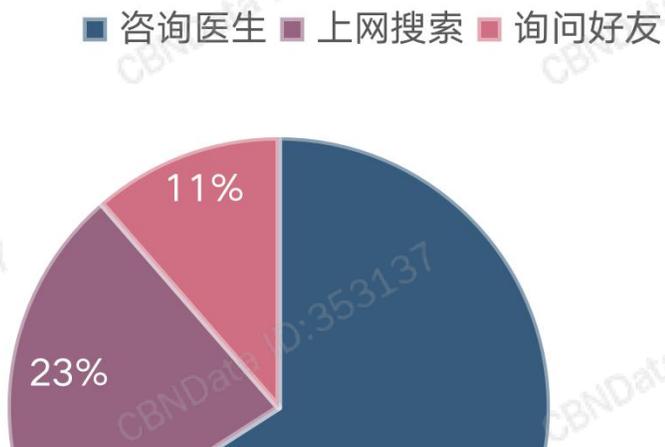
孕妇骨骼发育

调理肠道

母乳质量

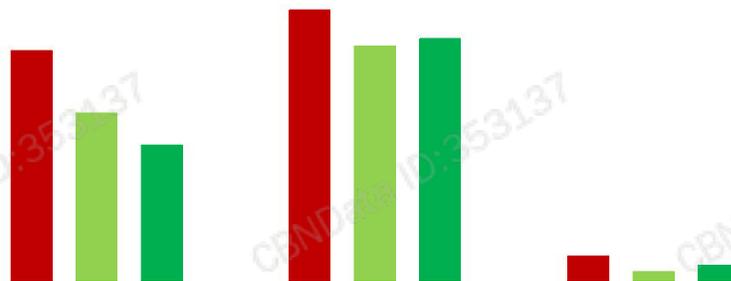
大多数孕妇对孕期保健品食用方法及周期没有认知，并希望获得专家的帮助

有47%的女性在怀孕期间身体不适，希望获得专家在食用方向与方法上的指导



大多数孕妇对孕期保健品食用方法及周期没有认知

■ 时间 ■ 周期 ■ 食用方式



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_30139

