

中国线上母婴市场发展白皮书

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

母婴行业发展概况

2

母婴网购市场发展现状

3

母婴网购用户行为及属性

4

典型企业案例解析

5

线上母婴市场未来发展趋势

孕婴童市场定义及介绍

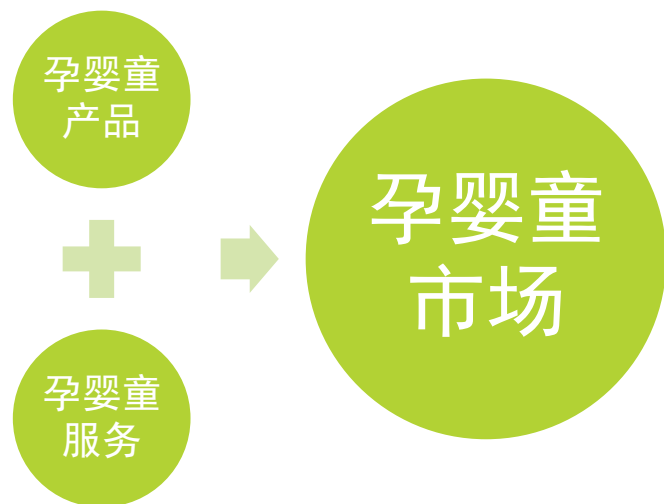
孕婴童市场含产品服务两类，主要覆盖孕产妇及0-12岁婴童

孕婴童市场是指以0-12岁的婴幼儿与儿童为需求主体，包括从父母（孕妇）的怀孕及生产、养育、教育等三个阶段所有需求的产品及服务的市场总和。其中，婴童食品、婴童服装、婴童玩具、婴童日用品以及婴童服务以及孕妇用品构成了孕婴童市场的主要部分。

孕婴童市场由商品制造、商品零售、医疗卫生、教育服务等11个大行业，50多个子行业组成。从产品形态上来看，孕婴童市场可以分为孕婴童产品和孕婴童服务两个大类，**其中孕婴童产品是指针对孕产妇以及各个年龄段的婴童（如0-3岁，0-6岁，0-12岁等阶段）在衣、食、住、行、教、娱、等各个需求方面的产业；孕婴童服务包括教育、医疗、娱乐等服务产业。**

衣：服装/服饰，如孕妇服、婴儿服、童装等；
食：孕妇营养品、奶粉、辅食等；
住：婴儿床、婴儿床上用品、婴儿用品等等；
行：婴儿车、童车、安全座椅等；
教：早教、幼儿教育相关产品等；
娱：婴幼儿玩具等。

教育服务；
医疗服务；
娱乐服务……等

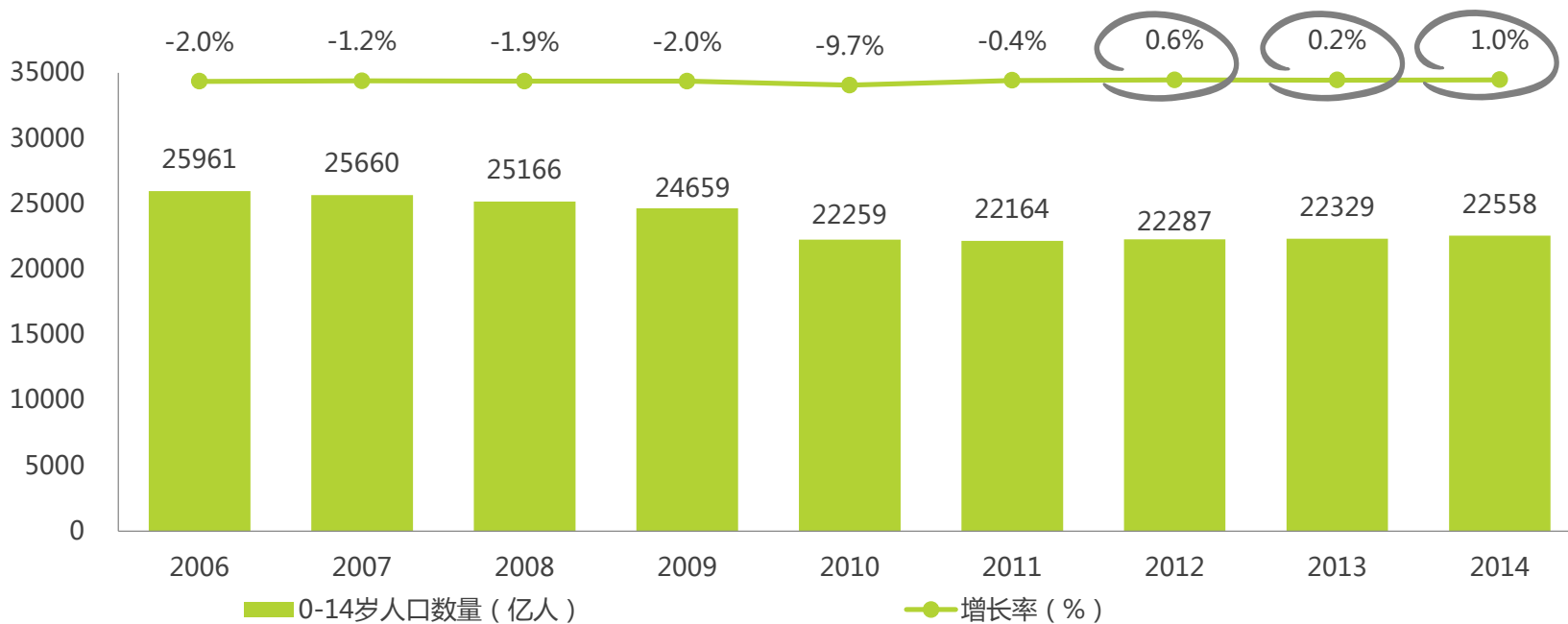


孕婴童市场人口基数

婴童人口呈正增长趋势，市场空间变大

随着数量庞大的80后和90后进入婚育高峰期，中国开始进入第四次婴儿潮。同时，中国0-14岁人口数量从2012年开始，增长由负转正，且预计未来几年之内将维持正增长发展。

2006-2014年中国0-14岁人口数量及增长率



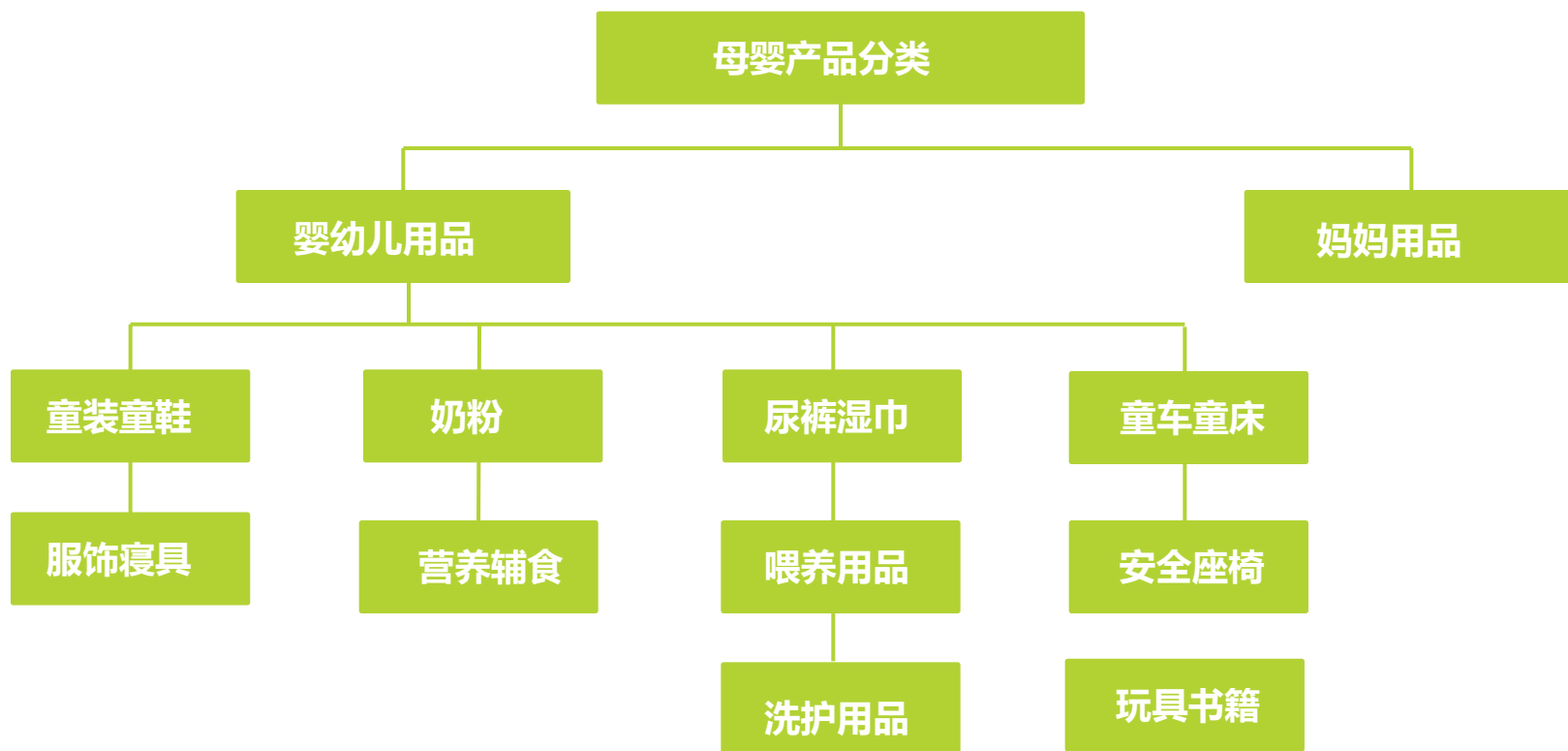
来源：国家统计局。

中国母婴行业产品分类

本报告中母婴行业定义为母婴用品及婴儿用品

母婴行业与孕婴童行业最大的区别在于年龄层次和消费主体。孕婴童行业是以0-12岁的婴幼儿与儿童为需求主体；母婴行业指孕妇和婴童（从孕期到6岁，特别是3岁以下）消费相关的衣食住行等消费品的总和。

本报告定义的母婴行业是指妈妈用品及婴幼儿用品。主要涵盖妈妈用品、奶粉、营养辅食、尿裤湿巾、喂养用品、洗护用品、童车童床、安全座椅、玩具书籍、童装童鞋和服饰寝具等等十一个类别。



注释：本报告所研究的母婴行业，只包含母婴零售实体产品，不包含教育、摄影等服务性产品。

中国母婴行业渠道分析

线下渠道与线上渠道并存，线上渠道多元化

母婴行业零售渠道是指在母婴行业品牌商/生产商将母婴产品向消费者进行售卖的渠道。经过母婴行业的多年发展，线上渠道和线下渠道两类渠道都各自发展成为较为丰富的渠道形态。



线上渠道发展短暂，但形态丰富。

线上渠道

线下渠道

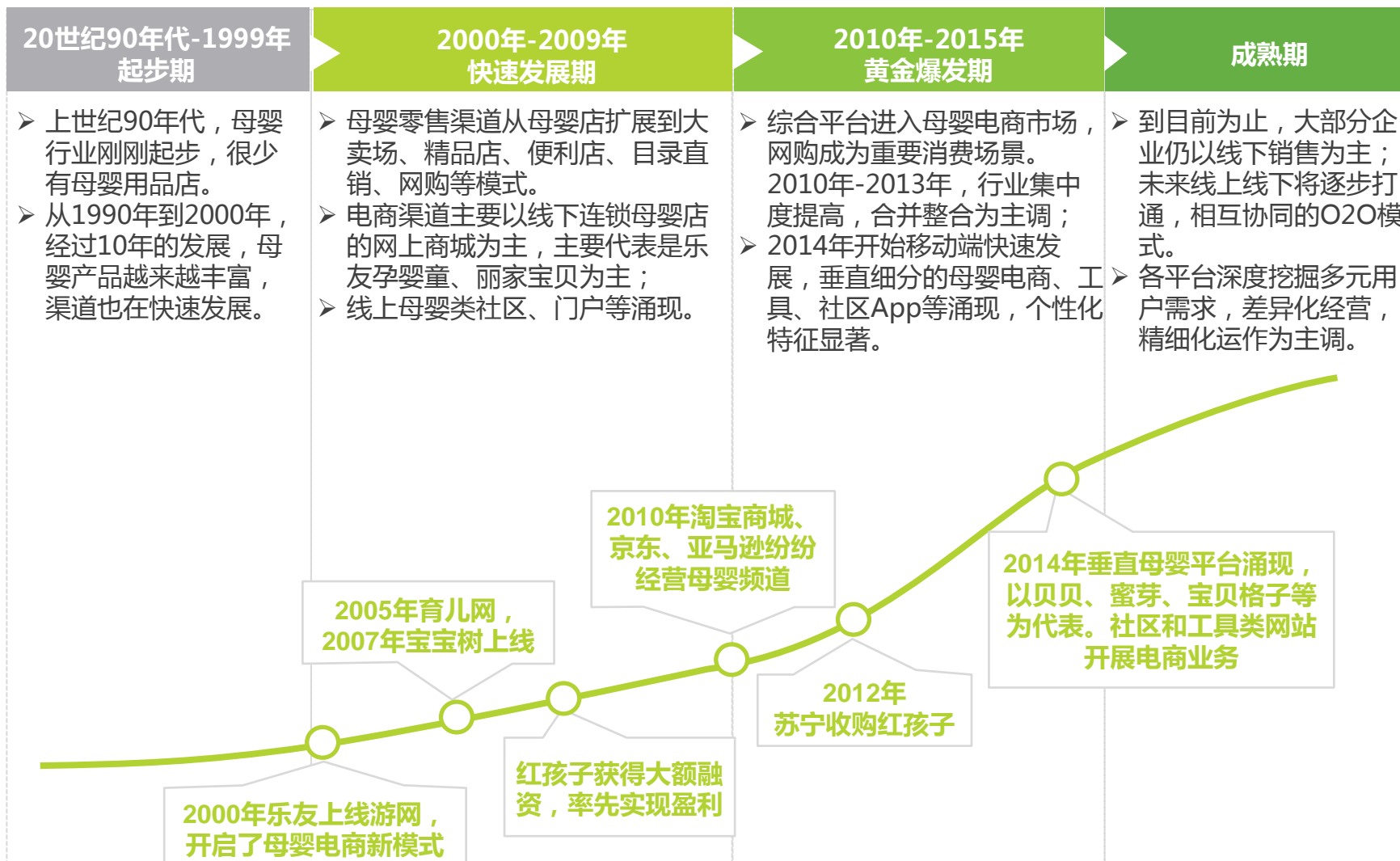
线下渠道发展时间较长，多种渠道并存。



注释：企业为举例示意，垂直电商企业名称展示顺序以名称首字拼音排序排列，不代表任何排名。

中国母婴行业发展历程

从母婴店为主，到专卖店、卖场、便利店、网购多模式并存



中国母婴线上平台产业链

母婴线上平台是指为备孕、怀孕以及0-6岁左右的婴童父母提供包括育儿知识资讯及咨询、育儿经验分享及交流、婴幼儿教育产品及服务、母婴产品售卖等母婴类生活服务的在线平台。电商平台，可分为综合电商的母婴频道、品牌自建平台、和垂直母婴电商平台。母婴社区、孕婴工具类平台，以媒体和社区业务形态为基础，提供孕婴童知识资讯问答、互动交流平台、记录工具等，并在此基础上发展电商业务、早教业务等，以宣传推广和电商收入为收入来源。

支付支持和物流支持



电商平台

综合电商的母婴频道



品牌自建电商平台



垂直母婴电商平台

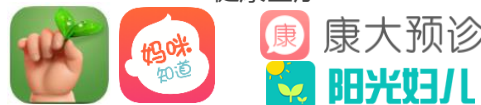


综合服务

早教中心



健康医疗



在线金融



生
产
商

消
费
者

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_21654

