

2017-2022年中国母婴网购 行业发展现状及前景战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国母婴网购行业发展现状及前景战略咨询报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/J68941V98N.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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。

母婴电商行业的品类多种多样，近两年来的占比情况变化不太大。但是随着母婴电商的高速发展，各类商品的销售有出现分散化趋势，偏长尾的品类占比逐渐有所提升，如童车童床、营养辅食、洗护日化、洗护用具等，作为非标品代表的童装童鞋更是稳居占比第一的位置，2015年达到了25.4%。而标品婴幼儿奶粉在此趋势下，2015年的增速下滑至34.7%，占比也由2014年的16.2%下降至11.0%。

母婴网购品类构成

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国母婴网购行业发展现状及前景战略咨询报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 母婴网购行业概述

第一节、母婴网购行业定义及范围界定

1、行业定义

2、母婴网购行业分析报告范围界定

第二节、报告摘要及分析结果

第二章 母婴网购行业运行环境分析

第一节、全球及中国经济、贸易环境对母婴网购行业影响分析

1、母婴网购行业国内外政策、法律、法规分析及影响

2、社会及人口环境对母婴网购行业影响分析

第二节、母婴网购行业技术/服务环境分析

1、技术/服务现状分析

2、技术/服务发展趋势及预测

第三章 母婴网购行业全球市场分析及预测

（主要介绍母婴网购全球市场供需、细分市场及领域等方面的分析及预测）

第一节、2014-2015年母婴网购行业全球供需现状分析及2017-2022年 预测

1、2014-2015年母婴网购行业全球供需现状分析

2、2017-2022年 母婴网购行业全球供需预测

第二节、2014年全球母婴网购行业细分市场现状分析及趋势预测

第四章 中国母婴网购行业供需分析及预测（包括母婴网购行业销售渠道、进出口分析）

（主要涉及2011-2015年母婴网购行业需求分析、销售渠道分析、母婴网购行业供给分析以及母婴网购进出口分析）

2014-2015年中国母婴网购行业供需平衡分析汇总

第一节、母婴网购行业需求分析

1、2011-2015年母婴网购主要需求领域、潜在领域需求量及2017-2022年 需求量预测（主要分析静态需求+潜在需求+更新需求）

2、2011-2015年母婴网购行业增长速度、推动因素分析及预测

3、2017-2022年 母婴网购需求市场及需求饱和度分析（全球母婴网购子行业需求分析）

4、母婴网购区域市场分析及预测

5、母婴网购行业销售渠道及重点用户（消费者）需求分析

1) 母婴网购行业销售渠道模式及对比

2) 母婴网购行业销售渠道建设与管理的关键因素分析

3) 母婴网购行业重点用户(消费者)产品需求分析(母婴网购行业用户/消费者对产品的认知、评价及期望分析)

第二节、母婴网购行业供给分析

1、2011-2015年母婴网购行业产能产量分析(母婴网购行业子行业供给分析)

2、2017-2022年 母婴网购行业新建拟建项目分析

3、母婴网购行业供给地域分布情况

第三节、母婴网购行业进出口分析(主要分析母婴网购行业进出口规模及区域市场)

1、母婴网购行业出口分析

1) 2011-2015年国内母婴网购行业出口量及增长情况

2) 2011-2015年国内母婴网购行业出口市场分布情况

3) 国内外主要出口国家、区域分布情况

2、母婴网购行业进口分析

1) 2011-2015年全球母婴网购行业进口量及增长情况

2) 2011-2015年全球母婴网购行业主要进口国分析

3、2017-2022年 进出口预测分析

第五章 母婴网购行业成本价格分析及预测(包括母婴网购行业采购渠道分析、母婴网购行业盈利能力分析预测)

(主要分析母婴网购行业成本构成、母婴网购行业采购渠道、母婴网购行业价格)

第一节、成本构成及成本结构比例分析

1、母婴网购行业成本构成

2、母婴网购行业成本结构、比例

第二节、母婴网购行业产业链上游行业市场分析

第三节、物流与采购

1、母婴网购行业运输半径

2、母婴网购行业物流方式、采购模式对比及对母婴网购行业成本的影响

第四节、2011-2015年母婴网购行业毛利率及盈利能力分析及2015-2016年预测

第五节、2011-2015年母婴网购价格走势分析及2015-2016年预测

第六章 母婴网购行业竞争分析

(母婴网购行业竞争分析主要包括:市场占有率分析、行业集中度分析、产品价格与产品定位分析、行业竞争的核心关键点以及趋势预测等)

第一节、母婴网购行业市场占有率及行业集中度分析

第二节、母婴网购行业产品价格分布及母婴网购行业主要企业/品牌产品定位

第三节、母婴网购行业核心竞争点分析及趋势

第四节、中国母婴网购在全球竞争格局中所占地位及趋势预测

第七章 母婴网购行业标杆企业分析（8-10家）

第一节、标杆企业简介及发展

第二节、标杆企业优劣势对比分析（产品及结构、区域市场、销售渠道、R&D及技术等）

第三节、标杆企业财务指标对比分析

第四节、标杆企业战略分析

（一）、发展战略

1、专业化发展战略

1) 市场渗透

（现有客户、竞争对手顾客、潜在顾客）

2) 市场开发

（原有销售区域内新的目标市场、新的销售渠道、新的销售地区）

3) 产品开发

（新特色、新档次、新的替代品）

2、一体化发展战略

1) 前向一体化

2) 后向一体化

3) 水平一体化

3、多元化发展战略

（二）、竞争战略

1、成本领先战略

2、差异化战略

3、集中战略

第八章 母婴网购行业发展机会及风险分析

第一节 母婴网购行业发展机会分析

（主要包括：母婴网购行业增长机会、细分区域机会、细分领域机会、行业整合机会分析）

第二节 母婴网购行业风险与挑战分析

(主要包括：母婴网购行业面临的经济风险、政策风险、竞争风险、产业链供应风险等)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/J68941V98N.html>