

# 2020-2026年中国母婴电商 市场评估与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国母婴电商市场评估与产业竞争格局报告》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/202008/182608.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

2016年的移动母婴用户规模已经达到了7000万人次，并预计将在2019年超过1.5亿人次。中国移动端网购在整体网购市场交易规模占比在2015年时已经超过50%，首度超过PC成为网络购物市场的主流选择，根据预测2019年这一比例将提高到73.5%。2019年12月母婴电商类APP排行榜中母婴电商五强APP分别是：贝贝网、蜜芽、宝贝格子、孩子王、大V店，其中，贝贝网12月活跃用户规模达938.1万人，环比增长6.43%，成为月活跃用户数量唯一近千万的厂商。

。2011-2018中国网购交易额占比移动用户母婴规模走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国母婴电商市场评估与产业竞争格局报告》共九章。首先介绍了母婴电商相关概念及发展环境，接着分析了中国母婴电商规模及消费需求，然后对中国母婴电商市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国母婴电商面临的机遇及发展前景。您若想对中国母婴电商有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分母婴电商产业环境透视

第一章中国电子商务行业发展现状分析

第一节电子商务基本概况

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

1、电子商务分类

2、电子商务功能

3、电子商务运营模式

4、电子商务行业的产品特点

六、电子商务行业服务特点

- 1、网络（交易载体）视角的电子商务特点
- 2、市场（商务环境）视角的电子商务特点
- 3、卖方（服务主体）视角的电子商务特点
- 4、买方（消费主体）视角的电子商务特点
- 5、政府（监督管理）视角的电子商务特点
- 6、整体（系统工程）视角的电子商务特点
- 七、电子商务行业经营特点

- 1、我国电子商务不完全市场经济大部分属于计划经济
- 2、电子商务的运营能力要大于渠道能力
- 3、电子商务呈现出多平台局面
- 4、电子商务相比较传统线下销售的交易链条大大缩短
- 5、电子商务以流量为王
- 6、理性看待电子商务，始终坚持成本导向
- 7、电子商务的营销成本与线下逐渐趋同
- 8、电子商务呈现出全面的竞争态势

## 第二节中国电子商务规模分析

### 一、电子商务交易规模分析

### 二、电子商务市场结构分析

#### 1、电子商务市场结构

#### 2、电子商务区域结构

### 三、电子商务从业人员规模

### 四、电子商务相关融合产业

## 第三节中国电子商务细分行业分析

### 一、B2B电子商务发展分析

#### 1、B2B市场规模分析

#### 2、B2B企业规模分析

#### 3、B2B市场营收分析

#### 4、B2B市场份额分析

#### 5、B2B用户规模分析

#### 6、B2B发展趋势分析

### 二、网络零售市场发展分析

#### 1、网络零售交易规模

- 2、网络零售市场占比
- 3、网络零售市场份额
- 4、网络零售用户规模
- 5、网络零售网店规模
- 6、移动电商市场规模
- 7、移动电商用户规模
- 8、海外代购市场规模

## 第二章互联网环境下母婴行业的机会与挑战

### 第一节2019年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

- 1、总体网民规模分析
- 2、分省网民规模分析
- 3、手机网民规模分析
- 4、农村网民规模分析
- 5、网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

- 1、信息获取情况分析
- 2、商务交易发展情况
- 3、交流沟通现状分析
- 4、网络娱乐应用分析

#### 三、移动互联网市场需求特点

#### 四、我国移动互联网行业商业模式分析

### 第二节互联网环境下母婴行业的机会与挑战

#### 一、互联网时代行业大环境的变化

#### 二、互联网直击传统行业消费痛点

#### 三、互联网助力企业开拓市场

#### 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节互联网母婴行业的改造与重构

#### 一、互联网重构行业的供应链格局

#### 二、互联网改变生产厂商营销模式

#### 三、互联网导致行业利益重新分配

#### 四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节母婴与互联网融合创新机会孕育

##### 一、电商政策变化趋势分析

##### 二、电子商务消费环境趋势分析

##### 三、互联网技术对行业支撑作用

##### 四、电商黄金发展期机遇分析

##### 五、大数据创新母婴行业需求开发

#### 第二部分母婴电商行业市场分析

#### 第三章母婴行业市场规模与电商未来空间预测

##### 第一节母婴行业发展现状分析

##### 一、母婴行业产业政策分析

##### 二、母婴行业发展现状分析

##### 三、母婴行业市场规模分析母婴用品线上市场规模（亿元）

##### 四、母婴行业经营效益分析

##### 五、母婴行业竞争格局分析

##### 六、母婴行业发展前景预测

##### 第二节母婴电商市场规模与渗透率

##### 一、母婴电商总体开展情况

##### 二、母婴电商交易规模分析

##### 三、母婴电商渠道渗透率分析

##### 第三节母婴电商行业盈利能力分析

##### 一、母婴电子商务发展有利因素

##### 二、母婴电子商务发展制约因素

##### 三、母婴电商行业经营成本分析

##### 四、母婴电商行业盈利模式分析

##### 五、母婴电商行业盈利水平分析

##### 第四节电商行业未来前景及趋势预测

##### 一、母婴电商行业市场空间测算

##### 二、母婴电商市场规模预测分析

##### 三、母婴电商发展趋势预测分析

### 第三部分母婴电商策略分析

#### 第四章母婴企业转型电子商务战略分析

##### 第一节母婴企业转型电商优势分析

- 一、前期投入成本优势
- 二、供应链体系建设优势
- 三、渠道管控优势分析
- 四、零售运营经验优势

##### 第二节母婴企业转型电商流程管理

- 一、网站运营流程管理
- 二、网络销售流程管理
- 三、产品发货流程管理
- 四、采购管理流程管理
- 五、订单销售流程管理
- 六、库房操作流程管理
- 七、订单配送流程管理

##### 第三节母婴强企业电子商务成本分析

- 一、母婴电商成本构成分析
- 二、母婴电商采购成本分析
- 三、母婴电商运营成本分析
- 四、母婴电商履约成本分析
- 五、母婴电商客户成本分析

#### 第五章母婴企业转型电商体系构建及平台选择

##### 第一节母婴企业转型电商构建分析

###### 一、电子商务关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及物流配送体系
- 5、网站增值服务

###### 二、母婴企业电子商务网站构建

- 1、商务分析阶段

- 2、设计阶段
- 3、建设变革阶段
- 4、整合运行阶段

## 第二节母婴企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

## 第三节母婴企业转型电商平台选择分析

- 一、自建商城网店平台
- 二、借助第三方网购平台
  - 1、电商平台的优劣势
  - 2、电商平台盈利模式
  - 三、电商服务外包模式分析
    - 1、电商服务外包的优势
    - 2、电商服务外包可行性
    - 3、电商服务外包前景
- 四、母婴企业电商平台选择策略

## 第四部分母婴行业电子商务运营模式分析

### 第六章母婴行业电子商务运营模式分析

#### 第一节母婴电子商务B2B模式分析

- 一、母婴电子商务B2B市场概况
- 二、母婴电子商务B2B市场规模
- 三、母婴电子商务B2B盈利模式
- 四、母婴电子商务B2B运营模式
- 五、母婴电子商务B2B的供应链

#### 第二节母婴电子商务B2C模式分析

- 一、母婴电子商务B2C市场概况
- 二、母婴电子商务B2C市场规模
- 三、母婴电子商务B2C盈利模式
- 四、母婴电子商务B2C物流模式



## 五、母婴电商B2C物流模式选择

### 第三节母婴电子商务C2C模式分析

#### 一、母婴电子商务C2C市场概况

#### 二、母婴电子商务C2C盈利模式

#### 三、母婴电子商务C2C信用体系

#### 四、母婴电子商务C2C物流特征

### 第四节母婴电子商务O2O模式分析

#### 一、母婴电子商务O2O市场概况

#### 二、母婴电子商务O2O优势分析

#### 三、母婴电子商务O2O营销模式

#### 四、母婴电子商务O2O潜在风险

## 第七章母婴行业电子商务营销推广模式分析

### 第一节搜索引擎营销

#### 一、搜索引擎营销现状分析

#### 二、搜索引擎营销推广模式

#### 三、搜索引擎营销收益分析

### 第二节论坛营销

#### 一、论坛营销概述分析

#### 二、论坛营销优势分析

#### 三、论坛营销策略分析

### 第三节微博营销

#### 一、微博营销概况分析

#### 二、微博营销的优劣势

#### 三、微博营销模式分析

### 第四节微信营销

#### 一、微信营销概况分析

#### 二、微信营销的优劣势

#### 三、微信营销模式分析

### 第五节视频营销

#### 一、视频营销概述分析

#### 二、视频营销优势分析

### 三、视频营销策略分析

#### 第六节问答营销

##### 一、问答营销概述分析

##### 二、问答营销运营模式

##### 三、问答营销特点分析

## 第八章母婴主流电商平台比较及企业入驻选择

### 第一节天猫商城

#### 一、天猫商城发展基本概述

#### 二、天猫商城用户特征分析

#### 三、天猫商城网购优势分析

#### 四、天猫商城交易规模分析

### 第二节京东商城

#### 一、京东商城发展基本概述

#### 二、京东商城用户特征分析

#### 三、京东商城网购优势分析

#### 四、京东商城交易规模分析

### 第三节苏宁易购

#### 一、苏宁易购发展基本概述

#### 二、苏宁易购用户特征分析

#### 三、苏宁易购网购优势分析

#### 四、苏宁易购交易规模分析

### 第四节1号店

#### 一、1号店发展基本概述

#### 二、1号店用户特征分析

#### 三、1号店网购优势分析

#### 四、1号店交易规模分析

### 第五节亚马逊中国

#### 一、亚马逊发展基本概述

#### 二、亚马逊用户特征分析

#### 三、亚马逊网购优势分析

#### 四、亚马逊交易规模分析

## 第六节 当当网

- 一、当当网发展基本概述
- 二、当当网用户特征分析
- 三、当当网网购优势分析
- 四、当当网交易规模分析

## 第六部分 母婴电商行业投资战略分析（）

### 第九章 母婴企业进入电子商务领域投资策略分析

#### 第一节 母婴企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第二节 母婴企业转型电商物流投资分析

##### 一、母婴企业电商自建物流分析

- 1、电商自建物流的优势分析
- 2、电商自建物流的负面影响

##### 二、母婴企业电商外包物流分析

- 1、快递业务量完成情况
- 2、快递业务的收入情况
- 3、快递业竞争格局分析

##### 三、母婴电商物流构建策略分析

- 1、找准定位
- 2、着力解决线上、线下的渠道和价格竞争
- 3、加大电商团队的培养力度
- 4、加强企业内部信息化建设，加大技术改造

#### 第三节 母婴企业电商市场策略分析

图表目录：

图表2016-2019年电子商务交易规模

图表2016-2019年电子商务服务企业直接从业人员规模

图表2016-2019年电子商务服务企业带动从业人员规模

图表2016-2019年B2B市场交易规模

图表2016-2019年B2B企业规模

图表2016-2019年中国B2B电子商务服务商的营收规模

图表2016-2019年第三方电子商务平台的中小企业用户规模

图表2016-2019年网络零售交易规模

图表2016-2019年网购规模占社会消费品零售总额比例

图表2016-2019年B2C网络购物交易市场份额占比

图表2016-2019年中国网购用户规模

图表2016-2019年网络零售网点规模

图表2016-2019年中国移动网购交易规模

图表2016-2019年移动电商用户规模

图表2016-2019年海外代购市场规模

图表2016-2019年母婴市场规模及增长速度

图表2016-2019年母婴销售收入

图表2016-2019年母婴电商交易规模

图表2016-2019年天猫母婴销售额

图表2016-2019年母婴电商渠道渗透率

图表2020-2026年母婴电商市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182608.html>