



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国移动母婴市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国移动母婴市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/284598.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

数据显示，2015年底，中国移动母婴用户规模已达0.41亿人。预计到2016年底，移动母婴预计将接近0.62亿人。当前移动母婴行业发展仍处于初始阶段，随着二胎开放等国家政策落实，移动母婴人口红利持续释放，用户增长水平将维持高位运行。

中国母婴市场于2009年前发展起步，2010年以来一直呈爆发式增长态势，整体市场规模由2011年的1.1万亿元增长至2015年的1.9万亿元，年均增长率超过14%。其中，婴儿产品及服务占据了整体市场的大半壁江山，二者之和占比超过90%。 2011-2015年中国母婴市场规模统计

基于新一波人口出生高峰、二胎政策带来的生育率上升、移动互联网的普及、母婴App向二三线城市及以下地区的渐深渗透和母婴专业服务类App的爆发式增长，据预测，母婴移动应用行业的用户规模将继续保持稳定增长趋势。 2014-2018年中国母婴移动应用（不含电商类移动应用）用户规模

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1章：中国移动母婴行业发展状况分析

1.1 中国移动母婴行业发展现状分析

1.1.1 中国移动母婴行业发展周期

1.1.2 中国移动母婴行业发展规模

1.1.3 中国移动母婴行业市场结构

1.1.4 中国移动母婴行业竞争格局

（1）母婴垂直社区电商平台发展

（2）母婴实体企业线上线下资源整合

（3）传统电商拓展母婴垂直市场

（4）BAT加快母婴领域布局

1.2 中国移动母婴行业用户特征分析

1.2.1 移动母婴APP用户性别分布

1.2.2 移动母婴APP用户年龄分布

1.2.3 移动母婴APP用户省份分布

1.2.4 移动母婴APP用户城市分布

1.2.5 移动母婴APP用户使用特征

1.2.6 移动母婴APP用户应用偏好

1.3 中国移动母婴APP市场格局分析

1.3.1 移动母婴APP市场格局

(1) 移动母婴APP月活跃用户数

(2) 移动母婴APP日活跃用户数

2016年第1季度，中国移动母婴社区APP活跃人数1,979万人、启动次数234,175万次，使用时长11,405万小时。中国移动母婴社区用户活跃度相对较高，未来随着用户渗透的不断上升，产品的不断丰富，用户活跃度及粘性会进一步增强。

2016年第1季度，移动母婴社区用户规模近1,979万，同比增长69%。从分时段用户规模看，移动母婴社区用户活跃时段为早8点至晚22点，其中20点至22点用户最集中。移动母婴社区用户碎片化时间丰富，活跃时段分布较为均匀。

2016年第1季度，中国移动母婴社区主要APP日均活跃用户数：宝宝树孕育排名第一，宝宝树是目前中国移动母婴社区的领军厂商，用户发展数量和质量态势良好，优势明显。2016年第1季度中国移动母婴社区主要APP日均活跃用户数排名

排名	APP名称
1	宝宝树孕育
2	怀孕管家
3	妈妈帮
4	美柚孕期
5	妈妈网
6	孕期提醒
7	辣妈帮
8	口袋育儿

1.3.2 育儿社区APP市场格局

(1) 育儿社区APP月活跃用户数

(2) 育儿社区APP日活跃用户数

(3) 育儿社区APP人均使用情况

(4) 育儿社区APP用户转化留存情况

1.3.3 孕期经期APP市场格局

(1) 孕期经期APP月活跃用户数

(2) 孕期经期APP日活跃用户数

(3) 孕期经期APP人均使用情况

(4) 孕期经期APP用户转化留存情况

第2章：中国移动母婴行业细分市场发展分析

- 2.1 移动母婴行业细分市场发展概况
 - 2.1.1 移动母婴细分市场概况
 - 2.1.2 移动母婴细分市场结构
- 2.2 移动母婴社区应用市场发展分析
 - 2.2.1 市场发展规模分析
 - 2.2.2 市场竞争格局分析
 - 2.2.3 市场应用状况分析
 - 2.2.4 市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测
- 2.3 移动母婴电商应用市场发展分析
 - 2.3.1 市场发展规模分析
 - 2.3.2 市场竞争格局分析
 - 2.3.3 市场应用状况分析
 - 2.3.4 市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测
- 2.4 移动母婴健康应用市场发展分析
 - 2.4.1 市场发展规模分析
 - 2.4.2 市场竞争格局分析
 - 2.4.3 市场应用状况分析
 - 2.4.4 市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测
- 2.5 移动母婴实用工具市场发展分析
 - 2.5.1 市场发展规模分析
 - 2.5.2 市场竞争格局分析
 - 2.5.3 市场应用状况分析
 - 2.5.4 市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测

第3章：中国移动母婴行业领先企业案例分析

3.1 移动母婴综合服务平台案例发展分析

3.1.1 宝宝树

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.2 美柚

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.3 亲宝宝

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.4 妈妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.5 辣妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.6 妈妈圈

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.7 贝聊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.1.8 孕期伴侣

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2 母婴品牌线上线下业务整合布局分析

3.2.1 合生元

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.2 孩子王

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.3 摇篮网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.4 红孩子

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.5 辣妈贝贝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.3 传统电商移动母婴业务布局分析

3.3.1 京东移动母婴业务布局分析

3.3.2 聚美优品移动母婴业务布局分析

3.3.3 苏宁易购移动母婴业务布局分析

3.4 BAT移动母婴业务布局分析

3.4.1 百度移动母婴业务布局分析

3.4.2 腾讯移动母婴业务布局分析

3.4.3 阿里巴巴移动母婴业务布局分析

第4章：中国移动母婴行业投资潜力与策略规划

4.1 移动母婴行业发展前景预测

4.1.1 行业影响因素分析

(1) 政策支持因素

1) "普遍二胎"政策

2) "互联网+"战略

(2) 技术推动因素

1) 移动智能终端持续渗透

2) 移动电商/支付日益成熟

(3) 市场需求因素

1) 潜在用户庞大

2) 价值观念转变

4.1.2 行业发展规模预测

4.2 移动母婴行业发展趋势预测

4.2.1 移动母婴社区应用市场趋势预测

4.2.2 移动母婴电商应用市场趋势预测

4.2.3 移动母婴健康应用市场趋势预测

4.2.4 移动母婴实用工具市场趋势预测

4.3 移动母婴行业投资潜力分析

4.3.1 行业投资热潮分析

4.3.2 行业投资推动因素

(1) 行业发展势头分析

(2) 行业投资环境分析

4.4 移动母婴行业投资现状分析

4.4.1 行业投资主体分析

(1) 行业投资主体构成

(2) 各投资主体投资优势

4.4.2 行业投资切入方式

4.4.3 行业投资规模分析

(1) 行业整体投资规模

(2) 细分领域投资规模

4.5 移动母婴行业投资策略规划

- 4.5.1 行业投资方式策略
- 4.5.2 行业投资领域策略
- 4.5.3 行业产品创新策略
- 4.5.4 行业商业模式策略

第5章 电商行业发展分析 (AK WZY)

5.1 电子商务发展分析

- 5.1.1 电子商务定义及发展模式分析
- 5.1.2 中国电子商务行业政策现状
- 5.1.3 2013-2016年中国电子商务行业发展现状

5.2 "互联网+"的相关概述

- 5.2.1 "互联网+"的提出
- 5.2.2 "互联网+"的内涵
- 5.2.3 "互联网+"的发展
- 5.2.4 "互联网+"的评价
- 5.2.5 "互联网+"的趋势

5.3 电商市场现状及建设情况

- 5.3.1 电商总体开展情况
- 5.3.2 电商案例分析
- 5.3.3 电商平台分析 (自建和第三方网购平台)

5.4 电商行业未来前景及趋势预测

- 5.4.1 电商市场规模预测分析
- 5.4.2 电商发展前景分析

部分图表目录：

图表1：中国移动母婴行业发展周期

图表2：2015-2016年中国移动母婴APP活跃用户数与行业渗透率 (单位：万，%)

图表3：中国移动母婴行业市场结构

图表4：中国移动母婴行业现有竞争者分析

图表5：2016年中国移动母婴APP用户性别结构 (单位：%)

图表6：2016年中国移动母婴APP用户年龄结构 (单位：%)

图表7：2016年中国移动母婴APP用户省份分布结构 (单位：%)

图表8：2016年中国移动母婴APP用户城市分布结构（单位：%）

图表9：2016年中国各城市移动母婴APP用户指数

图表10：2016年中国移动母婴APP用户工作日活跃时段分布

图表11：2016年中国移动母婴APP用户周末活跃时段分布

图表12：2016年中国怀孕人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表13：2016年中国育儿人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表14：2016年中国主要移动母婴APP月活跃用户规模

图表15：2016年中国主要移动母婴APP日活跃用户规模

图表16：2016年中国主要育儿社区APP月活跃用户规模

图表17：2016年中国主要育儿社区APP日活跃用户规模

图表18：2016年中国主要育儿社区APP人均月使用次数

图表19：2016年中国主要育儿社区APP人均月使用时长

图表20：2016年中国主要育儿社区APP用户转化情况

图表21：2016年中国主要育儿社区APP用户N日留存情况

图表22：2016年中国主要孕期经期APP月活跃用户规模

图表23：2016年中国主要孕期经期APP日活跃用户规模

图表24：2016年中国主要孕期经期APP人均月使用次数

图表25：2016年中国主要孕期经期APP人均月使用时长

图表26：2016年中国主要孕期经期APP用户转化情况

图表27：2016年中国主要孕期经期APP用户N日留存情况

图表28：中国移动母婴细分市场概况

图表29：中国不同类型移动母婴应用用户规模及增速

图表30：2016年中国移动母婴APP各类型款数分布

图表31：2016年中国移动母婴APP各类型用户使用率对比

图表32：2016年中国移动母婴APP各类型用户平均活跃次数对比

图表33：2009-2016年中国移动母婴社区市场规模

图表34：中国移动母婴社区市场竞争格局

图表35：中国移动母婴社区市场应用情况

图表36：2017-2022年中国移动母婴社区市场前景预测

图表37：2009-2016年中国移动母婴电商市场规模

图表38：中国移动母婴电商市场竞争格局

图表39：中国移动母婴电商市场应用情况

图表40：2017-2022年中国移动母婴电商市场前景预测

图表41：2009-2016年中国移动母婴健康市场规模

图表42：中国移动母婴健康市场竞争格局

图表43：中国移动母婴健康市场应用情况

图表44：2017-2022年中国移动母婴健康市场前景预测

图表45：2009-2016年中国移动母婴实用工具市场规模

图表46：中国移动母婴实用工具市场竞争格局

图表47：中国移动母婴实用工具市场应用情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284598.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。