

# 2016-2022年中国移动母婴 市场研究与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国移动母婴市场研究与投资前景报告》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/yidong/5591657NPW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

移动互联风口和二胎新政，持续升温母婴行业。即将到来的新一波人口出生高峰、国民整体消费升级和优生优育优教需求升级，带动母婴行业整体进入新一波红利期。

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，母婴移动应用行业的用户规模将继续保持稳定增长趋势。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国移动母婴市场研究与投资前景报告》共五章。首先介绍了中国移动母婴行业市场发展环境、中国移动母婴整体运行态势等，接着分析了中国移动母婴行业市场运行的现状，然后介绍了中国移动母婴市场竞争格局。随后，报告对中国移动母婴做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动母婴行业发展趋势与投资预测。您若想对移动母婴产业有个系统的了解或者想投资移动母婴行业，本报告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
  - 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

## 第二章 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

## 第三章 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

## 第四章 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) “普遍二孩”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

## 第五章 电商行业发展分析 (ZYYF)

- 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 2013-2015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

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 10：2015年中国移动母婴APP用户工作日活跃时段分布

图表 11：2015年中国移动母婴APP用户周末活跃时段分布

图表 12：2015年中国怀孕人群对移动母婴APP应用关联度TOP

图表 13：2015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 30：2015年中国移动母婴APP各类型款数分布

图表 31：2015年中国移动母婴APP各类型用户使用率对比

图表 32：2015年中国移动母婴APP各类型用户平均活跃次数对比

图表 33：2009-2015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 36：2016-2022年中国移动母婴社区市场前景预测

图表 37：2009-2015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 40：2016-2022年中国移动母婴电商市场前景预测

图表 41：2009-2015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 44：2016-2022年中国移动母婴健康市场前景预测

图表 45：2009-2015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

图表 48：2016-2022年中国移动母婴实用工具市场前景预测

图表 49：宝宝树基本信息简介

图表 50：宝宝树发展优劣势分析

图表 51：美柚基本信息简介

图表 52：美柚发展优劣势分析

图表 53：亲宝宝基本信息简介

图表 54：亲宝宝发展优劣势分析

图表 55：妈妈帮基本信息简介

图表 56：妈妈帮发展优劣势分析

图表 57：辣妈帮基本信息简介

图表 58：辣妈帮发展优劣势分析

图表 59：妈妈圈基本信息简介

图表 60：妈妈圈发展优劣势分析

图表 61：贝聊基本信息简介

图表 62：贝聊发展优劣势分析

图表 63：孕期伴侣基本信息简介

图表 64：孕期伴侣发展优劣势分析

图表 65：合生元国际控股有限公司基本信息简介

图表 66：2011-2015年合生元国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 67：2011-2015年合生元国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 68：2011-2015年合生元国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 69：2011-2015年合生元国际控股有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 70：2011-2015年合生元国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 71：合生元国际控股有限公司发展移动母婴优劣势分析

图表 72：江苏孩子王实业有限公司基本信息简介

图表 73：江苏孩子王实业有限公司发展移动母婴优劣势分析

图表 74：摇篮网基本信息简介

图表 75：摇篮网发展移动母婴优劣势分析

图表 76：红孩子基本信息简介

图表 77：红孩子发展移动母婴优劣势分析

图表 78：辣妈贝贝基本信息简介

图表 79：辣妈贝贝发展移动母婴优劣势分析

图表 80：国内移动母婴行业相关政策激励

图表 81：母婴人群需求层次逐渐加深

图表 82：2016-2022年中国移动母婴行业规模预测

图表 83：移动母婴行业投资主体结构示意图

图表 84：2015年中国移动母婴行业投资规模与投资领域

图表 85：2015年中国移动母婴行业细分领域投资金额分布

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/5591657NPW.html>