

# 2016-2022年中国移动母婴 市场供需与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国移动母婴市场供需与战略咨询报告》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/yidong/998477EZS3.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

2016年第1季度，中国移动母婴社区用户渗透率2.87%。中国移动母婴社区用户渗透率将随着移动互联网的进一步普及、二孩政策的全面放开等因素继续升高。

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

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国移动母婴市场供需与战略咨询报告》共五章。首先介绍了移动母婴产业相关概念及发展环境，接着分析了中国移动母婴行业规模及消费需求，然后对中国移动母婴行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国移动母婴行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国移动母婴行业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

### 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5章 电商行业发展分析（ZY CW）

### 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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/998477EZS3.html>