

2017-2022年中国移动母婴 市场深度研究与发展前景预测报告

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年中国移动母婴市场深度研究与发展前景预测报告》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/wenhuatiyu/X05043O1X5.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

2015年以来，中国移动母婴APP用户数呈现稳步增长的态势，但用户规模仍不大，市场渗透率也仍处于个位数的水平。截至2016年3月，中国移动母婴APP活跃用户数为4838.6万，市场渗透率为5.2%。因此可以看出，当前的移动母婴市场正处于发展初期，未来的用户增长空间较大。

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，艾瑞预测，母婴移动应用行业的用户规模将继续保持稳定增长趋势。

从目前发展情况来看，中国移动母婴行业主要分为四个细分领域，分别是母婴社区、母婴电商、母婴健康以及母婴实用工具。其中，母婴社区领域发展最为成熟，表现为高规模+高增长的态势；母婴电商与母婴健康细分市场当前用户规模还不小，但其增长速度较快，未来发展潜力较大；而母婴实用工具领域由于发展模式单一，发展后劲相对不足

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国移动母婴市场深度研究与发展前景预测报告》共四章。首先介绍了移动母婴行业市场发展环境、移动母婴整体运行态势等，接着分析了移动母婴行业市场运行的现状，然后介绍了移动母婴市场竞争格局。随后，报告对移动母婴做了重点企业经营状况分析，最后分析了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) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务布局

- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.2 美柚

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.3 亲宝宝

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.4 妈妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.5 辣妈帮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局

- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.6 妈妈圈

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.7 贝聊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

3.1.8 孕期伴侣

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业移动母婴业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业移动母婴投融资分析

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) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业市场渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.2 孩子王

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.3 摇篮网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.4 红孩子

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

3.2.5 辣妈贝贝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业技术资质能力分析

(3) 企业移动母婴业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展移动母婴优劣势分析

(7) 企业移动母婴投融资分析

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 (ZY GXH)

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 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：中国移动母婴行业发展周期

图表2：2016-2016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

图表48：2017-2022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66：2011-2016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67：2011-2016年合生元国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表68：2011-2016年合生元国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表69：2011-2016年合生元国际控股有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表70：2011-2016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82：2017-2022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84：2016年中国移动母婴行业投资规模与投资领域

图表85：2016年中国移动母婴行业细分领域投资金额分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuaityu/X05043O1X5.html>