

母婴产品零售 - 中国 - 2015年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“母婴产品零售市场增速惊人，尤其是线上渠道，但是与消费者积极互动构建信任仍是必须。消费者需要质量更好、性价比更高、咨询和培训更专业的产品和服务。这意味着，零售商不仅需要担负诚信服务保证人，而且还要肩负高质产品提供商的角色。这也是零售商扩大市场，包括深入低线城市的重要前提。”

— 郭马修，亚太研究主任

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 实体和在线零售的优劣势
- 成为专家意见源泉
- 安全仍是首要动因

母婴产品零售市场不但增速惊人，而且也快速转向线上。不过，这是一个尤其依赖质量和建议信任的市场。在线购买前，消费者需要在实体店确保产品的质量。

越来越明显地，构建品牌信任和信心不仅意味着公司必须销售高质量的产品，而且也意味着提供高水平的咨询意见。因此，品牌需要与育婴专家和机构联手推出新服务，同时培训店内销售人员，以体现其专业权威。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

母婴产品零售 - 中国 - 2015年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

综述

市场

数据 1: 中国——母婴产品零售市场总额，2010-2020年

公司与品牌

数据 2: 中国——母婴产品零售市场各业态份额，2014年

消费者

曾经购买过的婴儿用品

数据 3: 在过去12个月内购买过的母婴用品，2015年5月

选择零售商的决定性因素

数据 4: 影响消费者选择零售商购买母婴产品的重要因素，2015年5月

购买产品之前的规划和信息收集

数据 5: 消费者收集不同类型婴幼儿产品的阶段，2015年5月

影响产品购买的因素

数据 6: 影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素，2015年5月

影响产品购买的健康和安全因素

数据 7: 消费者选择产品时会考虑的健康安全因素，2015年5月

对于母婴产品的态度

数据 8: 消费者对于购买母婴产品的态度，2015年5月

我们的观点

议题与洞察

实体和在线零售的优劣势

现状

启示

展望

成为专家意见源泉

现状

启示

展望

安全仍是首要动因

现状

启示

展望

市场——您所需要了解的

消费者将继续趋优消费

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2015年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

增加非食物类产品类别的支出

低生育率意味着更多升级消费的空间

市场规模与预测

数据 9: 中国——母婴产品零售市场总额，2010-2020年

市场细分

婴幼儿食品占据主导地位

数据 10: 中国——婴幼儿产品零售销售额，2011-2015年

推动非食品类别细分市场的巨大潜力

数据 11: 中国——婴幼儿产品零售销售增速，2011-2015年

市场营销可以更早启动

数据 12: 消费者收集不同类型婴幼儿产品的阶段，2015年5月

市场推动因素

迷你婴儿潮？

数据 13: 0-3岁婴幼儿数量，2011-15年

人均支出上升

数据 14: 中国——母婴产品人均支出在城市人均收入中的占比，2011-2015年

投资更高质量

儿童汽车安全座椅仍有增长空间

重点企业——您所需要了解的

更多零售转向线上

天猫主导在线零售

专业零售商争当咨询专家

业态共享

零售商转向线上销售

数据 15: 中国——母婴产品零售市场各业态份额，2012-2014年

在线渠道加深渗透率的潜力

大型在线零售平台

天猫

京东

苏宁

其他不容忽视的在线零售网站

当当孕婴童

1号店母婴

亚马逊母婴

贝贝网

主要专业母婴产品零售商的差异

乐友孕婴童

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2015年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

孩子王
好孩子
其他专业母婴用品企业
爱亲母婴生活馆
爱婴岛
亲亲宝贝
丽家宝贝

消费者——您需要了解的

在线购买影响巨大
实体店以正宗安全产品著称，网上渠道以低价物丰取胜
产品选择在宝宝出生前就已开始
迫切渴望建议和推荐
消费者考虑众多健康与安全因素
信任对消费者态度影响巨大

曾经购买过的婴儿用品

在线购买影响巨大
数据 16: 在过去12个月内购买过的母婴用品，2015年5月
经验/年龄影响在线/实体店渠道选择
数据 17: 在过去12个月内购买过的母婴用品（按年龄组区分），2015年5月
高收入者更倾向在网上购买
数据 18: 在过去12个月内购买过的母婴用品（按家庭月收入区分），2015年5月
不同层级城市的实体与在线零售格局大不相同
数据 19: 在过去12个月内购买过的母婴用品（按城市区分），2015年5月

选择零售商的决定性因素

实体店以正宗安全产品著称，网上渠道以低价物丰取胜
数据 20: 影响消费者选择零售商购买母婴产品的重要因素，2015年5月
零售渠道选择因素差异
数据 21: 影响消费者选择实体/在线零售商购买母婴产品的重要因素差异（按年龄区分），2015年5月
数据 22: 影响消费者选择实体/在线零售商购买母婴产品的重要因素差异（按家庭月收入区分），2015年5月

购买产品之前的规划和信息收集

产品选择在宝宝出生前就已开始
数据 23: 消费者收集不同类型婴幼儿产品的阶段，2015年5月
研究技能决定信息优先级
数据 24: 消费者收集婴幼儿配方奶和婴幼儿辅食的阶段（按教育程度区分），2015年5月
婴幼儿食品的信息来源
数据 25: 消费者收集婴幼儿配方奶和婴幼儿辅食的阶段（按影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素区分），2015年5月
非食品的信息来源
数据 26: 消费者收集婴幼儿尿裤和婴幼儿护肤产品的阶段（按影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素区分），2015年5月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2015年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

影响产品购买的因素

迫切渴望建议和推荐

数据 27: 影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素，2015年5月

年轻妈妈们寻求专业意见

数据 28: 影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素（按年龄区分），2015年5月

独立的信息收集随收入上升增长

数据 29: 影响消费者选择婴幼儿产品的关键因素（按家庭月收入区分），2015年5月

影响产品购买的健康和安全因素

消费者考虑众多健康与安全因素

数据 30: 消费者选择产品时会考虑的健康安全因素，2015年5月

收入影响消费者的考虑因素

数据 31: 消费者选择产品时会考虑的健康安全因素（按家庭月收入区分），2015年5月

年龄和经验也会影响选择

数据 32: 消费者选择产品时会考虑的健康安全因素（按年龄区分），2015年5月

对于母婴产品的态度

信任对消费者态度影响巨大

数据 33: 消费者对于购买母婴产品的态度，2015年5月

对信息量的需求随收入增长上升

数据 34: 消费者对于购买母婴产品的态度（按家庭月收入区分），2015年5月

但消费者态度因居住城市不同而各异

数据 35: 消费者对于购买母婴产品的态度（按一线城市区分），2015年5月

数据 36: 消费者对于购买母婴产品的态度（按二、三线城市区分），2015年5月

附录——市场规模及预测

数据 37: 中国——母婴产品零售市场总额，2010-2020年

附录——研究方法

研究方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com