

母婴产品零售 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“出生率低，且育龄期女性数量持续下降。不过，由于父母为孩子寻求更高质、更安全的产品，人均消费增多，母婴产品市场持续增长。发展放缓导致市场竞争日益激烈，更多零售商在这一分散的市场争夺份额。想获得成功，零售商不仅须让家长相信他们有种类多样、质美价优的产品，还要为父母提供更高质的服务。

- 郭马修，亚太趋势总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 理清基本点！
- 成为专家
- 提供更多设施

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

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.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 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您需要了解的

报告定义

综述

市场

数据 1: 中国——婴幼儿产品市场总销售额，2012-2022年

公司与品牌

数据 2: 中国——线上母婴产品零售市场中主要B2C零售交易额占比估值（按商品交易总额区分），2017年上半年

消费者

主要消费群体

数据 3: 消费者对婴幼儿护理产品需求的态度，2018年1月

购买渠道

数据 4: 过去6个月内消费者购买婴幼儿产品的渠道，2018年1月

选择因素

数据 5: 购买婴幼儿产品时主要消费者决定零售商的选择因素，2018年1月

研究渠道

数据 6: 研究婴幼儿相关问题时消费者信赖的信息渠道，2018年1月

育儿关注

数据 7: 育儿时消费者最为关注的方面，2018年1月

寻求的服务

数据 8: 消费者希望母婴实体店提供的服务，2018年1月

消费者态度

数据 9: 消费者对婴幼儿护理产品需求的态度，2018年1月

我们的观点

议题与洞察

理清基本点！

现状

启示

成为专家

现状

启示

提供更多设施

现状

启示

市场——您所需了解的

增长长期缓慢下滑

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

低出生率，高品质期望
从食品转向非食品

市场规模与预测

引言

数据 10: 中国——婴幼儿产品市场总销售额，2012-2022年

市场增长动力

出生率上升

数据 11: 中国——总出生率（每千人生育），2009-2016年

计划生育更多子女

数据 12: 有一个孩子的父母对生二胎的意愿，2015-2017年

低生育率，更少育龄期女性

数据 13: 中国——生育率（每名女性生育），1984-2015年

数据 14: 中国——育龄期（15-44岁）女性人口数量，2009-2016年

人均支出

数据 15: 中国——婴幼儿产品人均支出总计和年增速，2012-2017年

市场细分

食品、护理和喂养用品主导市场

数据 16: 中国——婴幼儿产品总市场销售额（按大类区分），2012-2017年

在线零售商市场份额逐渐加大

数据 17: 中国——线上母婴产品总零售额及在整体母婴产品零售额中的比例，2014-2017年

重点企业——您所需要了解的

综合性网站占据主导地位

重新关注实体体验

市场份额

线上零售平台

数据 18: 中国——线上母婴产品零售市场中主要B2C零售交易额占比估值（按商品交易总额区分），2017年上半年

线上母婴产品

数据 19: 中国——排名前五的专业母婴产品零售平台销售额（按商品交易总额区分），2016年

创新的竞争策略

线上/线下融合发展

愉快的店内体验

不仅仅是零售商

妈妈的小帮手

消费者——您所需要了解的

四种主要消费群体

线上渠道迎头追赶

服务成为关键区分点

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

专家意见

喂养和发育成长的专业知识

零售商必须变身为顾问

质量、价值和建设

主要消费群体

明确主要消费群体

数据 20: 消费者对婴幼儿护理产品需求的态度，2018年1月

线上便利寻求者

他们是谁

他们喜欢什么

如何向其营销

情感投入型父母

他们是谁

他们喜欢什么

如何向其营销

品质体验追求者

他们是谁

他们喜欢什么

如何向其营销

放养型父母

他们是谁

他们喜欢什么

如何向其营销

购买渠道

专卖店与线上综合性零售商持平

数据 21: 过去6个月内消费者购买婴幼儿产品的渠道，2018年1月

非私人化产品以线上购买为主

数据 22: 过去6个月内消费者购买婴幼儿产品（玩具、耐用品和服装平均值）的渠道（按主要消费群体区分），2018年1月

私人化产品以实体店购买为主

数据 23: 过去6个月内消费者购买婴幼儿产品（婴幼儿护理和喂养用品平均值）的渠道（按主要消费群体区分），2018年1月

选择因素

品质、价格和种类

数据 24: 购买婴幼儿产品时主要消费者决定零售商的选择因素，2018年1月

不同的选择因素（按性别区分）

数据 25: 购买婴幼儿产品时主要消费者决定零售商的选择因素（按性别和年龄区分），2018年1月

不同的选择因素（按主要消费群体区分）

数据 26: 购买婴幼儿产品时消费者决定零售商的选择因素（按主要消费群体区分），2018年1月

不同的选择因素（按教育水平区分）

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据 27: 购买婴幼儿产品时主要消费者决定零售商的选择因素 (按教育水平区分), 2018年1月

研究渠道

购物体验和专业知识的重要性

数据 28: 研究婴幼儿相关问题时消费者信赖的信息渠道, 2018年1月

婴幼儿产品研究渠道 (按主要人口特征区分)

数据 29: 研究婴幼儿产品时消费者信赖的信息渠道 (按主要人口特征区分), 2018年1月

育儿技能技巧研究渠道 (按主要人口特征区分)

数据 30: 研究育儿技能技巧时消费者信赖的信息渠道 (按主要人口特征区分), 2018年1月

安排全家外出活动的研究渠道 (按主要人口特征区分)

数据 31: 安排全家外出活动时消费者信赖的信息渠道 (按主要人口特征区分), 2018年1月

早教研究渠道 (按主要人口特征区分)

数据 32: 选择早教或培训机构时消费者信赖的信息渠道 (按主要人口特征区分), 2018年1月

育儿关注

哺育身心

数据 33: 育儿时消费者最为关注的方面, 2018年1月

育儿关注 (按父母出生年代区分)

数据 34: 育儿过程中消费者最为关注的方面 (按父母出生年代区分), 2018年1月

育儿关注 (按孩子数量区分)

数据 35: 育儿过程中消费者最为关注的方面 (按家庭结构区分), 2018年1月

育儿关注 (按教育程度区分)

数据 36: 育儿过程中消费者最为关注的方面 (按教育程度区分), 2018年1月

育儿关注 (按主要消费群体划分)

数据 37: 育儿过程中消费者最为关注的方面 (按主要消费群体区分), 2018年1月

寻求的服务

为什么零售商需要成为专家

数据 38: 消费者希望母婴实体店提供的服务, 2018年1月

寻求的服务 (按主要人口特征区分)

数据 39: 消费者希望母婴实体店提供的服务 (按主要人口特征区分), 2018年1月

主要消费群体寻求的服务

数据 40: 消费者希望母婴实体店提供的服务 (按主要消费群体区分), 2018年1月

寻求的服务 (按主要城市区分)

数据 41: 消费者希望母婴实体店提供的服务 (按主要城市区分), 2018年1月

消费者态度

对待服务的态度

数据 42: 消费者对母婴产品零售商服务的态度, 2018年1月

对待品质的态度

数据 43: 消费者对母婴产品零售商质量的态度, 2018年1月

对待信任的态度

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

母婴产品零售 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据 44: 消费者对母婴产品零售商信任的态度，2018年1月

对待选择的态度

数据 45: 消费者对母婴产品零售商选择的态度，2018年1月

主要消费群体的态度

数据 46: 消费者对婴幼儿护理需求的态度（按主要消费群体区分），2018年1月

附录——市场规模与预测

数据47: 中国——母婴产品市场总销售额，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com