

FROST & SULLIVAN

## 2022 年中国母婴连锁零售行业 独立市场研究报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系弗若斯特沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经弗若斯特沙利文公司事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，弗若斯特沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。弗若斯特沙利文开展的所有商业活动均使用“弗若斯特沙利文”或“Frost & Sullivan”的商号、商标，弗若斯特沙利文无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表弗若斯特沙利文开展商业活动。

目录

|  |    |
|--|----|
| 1. 中国母婴消费市场分析.....                     | 5  |
| 1.1 中国母婴消费市场的定义和产品分类.....              | 5  |
| 1.2 中国母婴消费市场产业链分析.....                 | 10 |
| 1.3 中国母婴消费市场规模.....                    | 11 |
| 1.4 中国母婴消费各渠道特点与连锁门店优势分析.....          | 12 |
| 1.5 中国母婴商品消费分析.....                    | 13 |
| 1.6 中国母婴消费监管政策分析.....                  | 14 |
| 2. 中国连锁母婴门店市场分析.....                   | 15 |
| 2.1 中国母婴消费连锁门店行业的定义和分类.....            | 16 |
| 2.2 中国母婴消费连锁门店运营模式分析.....              | 16 |
| 2.3 中国母婴消费连锁门店市场销售规模.....              | 16 |
| 2.4 中国母婴消费连锁门店市场门店数量规模.....            | 18 |
| 2.5 中国母婴消费连锁门店市场的市场驱动因素分析.....         | 19 |
| 2.6 中国母婴消费连锁门店市场的发展趋势分析.....           | 23 |
| 2.7 中国母婴消费连锁门店市场数智化程度分析.....           | 24 |
| 2.7.1 数智化中台定义及分类.....                  | 24 |
| 2.7.2 中国母婴消费市场数智化发展历程.....             | 25 |
| 2.7.3 中国母婴消费市场数智化现状.....               | 26 |
| 3. 竞争分析.....                           | 28 |
| 3.1 中国母婴消费连锁门店市场竞争格局概览.....            | 28 |
| 3.2 中国母婴消费连锁门店市场企业排名及市场份额分析.....       | 30 |
| 3.3 中国西南地区母婴消费连锁门店市场企业排名及市场份额分析.....   | 31 |
| 3.4 中国母婴消费加盟连锁门店市场企业排名及市场份额分析.....     | 32 |
| 3.5 中国西南地区母婴消费加盟连锁门店市场企业排名及市场份额分析..... | 33 |
| 附录.....                                | 35 |

|  |    |
|--|----|
| 图表 1 母婴商品类目 .....  | 5  |
| 图表 2 母婴服务类目 .....  | 9  |
| 图表 3 母婴消费产业链分析 .....   | 11 |
| 图表 4 中国母婴消费市场规模（以终端销售额计），中国，2018-2027E .....                     | 11 |
| 图表 5 中国母婴商品消费市场线上化率（以终端销售额计），中国，<br>2018&2022&2027E .....        | 12 |
| 图表 6 母婴消费各渠道特点 .....   | 13 |
| 图表 7 母婴商品消费品类拆分（以终端销售额计），中国，2022 .....                           | 14 |
| 图表 8 政策与行业监管分析 .....   | 14 |
| 图表 9 中国母婴消费连锁门店市场销售规模（以终端销售额计），中国，2018-<br>2027E .....           | 17 |
| 图表 10 中国母婴消费连锁门店市场销售规模拆分（以终端销售额计），中国，<br>2018-2027E .....        | 17 |
| 图表 11 中国母婴消费连锁门店市场销售规模拆分（以终端销售额计），中国，<br>2018-2027E .....        | 17 |
| 图表 12 中国母婴消费连锁门店市场销售规模（以门店数量计），中国，2018-<br>2027E .....           | 19 |
| 图表 13 中国母婴消费门店市场销售规模，及连锁门店市场销售规模（以门店数<br>量计），中国，2018-2027E ..... | 19 |
| 图表 14 城镇居民人均可支配收入，中国，2022 .....                                  | 20 |
| 图表 15 总出生人口数及常住人口出生率，中国，2022 .....                               | 21 |
| 图表 16 中国母婴消费连锁门店数智能化发展格局 .....                                   | 26 |
| 图表 17 中国母婴消费连锁门店规模格局 .....                                       | 28 |
| 图表 18 中国母婴消费连锁门店市场竞争格局概览 .....                                   | 29 |
| 图表 19 母婴消费连锁门店市场排名及市场份额（按店铺数量计），中国，2022<br>.....                 | 30 |
| 图表 20 母婴消费连锁门店市场排名及市场份额（按店铺终端销售额计），中<br>国，2022 .....             | 31 |
| 图表 21 母婴消费连锁门店市场排名及市场份额（按店铺数量计），中国西南地<br>区*，2022 .....           | 31 |
| 图表 22 中国西南地区母婴消费连锁门店竞争格局，按终端销售额计，2022 年 .....                    | 32 |
| 图表 23 母婴消费加盟连锁门店市场排名及市场份额（按加盟店铺数量计），中<br>国，2022 .....            | 33 |
| 图表 24 母婴消费加盟连锁门店市场排名及市场份额（按加盟店铺终端销售额<br>计），中国，2022 .....         | 33 |
| 图表 25 母婴消费加盟连锁门店市场排名及市场份额（按加盟店铺数量计），中<br>国西南地区*，2022 .....       | 34 |
| 图表 26 中国西南地区母婴消费加盟连锁门店竞争格局，按终端销售额计，2022<br>年 .....               | 34 |

## 方法论

沙利文于1961年在纽约成立，是一家独立的国际咨询公司，在全球设立45个办公室，拥有超过3,000名咨询顾问。通过丰富的行业经验和科学的研究方法，我们已经为全球1,000强公司、新兴崛起的公司和投资机构提供可靠的咨询服务。作为沙利文全球的重要一员，沙利文中国团队在战略管理咨询、融资行业顾问、市场行业研究等方面均奠定了良好的基础。

在市场行业研究方面，沙利文布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 沙利文依托中国活跃的经济环境，从高端制造、能源化工、通信与科技、航空航天、互联网、电子与安防、汽车与出行、新材料、医疗健康、消费零售等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，沙利文的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 沙利文融合传统与新型的研究方法，采用全面的测算模型，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在沙利文的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 沙利文秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。