2026-2031年中国婴童用品行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：婴童用品行业发展综述
1.1 婴童用品行业界定
1.1.1 婴童用品行业概念界定
1.1.2 婴童用品产品种类界定
1.2 婴童用品行业社会环境分析
1.2.1 家庭消费周期与消费特征分析
（1）家庭消费生命周期界定
（2）不同生命周期的消费特征
1.2.2 中国婴童规模分析
（1）全面二胎政策对婴儿出生影响
（2）人口出生情况
（3）0-14岁婴童数量情况
1.2.3 居民人均收入与消费支出
1.2.4 社会环境对婴童用品行业发展的影响分析
1.3 婴童用品行业发展现状分析
1.3.1 婴童用品行业市场规模
1.3.2 婴童用品行业消费结构
1.3.3 婴童用品行业消费特性
（1）不同年龄层需求差异较大
（2）购买者与消费者分离
1.4 婴童用品产业链利润分布
第2章：中国婴童食品市场发展分析
2.1 婴幼儿奶粉市场分析
2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况
2.1.2 婴幼儿奶粉市场发展特点
2.1.3 婴幼儿奶粉市场政策环境
2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场规模
（1）婴幼儿奶粉产量规模分析
（2）婴幼儿奶粉行业市场规模分析
2.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局
（1）婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局
（2）婴幼儿奶粉产品价格区间分布
（3）婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析
2.2 婴幼儿辅食市场分析
2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况
2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境
2.2.3 婴幼儿辅食行业市场规模
2.2.4 婴幼儿辅食市场竞争格局
（1）婴幼儿辅食市场品牌竞争格局
（2）婴幼儿辅食细分产品市场结构
2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景
2.3 婴幼儿奶粉与辅食消费状况调查
2.3.1 婴幼儿奶粉消费调查
（1）婴幼儿奶粉消费者群体画像
（2）婴幼儿奶粉消费者行为调查
2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查
第3章：中国婴童日用品市场分析
3.1 婴童洗护用品市场分析
3.1.1 婴童洗护用品市场发展概况
3.1.2 婴童洗护用品市场政策环境
3.1.3 婴童洗护用品市场发展特点

（1）婴童洗护用品市场产品结构
（2）婴童洗护用品市场消费特点
3.1.4 婴童洗护用品行业市场规模
3.1.5 婴童洗护用品市场竞争格局
（1）婴童洗护用品市场竞争现状
（2）婴童洗护用品市场竞争格局
（3）婴童洗护用品渠道竞争分析
3.1.6 婴童洗护用品市场发展前景
3.2 婴幼儿纸尿裤市场分析
3.2.1 婴幼儿纸尿裤市场发展概况
3.2.2 婴幼儿纸尿裤市场政策环境
3.2.3 婴幼儿纸尿裤市场规模现状
3.2.4 婴幼儿纸尿裤市场发展特点
（1）纸尿裤消费特征
（2）纸尿裤消费者画像
3.2.5 婴幼儿纸尿裤市场竞争格局
（1）婴幼儿纸尿裤市场发展现状
（2）婴幼儿纸尿裤品牌竞争格局
3.2.6 婴幼儿纸尿裤市场前景
3.3 婴童车、床市场分析
3.3.1 婴童车、床市场政策环境
3.3.2 婴童车、床市场发展特点
（1）婴童车、床市场消费特点
（2）婴童车、床市场运营特点
3.3.3 婴童车、床市场规模现状
（1）婴童车市场规模
（2）婴童床市场规模
3.3.4 婴童车、床市场竞争格局
（1）婴童车、床品牌竞争格局
（2）婴童车、床市场渠道竞争
3.3.5 婴童车、床市场前景
（1）婴童车、床发展趋势
（2）婴童车、床发展前景
第4章：中国婴童鞋、服及玩具市场发展分析
4.1 婴童服饰市场发展分析
4.1.1 婴童服饰市场发展概况
（1）婴童服饰市场现状
（2）婴童服饰市场特点
4.1.2 婴童服饰发展市场规模
4.1.3 婴童服饰市场政策环境
4.1.4 婴童服饰市场发展特点
（1）婴童服饰产品结构特点
（2）婴童服饰市场消费特点
（3）婴童服饰产业发展趋势
4.1.5 婴童服饰市场竞争格局
4.1.6 婴童服饰市场发展前景
4.2 婴童鞋产品市场发展分析
4.2.1 婴童鞋产品市场发展概况
4.2.2 婴童鞋产品发展市场规模
4.2.3 婴童鞋产品市场政策环境
4.2.4 婴童鞋产品市场竞争格局
（1）婴童鞋产品品牌竞争格局
（2）婴童鞋产品区域竞争格局
（3）婴童鞋市场渠道竞争分析
4.2.5 婴童鞋产品市场前景
4.3 婴童玩具市场发展分析
4.3.1 婴童玩具市场发展概况
（1）行业市场规模逐年增加
（2）行业线上渠道零售规模增加

4.3.2 婴童玩具市场政策环境
（1）国内政策标准
（2）国外标准
4.3.3 婴童玩具市场竞争格局
（1）婴童玩具发展阶段分析
（2）婴童玩具品牌竞争格局
4.3.4 婴童玩具市场前景
4.4 婴童可穿戴电子设备分析
4.4.1 可穿戴便携移动医疗设备市场规模
（1）中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析
（2）中国婴童可穿戴便携移动医疗设备市场规模分析
4.4.2 婴童可穿戴便携移动医疗设备主要产品分析
（1）孕妇手表和胎语仪
（2）婴儿脚环
4.4.3 婴童可穿戴便携移动医疗设备发展趋势
第5章：中国婴童用品进出口市场分析
5.1 行业进出口市场概述
5.1.1 婴童用品行业进出口概况
5.1.2 婴童用品行业进出口产品结构分析
5.2 婴童用品行业出口情况分析
5.2.1 婴童用品行业出口规模概述任
5.2.2 婴童用品行业出口产品结构
5.3 婴童产品行业出口产品类别分析
5.3.1 婴童食品类出口结构分析
5.3.2 婴童日用品类出口结构分析
5.3.3 婴童服装类出口结构分析
5.3.4 婴童玩具类出口结构分析
5.4 婴童用品行业进口情况分析
5.4.1 婴童用品行业进口概述
5.4.2 婴童用品行业进口产品结构
5.5 婴童用品行业进口产品类别分析
5.5.1 婴童食品类进口结构分析
5.5.2 婴童日用品类进口结构分析
5.5.3 婴童服装类进口结构分析
5.5.4 婴童玩具类进口结构分析
第6章：中国婴童用品行业营销分析
6.1 营销模式分析
6.1.1 婴童用品行业主要营销模式比较
（1）直接营销模式
（2）代理经销模式
（3）连锁卖场模式
（4）网络营销模式
（5）主要营销模式对比分析
6.1.2 婴童用品行业优秀营销模式案例分析
（1）直接营销模式优秀案例分析
（2）代理经销模式优秀案例分析
（3）连锁卖场模式优秀案例分析
（4）网络营销模式优秀案例分析
6.1.3 婴童用品行业营销模式创新建议
（1）渠道品牌化
（2）虚拟社区化
（3）专业连锁化
6.2 销售渠道分析
6.2.1 医务渠道
（1）医务渠道诞生于外企
（2）国内企业受益于医务渠道
（3）医务渠道案例分析-圣元的营销渠道分析
6.2.2 商超渠道
6.2.3 品牌专卖渠道

6.2.4 专营店渠道
6.2.5 网络渠道
6.2.6 批发市场渠道
6.2.7 不同销售渠道优劣势对比
6.3 营销案例分析
6.3.1 奶粉品牌营销案例分析
（1）飞鹤奶粉营销案例
（2）蒙牛“超女”营销案例
6.3.2 童装品牌营销案例分析
（1）ABC KIDS跨界营销
（2）好孩子信任之旅
6.3.3 玩具品牌营销案例
（1）奥迪营销案例
（2）好孩子营销案例
第7章：中国婴童用品行业领先企业经营分析
7.1 中国婴童食品领先企业分析
7.1.1 双城雀巢有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业奶粉种类及特性分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.1.2 雅士利国际控股有限公司
（1）企业发展简况
（2）企业主营业务与产品
（3）企业经营情况分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业竞争优劣势分析
7.1.3 美赞臣营养品（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业奶粉种类及特性分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.1.4 贝因美股份有限公司
（1）企业发展简况
（2）企业主营业务与产品
（3）企业经营情况分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业竞争优劣势分析
（6）企业最新发展动向
7.1.5 北大荒完达山乳业股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业奶粉种类及特性分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.1.6 黑龙江飞鹤乳业有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业奶粉种类及特性分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.1.7 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业技术优势分析
（5）企业销售渠道与网络

（6）企业优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
7.1.8 光明乳业股份有限公司
（1）企业发展简况
（2）企业主营业务与产品
（3）企业经营情况分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业竞争优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.1.9 圣元营养食品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业奶粉种类及特性分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.1.10 健合（H&H）国际控股有限公司
（1）企业发展简况
（2）技术水平
（3）主营业务与产品结构
（4）销售渠道与网络
（5）企业经营情况
（6）企业优劣势分析
7.2 中国婴童日用品领先企业分析
7.2.1 广州宝洁有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.2 强生（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.3 贝亲管理（上海）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.4 天津郁美净集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.5 恒安（中国）卫生用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.6 全日美实业（上海）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.7 北京金佰利个人卫生用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.8 宁波好孩子儿童用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.9 厦门帝尔特企业有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.10 宁波康贝儿童用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.3 中国婴童鞋服及玩具领先企业分析
7.3.1 浙江森马服饰股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业零售服装品类及特征
（4）企业营销渠道及销售网络
（5）企业发展优劣势分析
7.3.2 上海丽婴房婴童用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构情况
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.3 广东小猪班纳服饰股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业童装业务分析
（4）企业销售渠道分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.4 深圳市安奈儿股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业童装业务分析
（4）企业销售渠道分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.5 巴布豆（中国）儿童用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构情况
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.6 宁波一休有限责任公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.7 晋江市大黄蜂体育用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.3.8 奥飞娱乐股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营状况
（3）企业主营业务收入产品分布及玩具收入占比
（4）企业主营业务收入地区分布
（5）企业玩具制造业务布局
（6）企业发展玩具制造业务的优劣势分析
7.3.9 广东高乐股份有限公司
（1）企业基本信息
（2）企业经营状况
（3）企业主营业务收入产品分布及玩具收入占比
（4）企业主营业务收入地区分布
（5）企业玩具制造业务布局
（6）企业发展玩具制造业务的优劣势分析
7.3.10 广东邦宝益智玩具股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营状况
（3）企业主营业务收入产品分布及玩具收入占比
（4）企业主营业务收入地区分布
（5）企业玩具制造业务布局
（6）企业发展玩具制造业务的优劣势分析
7.3.11 星辉互动娱乐股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营状况
（3）企业主营业务收入产品分布及玩具收入占比
（4）企业主营业务收入地区分布
（5）企业玩具制造业务布局
（6）企业发展玩具制造业务的优劣势分析
第8章：中国婴童用品行业前景分析
8.1 中国婴童用品行业发展前景分析
8.1.1 婴童用品行业发展趋势分析
8.1.2 新生代消费者，激发婴童产业新的商业模式
（1）“80、90后”父母VS“00、10后”婴童
（2）O2O母婴连锁：多点发力，极致购物体验
（3）Zulily：闪购模式创造母婴用品快时尚神话
（4）IP+衍生品：满足儿童兴趣，成就商品销售
8.1.3 婴童用品行业市场前景分析
8.2 中国婴童用品行业投资前景分析
8.2.1 婴童用品行业投资现状分析
8.2.2 婴童用品行业投资前景分析
（1）婴童消费潜力巨大，消费升级带来市场增长
（2）婴童商品消费：消费需求提升，竞争格局因行业而异

图表目录

图表1：婴童用品行业概念界定
图表2：婴童用品产品种类
图表3：婴童用品行业细分行产品

图表4：家庭消费生命周期
图表5：不同生命周期的家庭消费特征
图表6：2016-2025年中国人口出生率（单位：‰）
图表7：2015-2025年中国出生人口数量（单位：万人）
图表8：2017-2025年中国婴童（0-14岁）数量（单位：万人）
图表9：2016-2025年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表10：2016-2025年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）
图表11：2020-2025年中国母婴行业市场规模（单位：万亿元，%）
图表12：2020-2025年中国婴童用品市场规模（单位：亿元，%）
图表13：2020-2025年中国婴童人均消费支出增速与居民人均消费支出增速对比（单位：%）
图表14：2025年中国婴童用品细分产品消费结构（单位：%）
图表15：2025年中国不同年龄段婴童用品消费结构
图表16：中国婴童用品产业链利润分布（单位：%）
图表17：中国婴幼儿奶粉行业状态描述总结表
图表18：婴幼儿奶粉市场的特点分析
图表19：2021-2025年中国婴幼儿奶粉主要相关政策
图表20：2002-2025年婴幼儿奶粉行业主要相关标准
图表21：截至2025年中国婴幼儿奶粉配方注册情况（单位：个）
图表22：2018-2025年中国婴幼儿奶粉市场规模（单位：亿元，%）
图表23：中国婴幼儿配方奶粉品牌阶梯
图表24：2025年前后国外奶粉品牌市场占有率对比（单位：%）
图表25：2025年中国奶粉业品牌竞争格局（%）
图表26：2025年中国婴幼儿配方奶粉市场品牌竞争格局（%）
图表27：2014-2025年我国婴幼儿奶粉零售价走势（单位：元/千克）
图表28：2025年各线城市国产品牌和外资品牌市场份额对比（单位：%）
图表29：2025年中国消费者购买婴幼儿奶粉的渠道分布（单位：%）
图表30：婴幼儿辅食种类
图表31：2012-2025年我国出台与婴幼儿辅食相关的政策
图表32：2014-2025年中国婴幼儿辅食行业主要相关标准
图表33：2017-2025年中国婴幼儿辅食市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表34：2025年中国婴幼儿辅食品牌TOP10
图表35：2025年中国婴幼儿辅食细分产品市场结构（%）
图表36：2026-2031年中国婴幼儿辅食市场容量预测（单位：亿元）
图表37：2025年中国消费者对进口/国产婴幼儿奶粉的购买意愿（按收入水平分）（单位：%）
图表38：2025年中国消费者对进口/国产婴幼儿奶粉的购买意愿（按学历分）（单位：%）
图表39：2025年中国消费者对进口/国产婴幼儿奶粉的购买意愿（按职业身份分）（单位：%）
图表40：2025年中国消费者购买婴幼儿奶粉的价格分布（单位：%）
图表41：2025年中国不同城市等级消费者购买婴幼儿奶粉的渠道分布（单位：%）
图表42：2025年中国消费者购买婴幼儿奶粉最关注的元素（单位：%）
图表43：2025年中国网民购买母婴幼儿辅食渠道（单位：%）
图表44：2025年中国消费者购买婴幼儿辅食满意度调查（单位：%）
图表45：2025年中国消费者购买婴幼儿辅食TOP5考虑因素（单位：%）
图表46：2025年中国消费者购买婴幼儿辅食品牌类型（单位：%）
图表47：2025年中国消费者对婴幼儿辅食行业期待（单位：%）
图表48：婴幼儿洗护用品分类
图表49：国内外洗发产品品牌
图表50：我国家庭购买婴儿洗护用品月平均消费（单位：元）
图表51：2020-2025年中国婴童专用护理产品市场规模（单位：亿元，%）
图表52：2025年中国婴幼儿洗护用品市场企业市场占有率（单位：%）
图表53：婴幼儿洗护用品渠道发展趋势
图表54：2026-2031年中国婴童洗护用品市场规模预测（单位：亿元）
图表55：2017-2025年中国婴幼儿纸尿裤行业主要相关标准
图表56：2013--2020年中国婴幼儿纸尿裤市场规模（单位：亿元，%）
图表57：纸尿裤产品购买消费者特征分析（单位：%）
图表58：消费者选购纸尿裤关注的因素分析（单位：%）
图表59：消费者每片纸尿裤接受的价格区间（单位：%）
图表60：2025年中国婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局（单位：%）
图表61：典型纸尿裤品牌性能对比表
图表62：2026-2031年中国纸尿裤需求市场规模预测（单位：亿元）

图表63：中国儿童家具相关标准
图表64：2014--2020年中国婴儿车市场规模（单位：亿元，%）
图表65：2016--2020年中国婴儿床市场规模（单位：亿元，%）
图表66：我国童车市场竞争格局
图表67：国内婴儿床市场主要品牌
图表68：实木婴儿床的优势
图表69：2021--2026年中国婴儿车市场规模预测（单位：亿元）
图表70：2021--2026年中国婴儿床市场规模预测（单位：亿元）
图表71：2020-2025年中国童装市场规模（单位：亿元，%）
图表72：中国婴童服饰主要相关政策
图表73：中国婴童服饰相关标准
图表74：中国婴幼儿服饰消费特点
图表75：2025年我国童装行业品牌竞争格局（单位：%）
图表76：2021-2025年我国童装行业高低端品牌占比情况（单位：%）
图表77：2026-2031年中国婴童服饰市场规模预测（单位：亿元）
图表78：2020-2025年中国婴童鞋市场规模（单位：亿元，%）
图表79：婴童鞋产品相关标准
图表80：2025年中国童鞋市场品牌竞争格局（%）
图表81：中国婴幼儿童生产区域分布
图表82：2026-2031年中国婴童鞋市场规模预测（单位：亿元）
图表83：2019-2025年中国婴童玩具市场规模变化情况（单位：亿元，%）
图表84：2021-2025年中国婴童玩具线上和线下渠道零售规模占比变化情况（单位：%）
图表85：中国婴童玩具主要相关政策
图表86：国内婴童玩具相关标准
图表87：国外婴幼儿玩具相关标准
图表88：国内主要玩具上市企业市场布局情况表
图表89：2026-2031年中国婴童玩具市场规模预测（单位：亿元）
图表90：2019-2025年我国可穿戴便携移动医疗设备市场规模（单位：亿元，%）
图表91：2019-2025年我国婴童可穿戴便携移动医疗电子设备市场规模（单位：亿元，%）
图表92：婴童可穿戴便携移动医疗设备主要产品
图表93：2021-2025年中国婴童用品行业进出口状况表（单位：亿元）
图表94：婴童用品进出口分类
图表95：2021-2025年中国婴童用品行业出口额情况（单位：亿元）
图表96：2021-2025年中国婴童用品行业主要出口产品结构表（单位：千吨，亿元）
图表97：2025年婴童用品行业主要出口产品结构图（按金额）（单位：%）
图表98：2021-2025年婴童食品类出口产品概况（单位：百吨，百万元）
图表99：2025年婴童食品类出口产品结构图（按金额）（单位：%）
图表100：2021-2025年婴童日用品类出口趋势图（单位：万吨，亿元）
图表101：2025年婴童日用品类出口产品结构图（按金额）（单位：%）
图表102：2021-2025年婴童服装类出口产品趋势图（单位：十吨，百万元）
图表103：2025年婴童服装类出口产品结构图（单位：%）
图表104：2021-2025年婴童玩具类出口趋势图（单位：万吨，亿元）
图表105：2025年婴童玩具类出口产品结构图（单位：%）
图表106：2021-2025年中国婴童用品行业进口额情况（单位：亿元）
图表107：2021-2025年中国婴童用品行业主要进口产品结构表（单位：百吨，亿元）
图表108：2025年婴童用品行业主要进口产品结构图（按金额）（单位：%）
图表109：2021-2025年婴童食品类进口产品趋势图（单位：万吨，亿元）
图表110：2025年婴童食品类进口产品结构图（按金额）（单位：%）
图表111：2021-2025年婴童日用品类进口趋势图（单位：吨，万元）
图表112：2025年婴童日用品类进口产品结构图（单位：%）
图表113：2021-2025年婴童服装类进口产品趋势图（单位：吨，万元）
图表114：2025年婴童服装类进口产品结构图（单位：%）
图表115：2021-2025年婴童玩具类进口趋势图（单位：吨，万元）
图表116：2025年婴童玩具类进口产品结构图（单位：%）
图表117：婴童用品行业主要营销模式优劣势对比
图表118：2021-2025年中国母婴消费渠道细分（按销售额）（单位：%）
图表119：婴童用品行业不同销售渠道优劣势对比
图表120：“好孩子：New辣妈运动”广告营销案例分析
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！