



母婴行业发展趋势洞察报告

人口新形势下，互联网母婴市场迎来发展新机遇

月狐数据 (MoonFox Data)

2024年9月



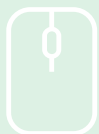
研究说明



研究范畴

本报告主要聚焦中国母婴市场，分析宏观环境变化、母婴消费、母婴平台运营等内容，帮助市场了解当下母婴市场的发展现状和趋势，同时列举头部企业案例进行分析。

报告研究范围主要为母婴行业、母婴平台等。



➤ 数据说明

报告收集多类数据源进行综合分析研究，包括：

1. 政府公布、市场公开、媒体披露、企业财报等公开数据和资料；
2. 月狐数据：是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法，月狐数据先后推出移动应用数据（iApp-旗舰版、小程序版、厂商版、海外版）、品牌洞察数据（iBrand）、营销洞察数据（iMarketing）、金融另类数据等产品，以及提供月狐研究院的专业研究咨询服务，旨在用数据帮助企业洞察市场增量，赋能商业精准决策。
3. 月狐调研数据：通过月狐调研平台进行网络调研，收集有效样本505份。

核心洞察

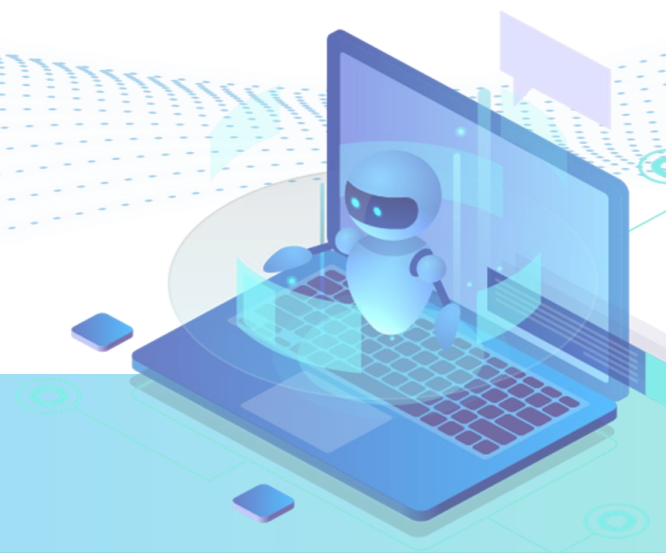
- 01 母婴市场发展新机遇：**在当前我国生育行为和意愿趋于保守谨慎的社会环境下，育儿家庭在子女养育的经济支持方面仍然表现出积极的态势，推动母婴市场规模持续扩大，展现出积极的市场活力和乐观的增长趋势。
- 02 母婴服务链条双向扩展：**母婴服务链正向家庭全方位精细化需求扩展，贯穿从备孕到学龄期的全周期服务，覆盖从孕妈到孩子再到家庭的多元需求，推动母婴行业服务价值向深度与广度双重提升。
- 03 母婴行业生态多元化：**移动互联网母婴平台展现出多元化特征，涵盖母婴垂直平台、女性大健康平台、早期教育平台和泛母婴内容平台等，这些平台通过提供专业内容、社区互动、实用工具等服务，满足不同群体的特定需求，共同丰富母婴市场服务形态。
- 04 母垂平台专业价值凸显：**在信息碎片化的大环境下，母婴垂直平台在流量生态中的价值日益凸显，现已成为连接母婴用户与家庭服务的关键枢纽。母垂平台以其专业性和体系化，为用户提供从备孕期开始的全方位全周期支持。
- 05 母婴服务更趋高效和专业：**母婴用户使用偏好正在转向能够一站式整合多元化服务的母婴平台，这些平台通过整合服务流程，提供便捷且高效的解决方案，精准对接用户对于高效育儿服务的迫切需求，推动母婴服务领域向更高效、专业的方向发展。
- 06 母婴用户向学习型转变：**母婴用户从信息接收者转变为主动的成长型学习者，积极寻求科学系统的育儿指导，持续优化育儿实践。母婴垂直平台通过构建体系化的高质量科学内容体系，全方位满足母婴用户的学习需求，成为母婴用户育儿路上的得力助手。
- 07 母婴消费越卷越细分：**母婴消费市场正趋向多样化和个性化，家长对分龄分层等精细化母婴产品愈发关注，以满足不同成长阶段、不同婴童群体的特定需求，推动了母婴产品与服务的创新和多样化发展。
- 08 母婴用户共情需求凸显：**母婴用户在寻求专业内容及服务支持的同时，也期待全社会提供更深层次的关注与共情，以满足其在孕产育儿旅程中的情感需求、价值体现、生活主张等。因此，生育友好型社会需从家庭到社区再到社会的多维度共同努力。

CONTENTS

01 | 母婴市场与宏观背景

02 | 母婴行业发展特征

03 | 母婴行业发展趋势



第一章

母婴市场与宏观背景



宏观背景：生育行为总体趋于保守谨慎，生育意愿受区域及经济因素影响较大

■ 生育观念：功利性生育需求减少，人们的生育行为更受情感需求和经济成本驱动

- 随着社会的发展和个人意识的觉醒，生育行为不再仅仅基于增加劳动力或满足传统家庭结构的原因，而是更多受到个人情感需求和对生活质量的追求所驱动；并且，人们的生育行为也越来越受到经济成本约束，在生育决策上更加审慎。

■ 生育偏好：经济支撑和生育环境持续影响生育行为，生育偏好受区域和经济因素影响

- 经济发展程度高的省市，如广东、江苏等，凭借其强大的经济实力和完善的社会保障体系，为家庭生育提供了有力支撑。
- 为应对人口结构变化，部分省市出台鼓励生育的政策措施，如提高生育津贴、延长产假等，在一定程度上激发人们生育意愿。同时，改善教育、医疗等公共服务设施，优化生育环境，也为提升生育率创造有利条件。

■ 生育趋势：政策激励和属相偏好等多元因素影响下，2024年上半年多地出生人口数呈现向好趋势

- 广东省：2024年1-6月活产数同比增幅为1.4%
- 山东省青岛市：2024年1-6月户籍人口出生数同比增长5.93%。
- 陕西省宝鸡市：2024年1-6月接生新生儿数同比增长10.7%。
- 内蒙古阿拉善盟：2024年1-6月出生人口同比增长7.30%。

数据来源：国家统计局

2023年各省市新生人口数量和GDP情况

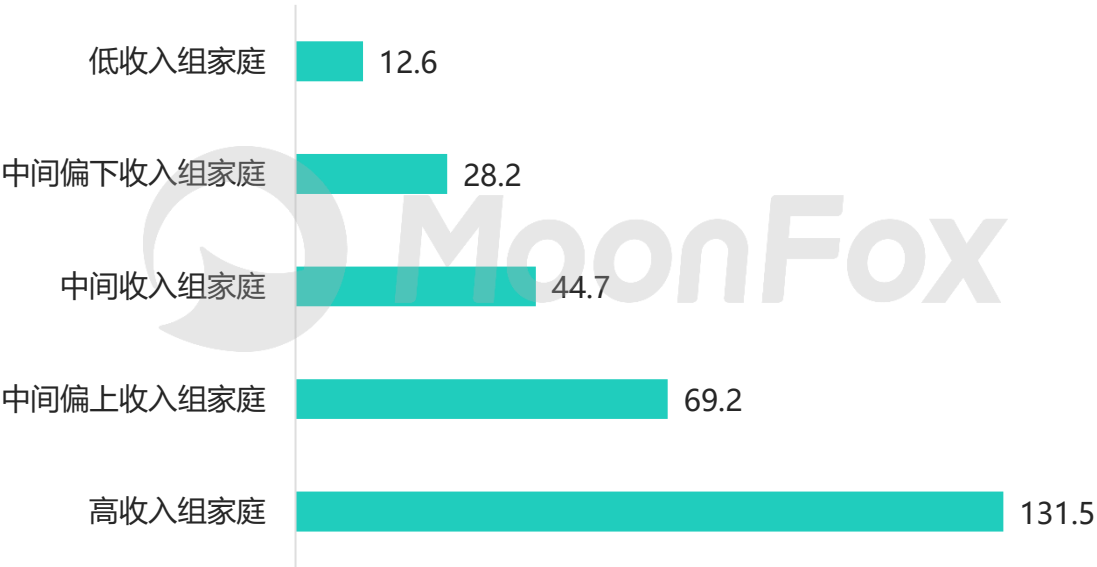
序号	省市区	2023年新生儿人口	2023年地区GDP (括号内为各省市GDP排名)
1	广东	103.7万	13.567万亿元（1）
2	河南	69.5万	5.913万亿元（6）
3	山东	61.8万	9.207万亿元（3）
4	四川	52.9万	6.013万亿元（5）
5	河北	41.8万	4.394万亿元（12）
6	贵州	41.2万	2.091万亿元（22）
7	江苏	40.9万	12.822万亿元（2）
8	广西	40.5万	2.72万亿元（19）
9	湖南	39.9万	5.001万亿元（9）
10	安徽	39.5万	4.705万亿元（11）

宏观背景：育儿家庭在子女养育的经济支持上展现积极态势

■ 收入因素：随着家庭收入的提升，育儿家庭对子女教育和成长的资金投入和资源配置也相应增加

- 随着家庭经济状况的改善，也更愿意为孩子营造更高质量的生活和成长环境，使得家长们有更多的资源去关注和投资孩子的全面发展，开始注重孩子全面发展的每一个细节，包括提供健康营养的饮食、舒适的居住环境以及丰富的文娱活动等。

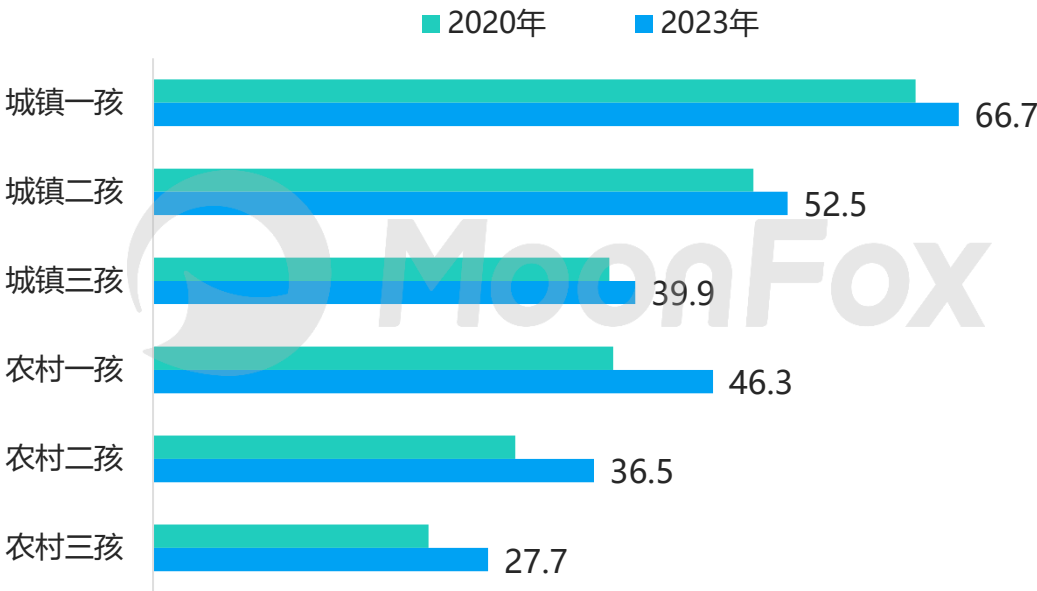
各收入组家庭0-17岁孩子的平均养育支出（单位：万元）



■ 区域因素：经济进步和家庭价值观的转变正在促进农村和城镇在孩子抚养投入上的差距缩小

- 对比2023年和2020年养育支出，城镇各孩次的平均养育支出增长了5.7%，农村各孩次的平均养育支出增长了21.7%，农村地区在孩子抚养上的经济投入正在迅速增加，与城镇地区的差距正在逐步缩小，农村地区家庭对孩子成长和教育的重视程度不断提升。

各区域家庭0-17岁孩子的平均养育支出（单位：万元）

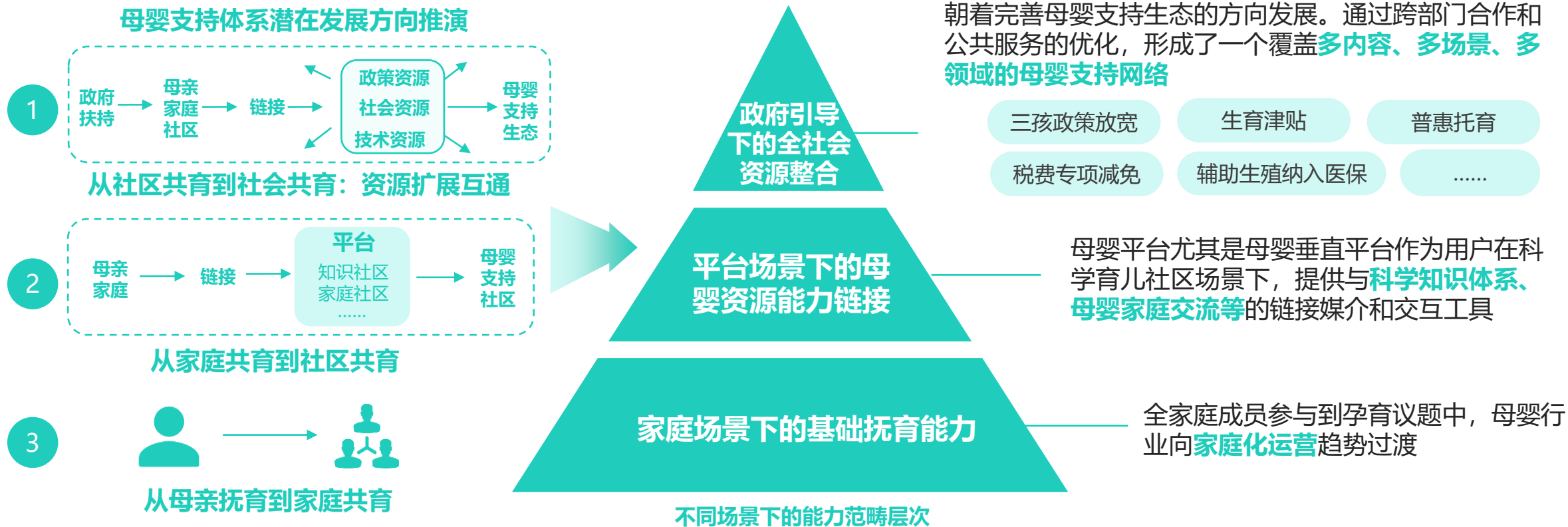


数据来源：育娲人口研究《中国生育成本报告2024版》《中国生育成本报告2022版》

宏观背景：持续倡导社会共育，生育友好型社会逐渐形成

孕育从传统的个体家庭责任向社会集体责任扩展，母婴支持体系向社会共育转变

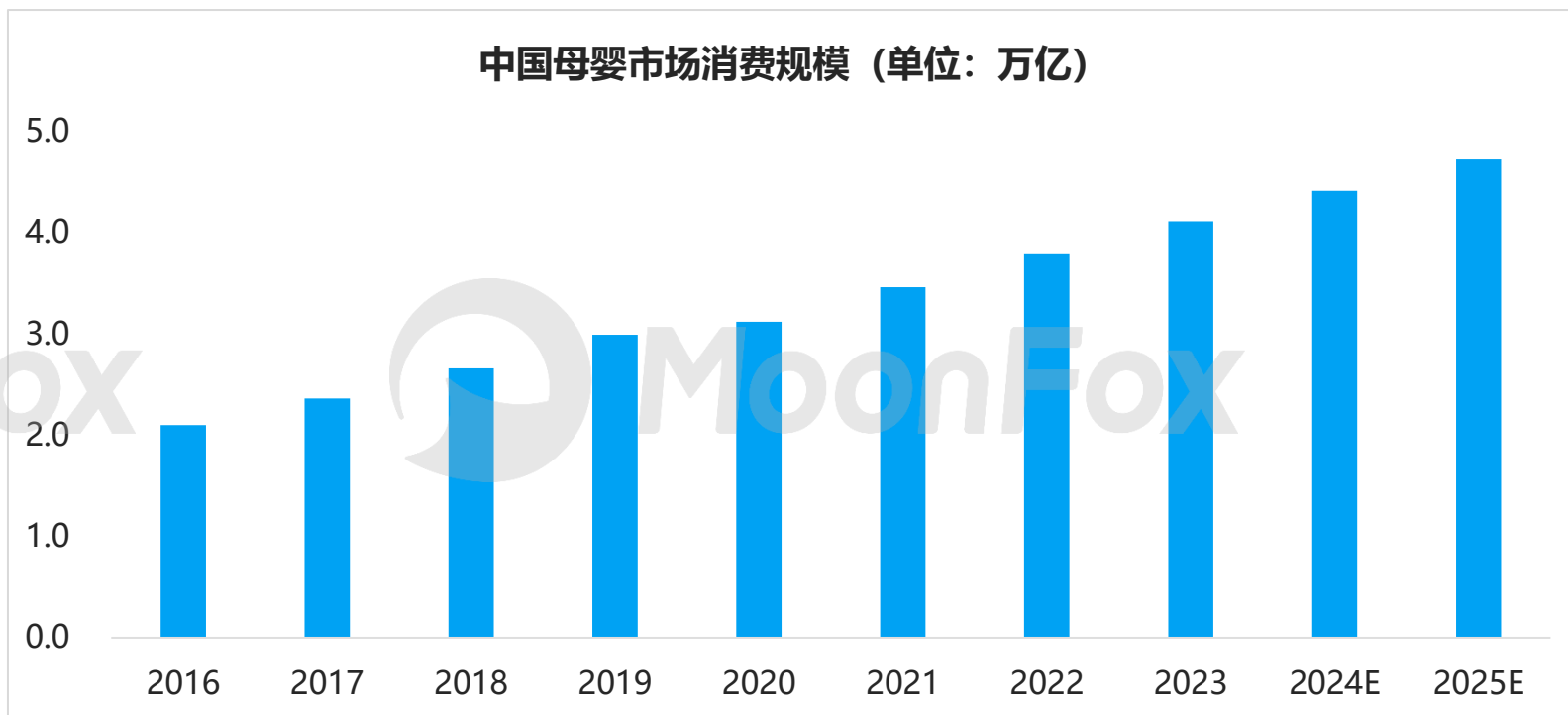
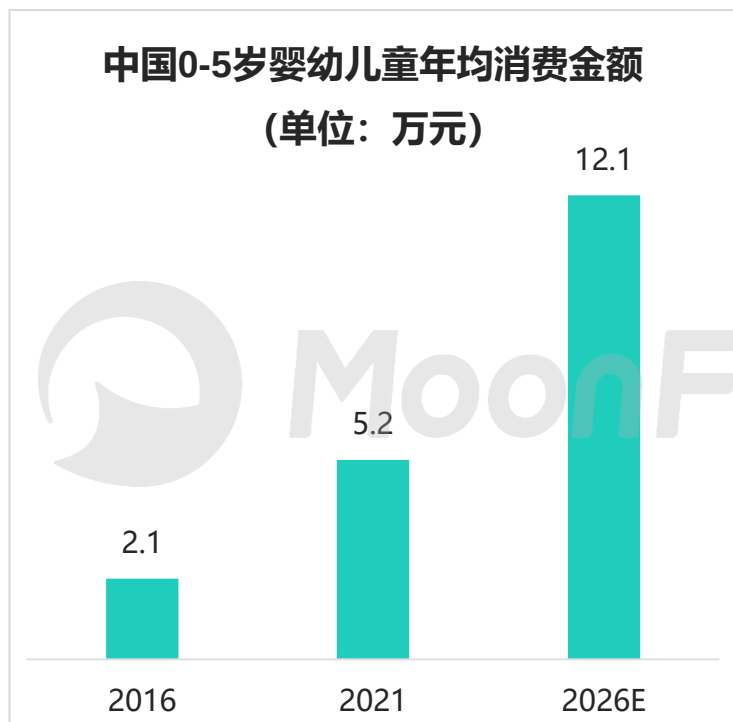
- 随着家庭共育、社区共育到社会共育的逐渐演变，政府对生育的扶持越来越全面和深入，越来越多的服务和资源被整合到母婴孕育议题中，共同构建更加完善和成熟的母婴支持网络，共同承担抚育下一代的责任，为母婴群体提供更加多样化和个性化的服务，以及更加全面和均衡的支持，促进母婴群体的健康和福祉。



市场规模：得益于产品服务不断深化，母婴市场规模稳中有升

母婴市场的需求和消费能力不断扩大，母婴市场保持长期的活力和增长潜力

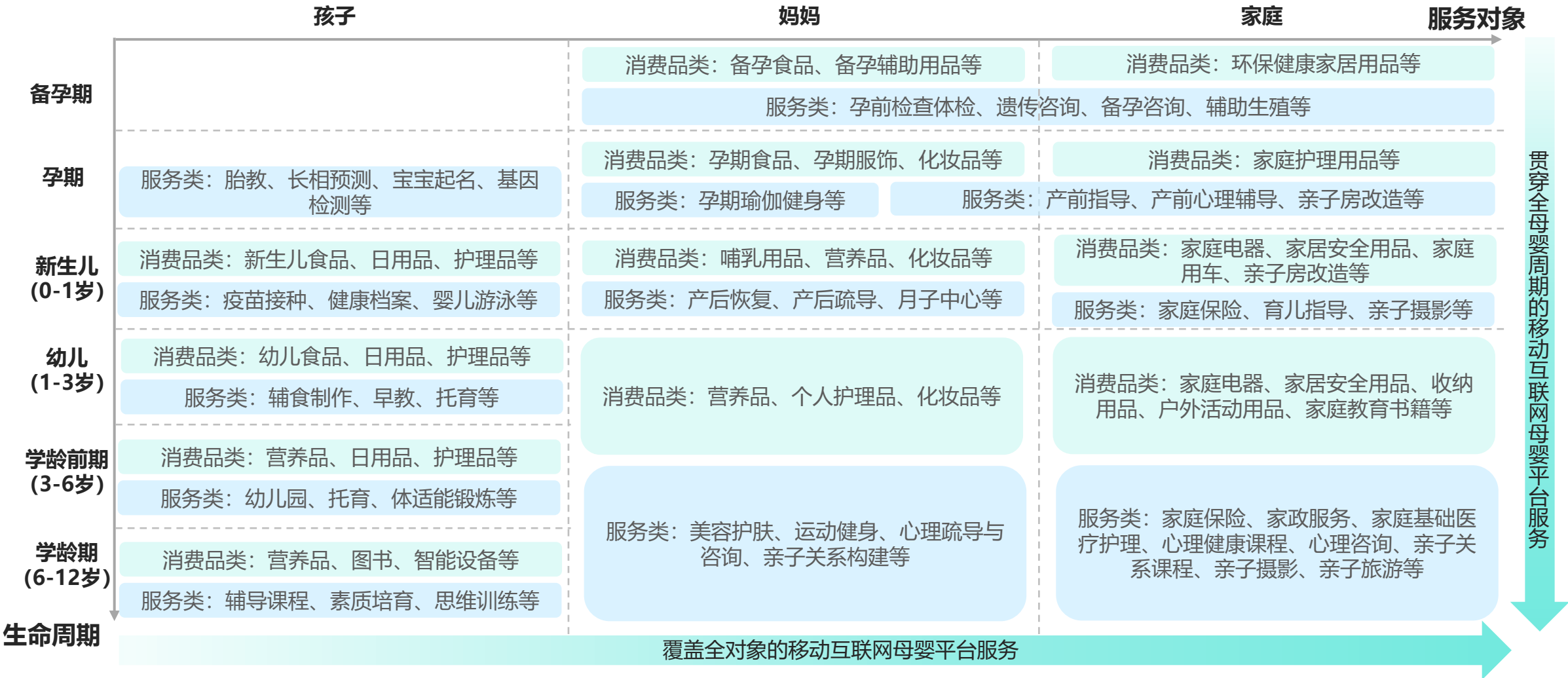
- 我国0-5岁婴幼儿的平均年度消费金额自2016年的2.1万元起，至2021年已增长至5.2万元，并且预计这一数字将在2026年翻升至12.1万元。与此同时，我国母婴市场的消费规模也呈现出稳健的增长势头，自2016年的万亿级市场规模开始，每年都在稳步上升。我国母婴市场的持续稳健增长不仅表现在消费金额的显著增加上，更体现在消费结构的不断丰富和细化，我国家庭对母婴亲子的投入越来越注重品质和个性化，母婴市场正朝着更加专业化和细分化的方向发展。



数据来源：魔镜洞察，月狐数据整理；母婴市场消费规模包括线上线下母婴消费品及母婴相关服务

产业情况：母婴服务链双向扩展，满足家庭全方位精细化需求

母婴行业产业分布情况

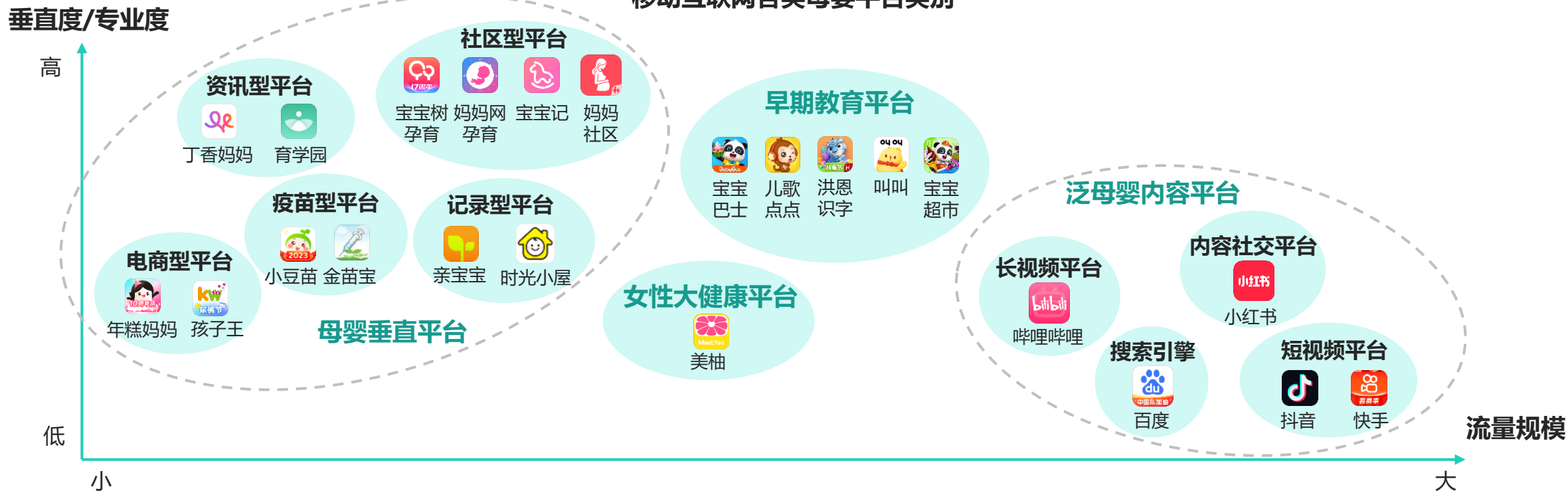


平台生态：母婴行业多元线上平台构建成熟母婴服务生态

移动互联网各母婴平台为母婴用户提供多元产品和服务

- 移动互联网母婴平台中，平台类别呈现多元化特征，分别有母婴垂直平台、女性大健康平台、早期教育以及泛母婴内容平台，在这些平台中，母婴垂直平台凭借高专业度和垂直度，为用户提供从孕期到育儿期的全方位支持，提供精准的母婴服务。
- 而在母婴垂直平台中，根据各平台的服务侧重点不同，可细分为以宝宝树孕育为代表的专注于提供多元内容和社区互动的社区型母垂平台、以亲宝宝为代表的侧重提供家庭记录功能的记录型平台、以丁香妈妈为代表的资讯型平台以及以年糕妈妈为代表的电商型平台等。

移动互联网各类母婴平台类别



平台生态：母婴行业各平台提供各具特点的产品服务

母婴垂直平台在提供专业内容和多元母婴服务方面展现出显著优势

- 在母婴消费市场中，各类平台展现出各自的优势与特点。社区型母婴垂直平台专注于为核心母婴用户提供精准服务和专业内容，构建了成熟的母婴社区体系；女性大健康平台则依托其广泛的女性用户基础，为母婴服务的孵化和转化提供了坚实的基础；早期教育平台通过完善的早教内容体系，满足了母婴用户群体的家庭教育需求；泛母婴内容平台则凭借其庞大的流量规模，为母婴兴趣用户提供了丰富的内容服务。尽管各平台在专业度和运营效率上存在差异，但它们共同推动了母婴市场的多元化发展，满足不同用户群体的特定需求。

各类母婴平台服务对象及服务优劣势分析

	社区型母垂平台 	记录型母垂平台 	女性大健康平台 	早期教育平台 	内容社交平台 
服务对象	核心母婴用户（妈妈、孩子、家庭）	核心家庭用户（妈妈、爸爸、家庭）	女性圈层用户（女性）	核心婴幼儿用户（孩子）	泛母婴用户（妈妈、家庭）
服务特点	提供针对性、精准性母婴工具与内容服务	提供陪伴型母婴生活记录服务	提供女性全生命周期服务	提供体系化早教内容	为母婴兴趣用户提供内容服务
劣势	垂类行业面临多行业玩家切入，竞争愈趋激烈	行业多平台融入记录功能，平台差异化竞争激烈	专业度较母垂平台低 用户品牌认知尚需扭转	提供单一早教服务，无法覆盖母婴多样化需求	专业度不足 母婴运营效率较低
优势	✓ 母婴全功能体系 ✓ 母婴专业内容体系 ✓ 母婴成熟社区体系 ✓ 专业的母婴工具产品	✓ 便于家庭互动与共享 ✓ 私密且安全的记录空间	✓ 女性用户基础盘扎实，利于后续母婴服务转化	✓ 早教内容体系完善 ✓ 用户教育成本低，用户认知度和认可度均较高	✓ 流量规模庞大

社区型母垂平台：一站式高效解决母婴生活难题

- 社区型母垂平台以其专业百科和多元服务，成为父母育儿路上的得力助手。通过提供丰富的科普知识，这些平台帮助用户积累育儿知识，同时，针对育儿过程中的各类痛点，平台通过商品推荐等服务形式，为用户精准提供解决方案，实现从知识到实践的全方位支持

专业百科



专业科普
充实育儿
知识储备

多元服务



多元服务
形式解决
育儿痛点

商品推荐



根据痛点
推荐合适
商品

用户生态：母婴行业各平台核心服务对象差异化特征明显

各类母婴行业平台为不同需求和特征的用户群体提供差异化服务

- 社区型母垂平台如宝宝树孕育，主要吸引适婚适育及育儿关键期的女性，其年轻用户基础扎实，专注于为年轻妈妈提供育儿支持和构建活跃的社区环境；而记录型平台如亲宝宝，则以家庭共育为核心，用户年龄分布较均衡，契合了家庭对记录工具与功能的迫切需求；女性大健康平台如美柚则专注于年轻女性；泛内容平台如小红书、抖音等在吸引广泛用户群体方面具备一定优势，用户群体呈现多元化。

	社区型母垂平台	记录型母垂平台	资讯型母垂平台	女性大健康平台	泛内容平台	
	 宝宝树孕育	 亲宝宝	 丁香妈妈	 美柚	 小红书	 抖音
性别分布	女性, 82.0%	女性, 79.5%	女性, 81.5%	女性, 91.5%	女性, 61.2%	女性, 45.8%
年龄分布	<=25岁 22.4%	<=25岁 19.0%	<=25岁 23.3%	<=25岁 39.4%	<=25岁 33.0%	<=25岁 27.4%
	25-35岁 50.9%	25-35岁 36.6%	25-35岁 49.0%	25-35岁 44.4%	25-35岁 30.9%	25-35岁 29.2%
	36-45岁 22.4%	36-45岁 29.0%	36-45岁 23.4%	36-45岁 15.0%	36-45岁 22.1%	36-45岁 23.4%
	>=46岁 4.4%	>=46岁 15.5%	>=46岁 4.3%	>=46岁 1.3%	>=46岁 14.0%	>=46岁 20.1%
人群特征	✓ 以适婚适育以及处于育儿关键期的女性为主 ✓ 年轻用户基础扎实	✓ 以家庭共育人群为主 ✓ 年龄分布均衡	✓ 女性用户集中度高 ✓ 年轻父母占比较高	✓ 以年轻女性为主	✓ 以追求生活品质的年轻用户为主 ✓ 用户群体多元化	✓ 广泛的年龄层覆盖 ✓ 性别分布均衡

数据来源：月狐iMarketing，数据周期：2024.08

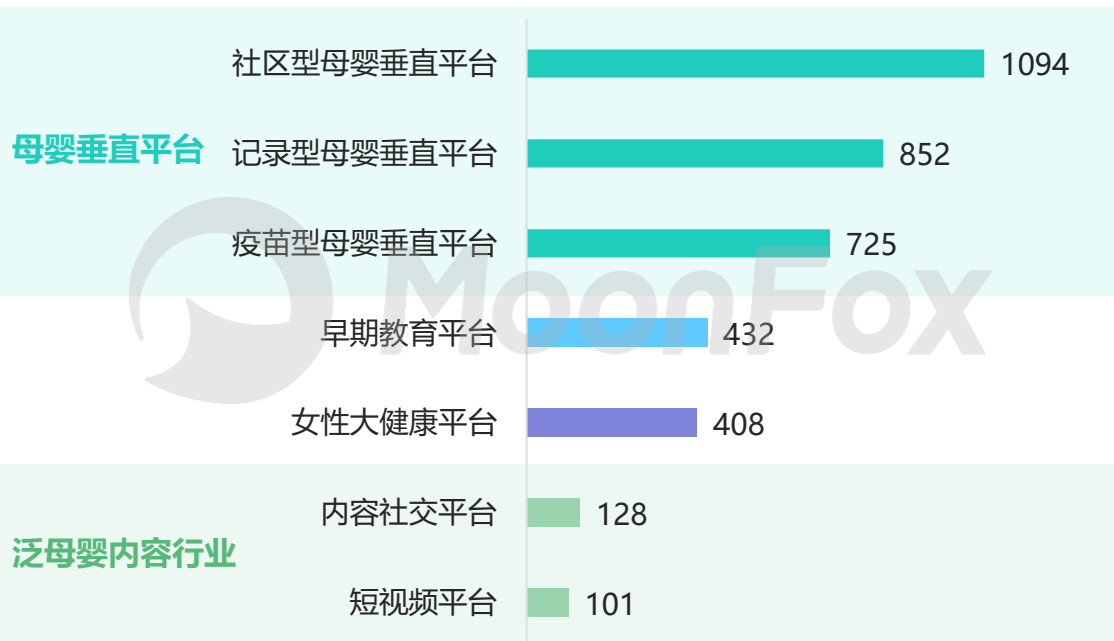
母垂定位：母垂平台的母婴人群浓度高于其他平台

凭借专业性和针对性，母垂平台在母婴人群中的角色地位日益核心化

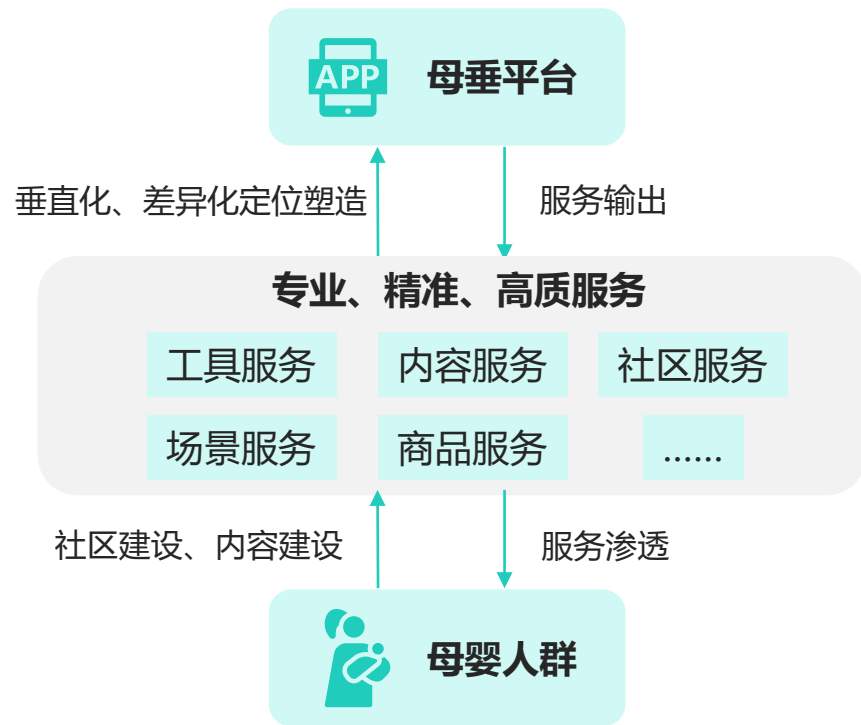
- 在母婴人群孕育过程中，母婴垂直平台以其精准定位和差异化服务，提供了专业、高效的解决方案，并通过社区建设、内容建设和服务渗透等，构建了强大的用户粘性和使用偏好，进一步巩固了其在母婴行业中的核心地位。

母婴垂直平台聚集高浓度母婴人群

母婴人群移动互联网行业偏好 (TGI)



母婴垂直平台专业服务输出



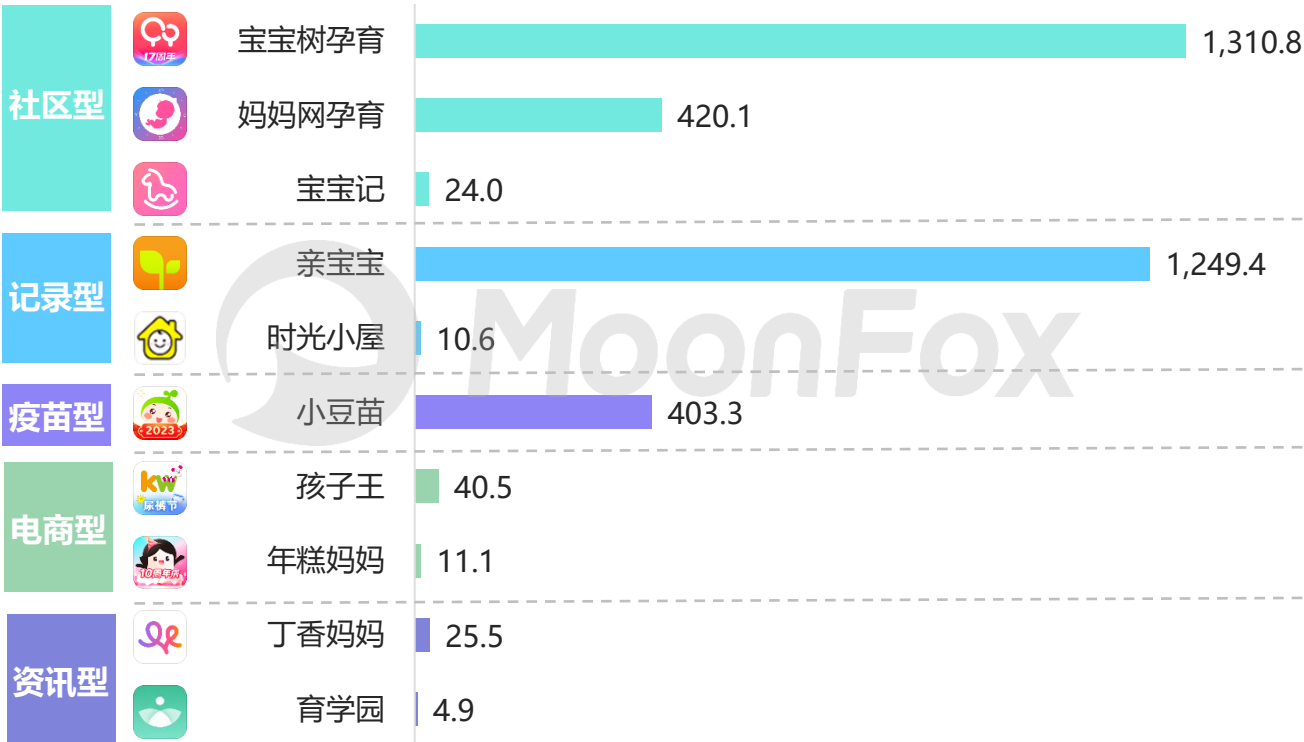
数据来源：月狐iMarketing，数据周期：2024.08；TGI：母婴人群各行业的占比，与全体网民各行业比例的比值，TGI=100即全网平均水平，TGI越高人群偏好越强

平台格局：母婴群体使用集中，头部企业领先态势凸显

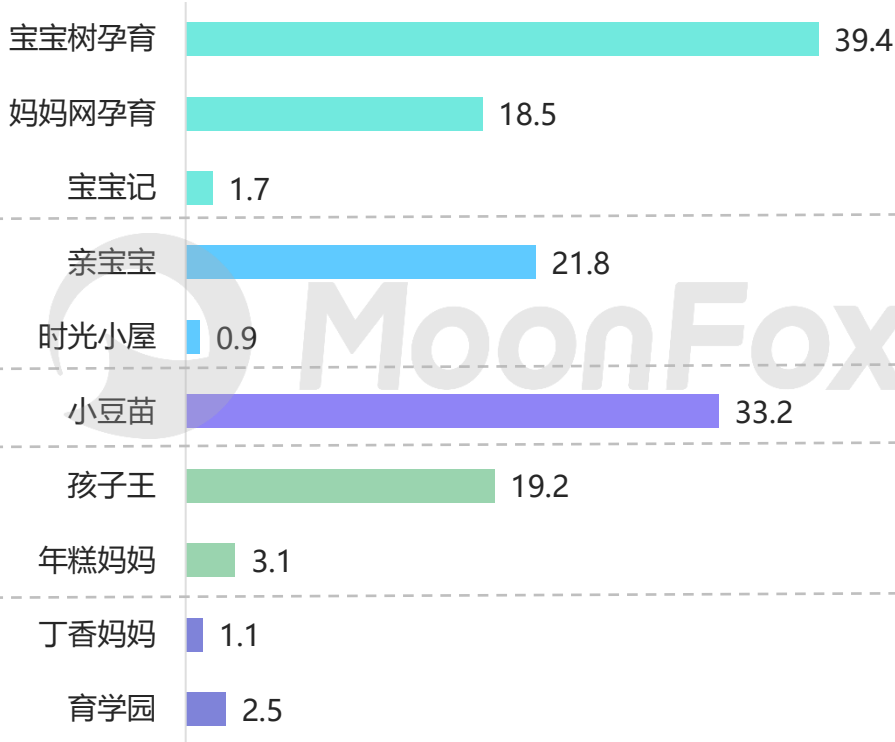
各类型母垂平台中，头部应用地位稳定，多年耕植宝宝树处于第一梯队

- 对比各类母婴垂直平台，社区型和记录型平台在吸引和维持母婴用户流量方面表现出显著的优势，社区型母垂平台通过促进用户交流、分享经验以及提供育儿支持等构建起强大的用户粘性；在各类平台中，用户流量均呈现出头部应用聚集特征，头部应用通过提供高质量的内容、服务或工具，建立起较高的市场壁垒。

2024年8月母婴垂直app月活跃用户规模（单位：万）



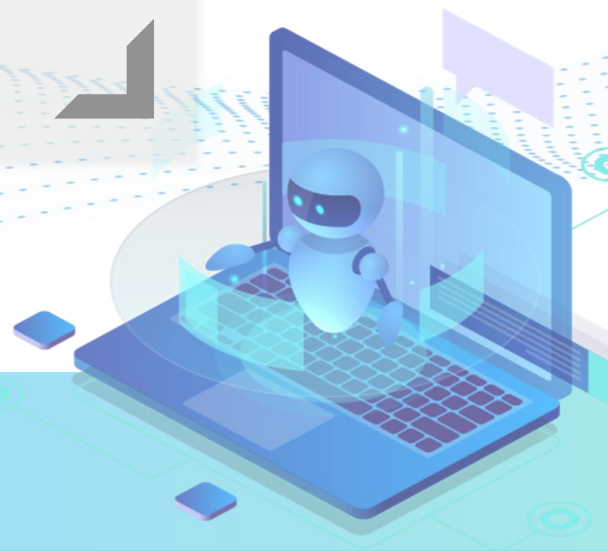
2024年8月母婴垂直app新增用户规模（单位：万）



数据来源：月狐iApp，数据周期：2024.08

第二章

母婴行业发展特征



发展特征一：母婴用户在寻求服务过程中坚持效率导向

各类平台中，用户对提供一站式母婴功能服务平台的使用粘性较高

- 当下母婴行业中，玩家类型众多，各平台在母婴领域所提供的服务也不尽相同。从功能分布上看，母婴垂直平台为用户提供了一站式的母婴服务解决方案极大地提高了用户获取信息和服务的效率，也满足了用户对便捷性的追求，从用户留存率来看，代表平台宝宝树孕育以79.5%的14日安装留存率领先，显示出用户对其提供的一站式服务的认可和依赖；从用户重合情况来看，母婴垂直平台在面对大流量平台切入时，重合用户在母垂平台中的母婴行为TGI更高。

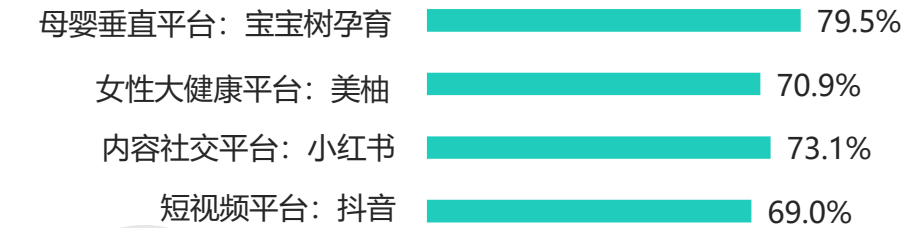
母婴行业各类型平台功能模块

功能类型	母婴垂直平台	女性大健康平台	泛母婴内容平台		
			内容社交平台	短视频平台	搜索引擎
孕期和育儿追踪	√	√	--	--	--
健康监测与管理	√	√	--	--	--
健康咨询与指导	√	√	--	--	√
孕育知识库	√	√	--	--	--
早教资源和工具	√	√	--	--	--
母婴AI助手	√	--	--	--	--
母婴内容搜索	√	√	√	√	√
母婴社区互动	√	√	√	√	--
相册记录	√	√	√	√	--
母婴购物	√	√	√	√	--

数据来源：月狐iApp，数据周期：2024.08

非母婴用户活跃度：非母婴用户在应用中的占比；重合用户母婴行为相关度：重合用户/母婴领域行为

母婴行业各平台新增用户14日安装留存率



母婴行业各类型平台用户重合情况



发展特征一：母婴用户在寻求服务过程中坚持效率导向

在母婴服务需求上，身处孕产育时期的典型用户更倾向使用和认可母婴垂直平台

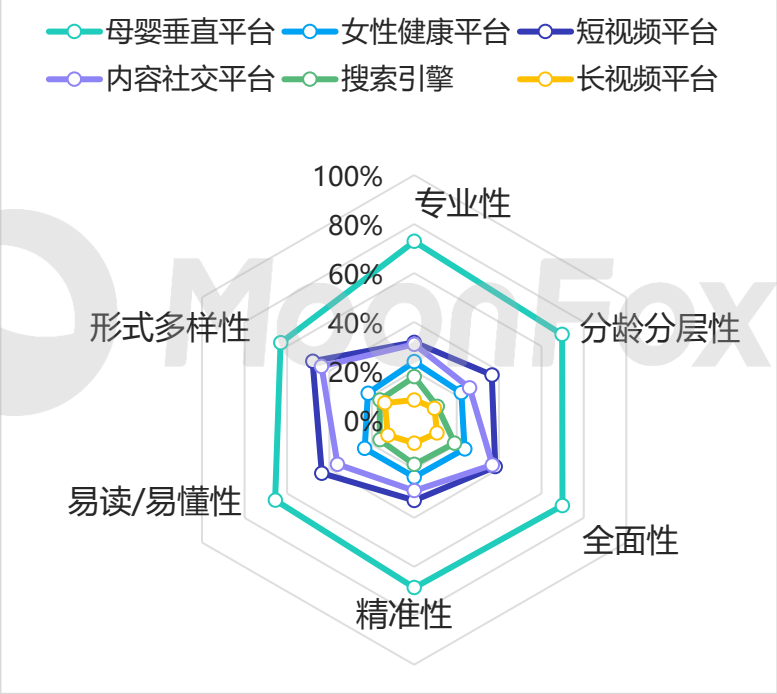
- 对比各类平台的用户日常使用场景，母婴垂直平台更聚焦于为用户提供母婴方面的产品和服务，而用户则更侧重通过女性健康平台获取女性健康保养的内容，内容社交平台和短视频平台等则更强调内容的娱乐性和社交性。凭借着专业和细分的服务，母婴垂直平台更能切实迎合用户在母婴领域中的核心需求，高效提供母婴服务。

母婴用户在各类平台的使用场景偏好

社区型母垂平台	记录型母垂平台	资讯型母垂平台
		
获取孕产/育儿知识 (78.8%)	记录孩子成长/家庭生活 (25.9%)	寻求专家、医生解答/帮助 (34.1%)
与其他妈妈、家庭互动交流 (70.5%)	寻求专家、医生解答/帮助 (24.4%)	获取孕产/育儿知识 (29.3%)
寻求专家、医生解答/帮助 (63.2%)	了解母婴品牌、产品信息 (24.2%)	了解母婴品牌、产品信息 (28.5%)
女性大健康平台	内容社交平台	短视频平台
		
获取女性健康保养内容/知识 (37.2%)	获取时尚休闲内容 (51.7%)	分享生活、经验 (51.7%)
获取孕产/育儿知识 (24.4%)	分享生活、经验 (42.6%)	获取时尚休闲内容 (51.1%)
获取时尚休闲内容 (23.6%)	了解母婴品牌、产品信息 (41.0%)	购买母婴产品 (49.1%)

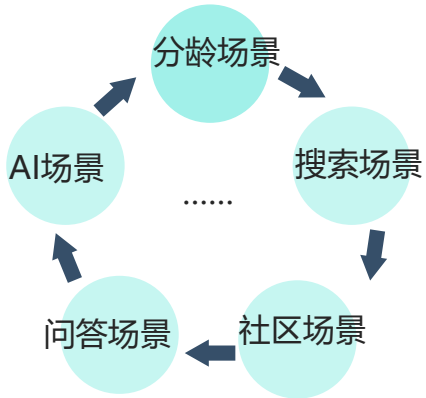
数据来源：月狐调研，数据周期：2024.08

各类平台在母婴内容上的用户认可度



发展特征一：母婴用户在寻求服务过程中坚持效率导向

效率导向下，母婴垂直平台通过高效精准营销构建行业壁垒

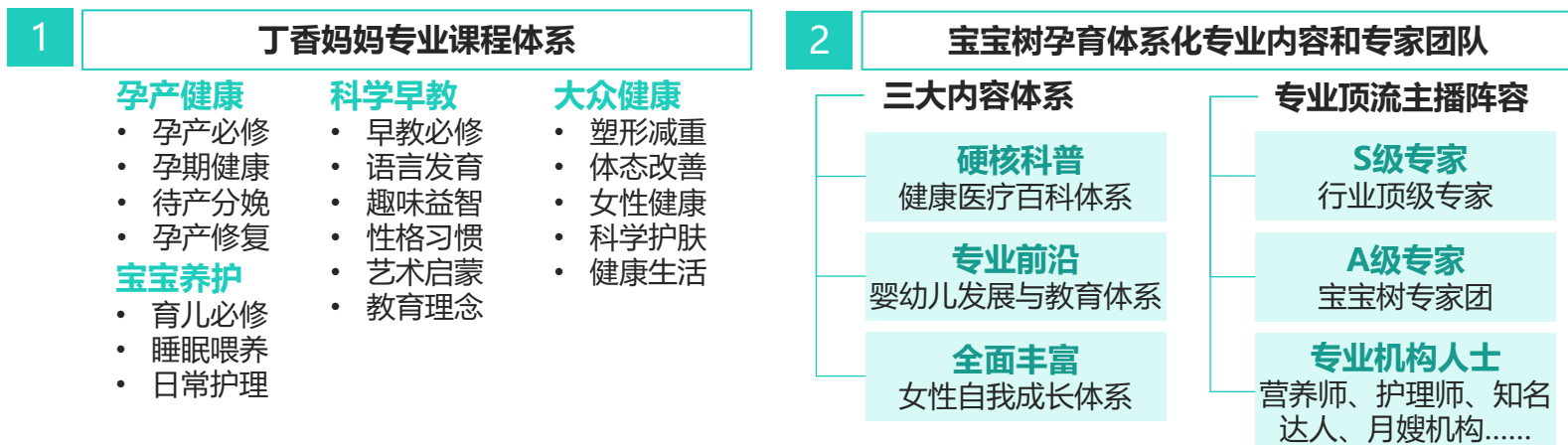
	泛母婴内容平台	母婴垂直平台
用户运营类型	泛用户运营	精准用户运营
用户运营特征	依靠用户内容偏好识别 泛母婴人群	精准定位 母婴真实人群 ，并准确识别人群所处阶段
营销方式	统一化营销	差异化营销、精细化营销
营销手段	主动搜索+泛兴趣触达 ➢ 用户输入问题或需求，点击商品界面浏览商品 	主动搜索+场景嵌入+精准触达 ➢ 多元场景嵌入，精准解决目标用户痛点  ➢ 精细目标人群曝光，细分关键词精准触达 宝宝树 x 爱他美案例：细分人群心智教育，高效抢占精细喂养需求妈妈 强势曝光 精细目标人群曝光 - 针对羊奶粉&免疫力低下人群 - 进行黄金硬广触达 精细教育 细分关键词精准触达 - 绑定羊奶粉&牛奶粉目标关键词 - 助力爱他美抢占细分目标人群心智 专业背书 专家直播实现心智占位 - 全年持续开展专家直播 - 实现细分喂养需求人群心智占位 

发展特征二：生育理念向成长型转变，持续优化育儿实践

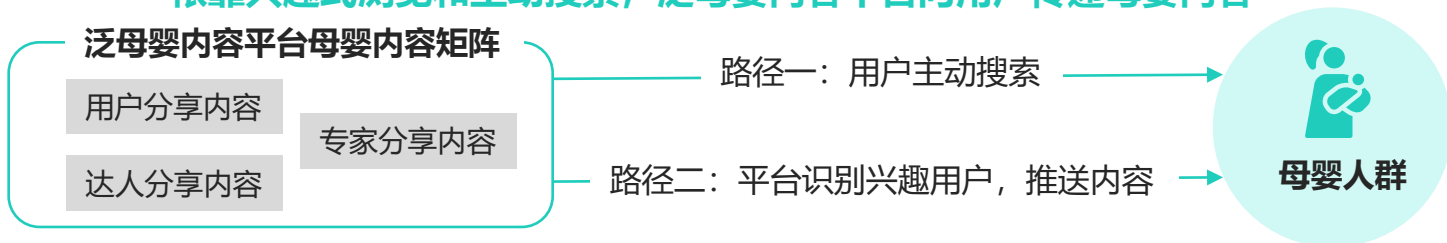
母婴用户深度依赖母婴垂直平台的高专业度高质量内容体系

- 随着用户对新生儿知识需求的日益增长，母婴用户正逐渐从传统的信息接收者转变为主动的成长型学习者，他们不再满足于被动接收育儿知识，而是积极寻求科学、系统的育儿指导，以持续优化自己的育儿实践，这一转变在母婴垂直平台的内容构建中得到了充分体现。与兴趣式、碎片式的泛母婴平台内容相比，母婴垂直平台主动构建体系化的高质量科学母婴内容，全方位满足母婴用户的学习需求，月狐数据显示，资讯型母垂平台在活跃用户的7日活跃留存率上领先于内容社交平台。

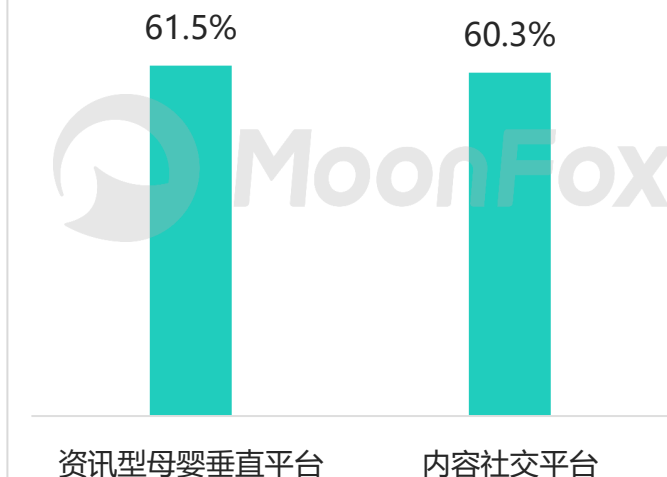
母垂平台构建体系化科学内容，多元协同深入母婴生活



依靠兴趣式浏览和主动搜索，泛母婴内容平台向用户传递母婴内容



母婴行业各类平台活跃用户7日活跃留存率



数据来源：月狐iApp，数据周期：2024.08

发展特征三：需求日趋多样化，用户关注个性化解决方案

母婴消费市场正朝着精细化、个性化需求发展

随着家长对育儿知识的不断积累和对孩子个性化成长需求的日益关注，家长在选购母婴消费品时更关注与宝宝的匹配度，分龄分层消费理念逐渐成为主流，它不仅满足了不同年龄段、不同发展阶段婴童的特定需求，还促进了产品与服务质量的全面提升，进而实现了消费价值的显著增值。

精细化育儿观念盛行，分层消费理念逐渐成为市场主流



分龄需求

根据婴童年龄特征，基于不同年龄段婴童的生理发展、认知能力和安全需求的考虑，为其提供相应年龄段适宜的消费品



分个体需求

根据婴童个体之间的生理和健康差异，如特定健康状况、过敏反应等，为其提供适合其体质特征的消费品



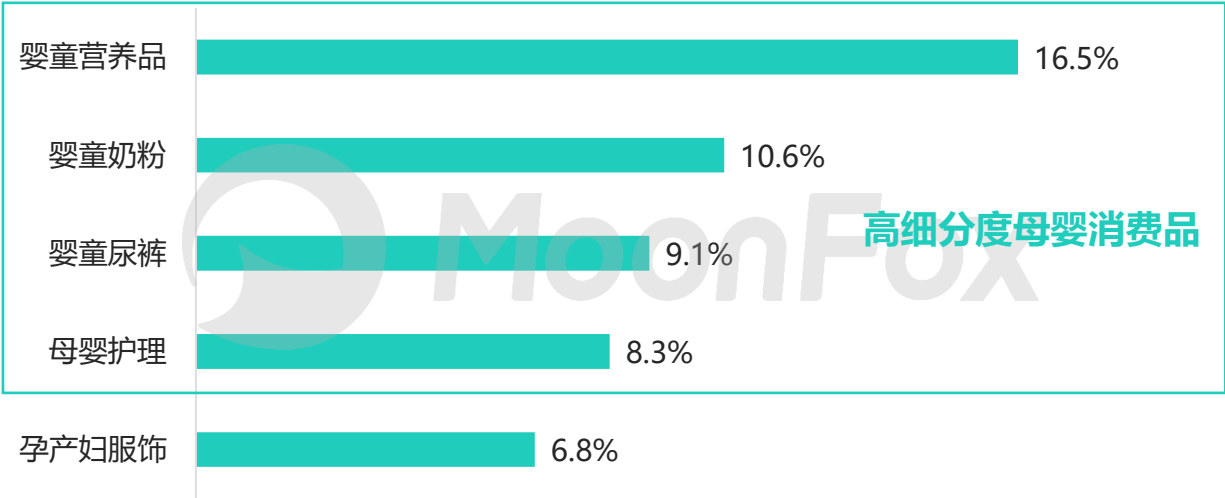
分功效需求

根据婴童特定的健康需求，对产品功效的精细化、个性化要求，如补钙需求、增强抵抗力需求等

母婴用户选购母婴产品的考虑因素TOP 5



2024年Q1母婴产品各细分市场销售额同比增长率TOP 5



数据来源：月狐调研，魔镜洞察

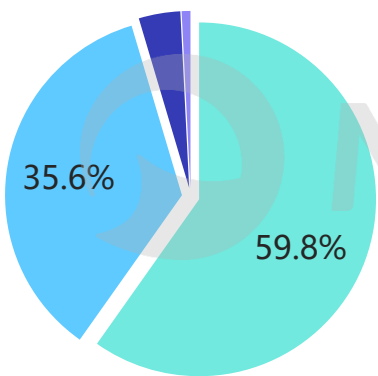
发展特征三：需求日趋多样化，用户关注个性化解决方案

母婴用户的购买习惯正逐渐向分龄分层产品倾斜

- 母婴用户购买分龄分层母婴用品习惯已逐渐形成，月狐调研数据显示，在母婴用户具体的分龄分层消费行为上，95%的母婴用户有日常消费分龄分层产品的习惯，在月均分龄分层产品消费金额方面，用户的整体消费处于中上水平，他们认为，分龄分层的产品更具针对性。

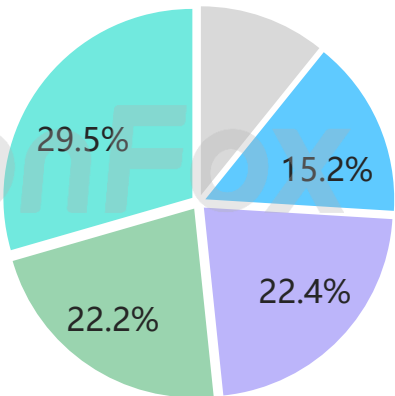
分龄分层产品的购买频率

■ 总是 ■ 经常 ■ 偶尔 ■ 从不

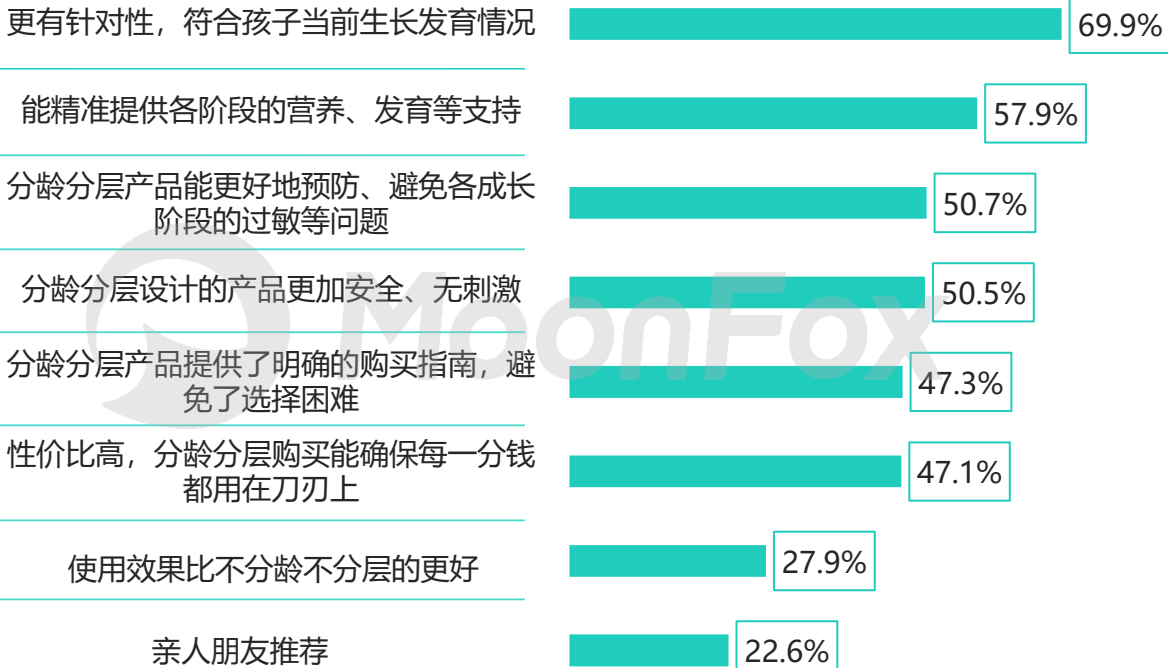


每月分龄分层产品花费金额

■ 200元以下 ■ 200-399元
■ 400-599元 ■ 600-999元
■ 1000元及以上



分龄分层产品消费原因



数据来源：月狐调研，数据周期：2024.08

发展特征四：情绪价值需求凸显，用户期盼平台深化共情体验

通过社区社群互动机制，深化用户间以及用户和平台间的情感纽带

- 对于当下母婴用户来说，他们对于母婴平台的需求不再仅仅是信息获取和商品交易的场所，而是逐渐将其视为连接家庭、促进情感交流的重要桥梁，他们期待平台能够提供深层次的共情与情感支持，以满足其在育儿旅程中的个性化情感体验。因此，母婴平台围绕用户的情绪需求，通过构建互动性强的社区环境，不断增强用户的归属感，提高用户在平台的活跃度和粘性。

营造强社区氛围，形成高活跃度的社群生态

- 话题广场：**为母婴用户提供获取信息和交流经验的空间，通过高互动性与参与感、实时更新与新鲜感以及激励机制与奖励等措施保持社区活跃度

宝宝树孕育话题广场

宝宝树孕育通过热议话题榜单和分类兴趣话题的结合，构建了一个既具有广泛吸引力又充满个性化的母婴交流平台，进一步强化了其作为母婴社区的核心竞争力



- 同好圈层：**围绕母婴健康、家庭、情感、兴趣需求，构建细分化的社群空间深化用户间的连接与归属感

宝宝树孕育圈子列表

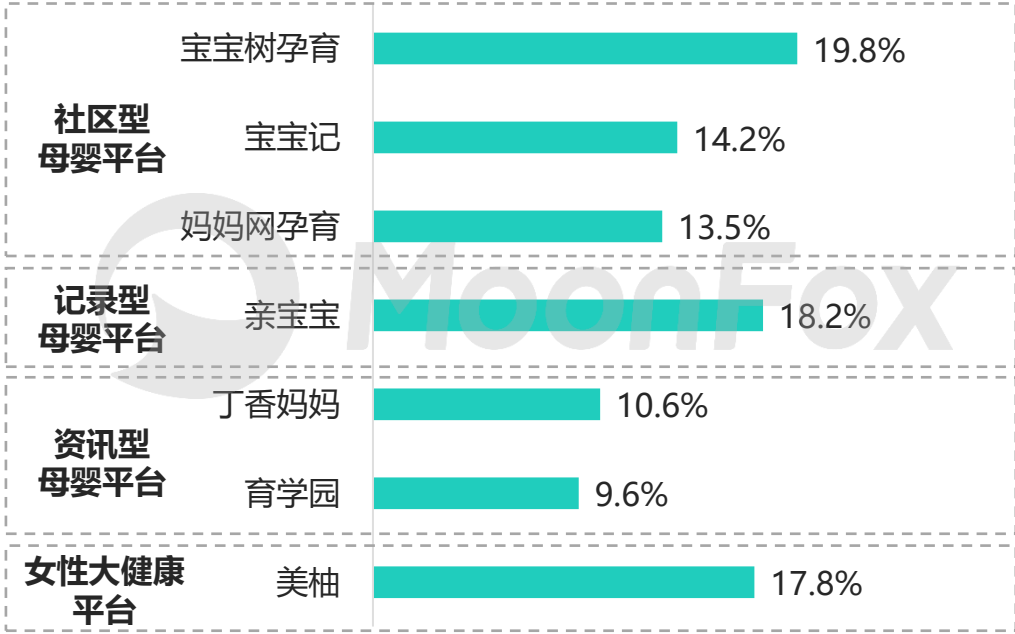
备孕	孕期	产后	同龄	情感
生活	身份	疾病	时尚	同城
粉丝	公益			

宝宝树高活跃度的社群生态
同城+同龄微信妈妈私域社群：
总量216万+

美柚圈子列表

健康	情感	变美	兴趣	成长
同龄	综合	娱乐	同城	

2024年8月各泛孕婴平台用户活跃度情况 (DAU/MAU)



数据来源：月狐iApp，数据周期：2024.08

发展特征四：情绪价值需求凸显，用户期盼平台深化共情体验

关爱妈妈群体，平台正逐渐成为妈妈们寻求情感支持和价值认同的重要空间

- 随着情绪价值需求的日益凸显，在孕期、产后及育儿的各个阶段，妈妈们不仅需要专业的医疗健康咨询和生活服务，更渴望得到情感上的理解和支持，因此，平台正逐渐完善针对妈妈群体的全方位支持系统，经期记录、健康食谱、产后恢复指导、社区交流等，等通过这些举措，平台能够更精准地触达妈妈们的内心，提供更为细致和深入的服务，从而在母婴行业中构建起深刻的用户情感链接，留住更多妈妈用户。

关注妈妈情感需求，打造妈妈服务场景

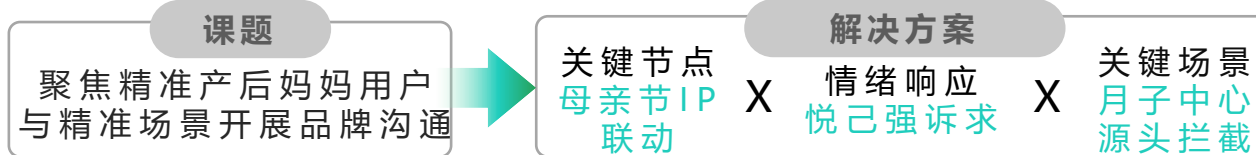
- **妈妈场景：**关注妈妈们的身心健康、情感需求及成长空间，通过提供专业的医疗健康咨询、心理关怀、社区交流、个性化产品与服务推荐以及便捷生活服务等多维度的支持，旨在满足妈妈们在孕期、产后及育儿过程中的各种需求

从健康食谱的推荐到“能不能吃”的个性化饮食建议，从“能不能做”的日常活动指南到女性电台的情感陪伴，宝宝树孕育全面覆盖了妈妈的日常生活需求以及个人健康与情感需求



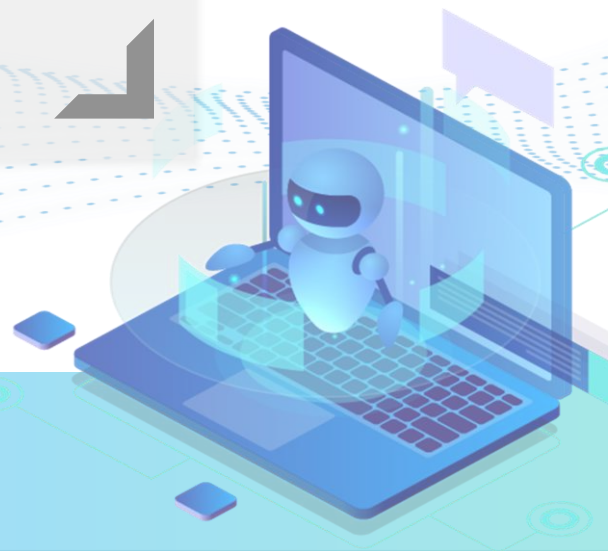
宝宝树孕育妈妈服务功能场景

宝宝树 x 同仁堂永盛合阿胶案例：关注产后妈妈营养需求



第三章

母婴行业发展趋势



趋势一：行业AI应用加速落地，满足母婴用户效率需求

AI技术持续渗透，母婴行业AI应用革新用户育儿体验

- 随着AI技术的持续深入渗透，专注于母婴的AI技术正逐步革新育儿方式。通过提供高度个性化和专业化的服务，无论是线上平台、线下平台还是消费品牌，母婴行业AI不仅让育儿过程变得更加科学、轻松，还极大地提升了父母的满意度与幸福感。这一变革不仅深刻影响着家庭育儿生活，同时也为母婴品牌带来了前所未有的机遇，推动它们实现更精准高效的营销推广策略，精准触达目标用户群体，共同塑造母婴市场的未来新图景。

母婴垂直平台

- 宝宝树孕育：Mika-Brain和AI应用（AI问答、AI写真等）
- 亲宝宝：智能育儿助手

线上服务平台



月子中心AI应用

- 圣贝拉：搭建护理多模态大模型，实现护理服务的智能化升级

看护服务AI应用

- 图灵看护：搭建婴幼儿安全健康综合管理服务，帮助托育机构提供更具针对性的照护措施

早期教育平台

- 喜马拉雅儿童：推出AI换声·爸妈分身功能，利用AI技术将爸爸妈妈的声音嵌入到喜马拉雅儿童故事库中

奶粉品牌

- 蒙牛：以AI技术驱动，上线“WoW健康”平台，为母婴家庭提供个性化、长周期、多成员的陪伴型健康服务
- 贝因美：打造养育体系AI模型，通过AI接入和展现，更好覆盖家庭生活的各类场景

母婴行业垂类AI应用

线下服务平台



消费品牌

母婴垂直平台AI应用方向

C端：AI赋能多样化高效化母婴服务

- 功能服务：专业语料库、数据库支持打造更懂母婴用户的AI

育儿记录

育儿百科

知识搜索

育儿问答

健康监测

商品推荐

- 场景服务：创新交互方式覆盖不同场景服务需求

车载场景

居家场景

户外场景

01

B端：AI赋能精准化高效化母婴营销

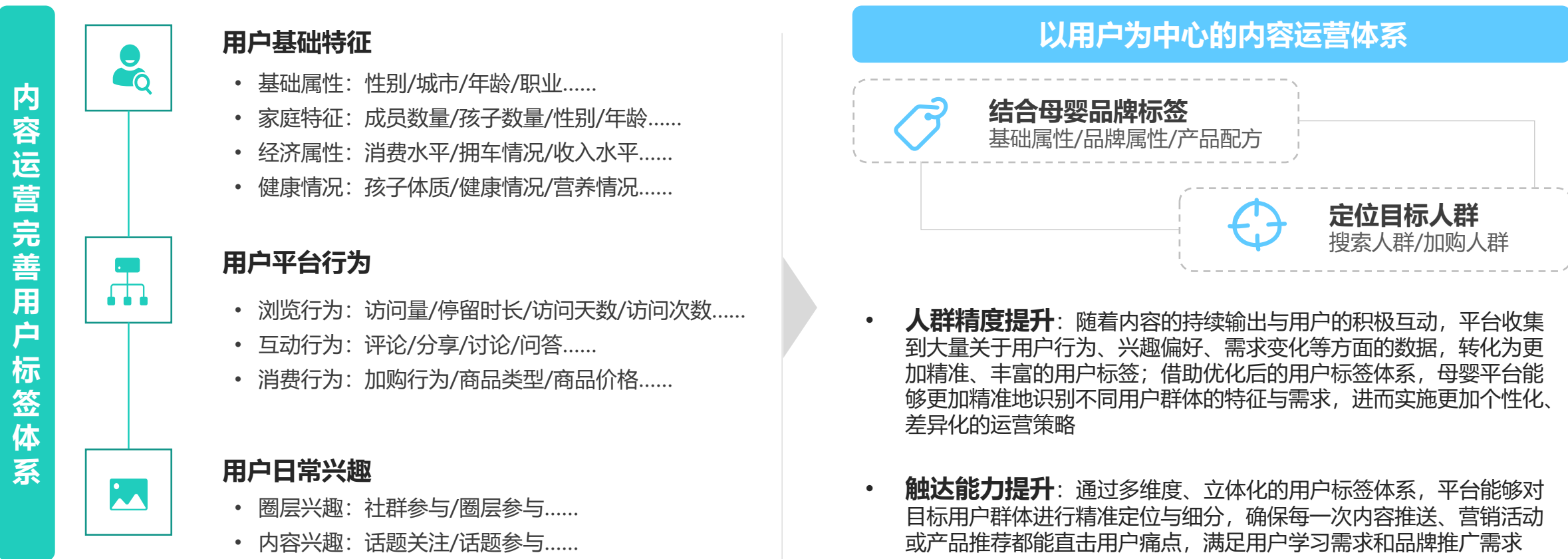
- 智能营销：通过AI实现智能内容生成、场景化营销等，自动生成高质量的母婴内容，据用户的不同场景（如孕期、婴儿期、幼儿期等）提供针对性的营销方案
- 精准推送：基于用户画像，并分析用户的阅读习惯和兴趣点，将相关内容精准推送给用户，智能推荐符合用户需求和偏好的母婴产品

02

趋势二：精细标签体系成为平台满足用户学习需求的关键工具

在用户向学习型转变背景下，精细标签体系帮助用户筛选更有针对性更权威的内容

- 通过构建包含用户基础特征、平台行为、日常兴趣等多维度信息的用户画像，平台能够更准确地识别母婴用户的个性化需求和偏好。这种深度个性化的服务使得用户能够接收到与他们实际情况紧密相关的育儿知识、健康咨询、以及产品推荐，从而提升学习效率和满意度，并一站式解决他们在孕育过程中的痛点和诉求。



趋势三：消费市场持续升级，供给侧加快推进产品和服务优化

供给端应紧密贴合并快速响应需求侧变化，确保母婴产品与服务精准对接市场变化

- 母婴消费市场中，用户需求的多样化和个性化趋势日益明显，这要求供给侧必须加快产品和服务的优化步伐。随着地域、家庭状况、经济水平和认知等方面的分化，母婴用户群体的需求呈现出更加复杂多变的特点。产品提供方需通过创新和改进，提供更符合特定用户群体需求的定制化产品，服务提供方则应通过提供更加专业和个性化的服务，实现供给侧对用户生理和心理健康、亲子互动等多元化需求的满足。

➤ 用户侧和需求侧持续向多样化趋势演变，市场细分度和精细度持续加深

➤ 供给侧加快加速研发步伐，快速响应日益增长的多样化需求



01 产品提供方

- 不断创新和优化产品线，密切关注市场动态和消费者反馈，以满足消费者对母婴产品多样化和个性化的需求，包括对现有产品的改进，如增加产品的功能、提升设计的人性化程度，以及开发全新的产品来填补市场空白，加强与母婴服务提供方的合作，通过捆绑销售或服务整合，提供一站式解决方案

02 服务提供方

- 致力于提升服务品质与效率，打造个性化、专业化的服务体系。深入了解母婴家庭的实际需求，加强与母婴产品提供方的合作，整合产品和服务，提供从孕期保健、产后恢复、婴幼儿照护到早教启蒙等全方位、一站式服务



数据需求请联系
data@moonfox.cn



数据洞见未来
Think Big with Data

29