



嗨创周[®]
innovation

100 大数跨境
www.10100.com

母婴赛道消费升级：

探析中国品牌的跨境增长机会

——从市场趋势与产品机会把握全球机遇

WEEK



市场规模总览

01

热门产品分析

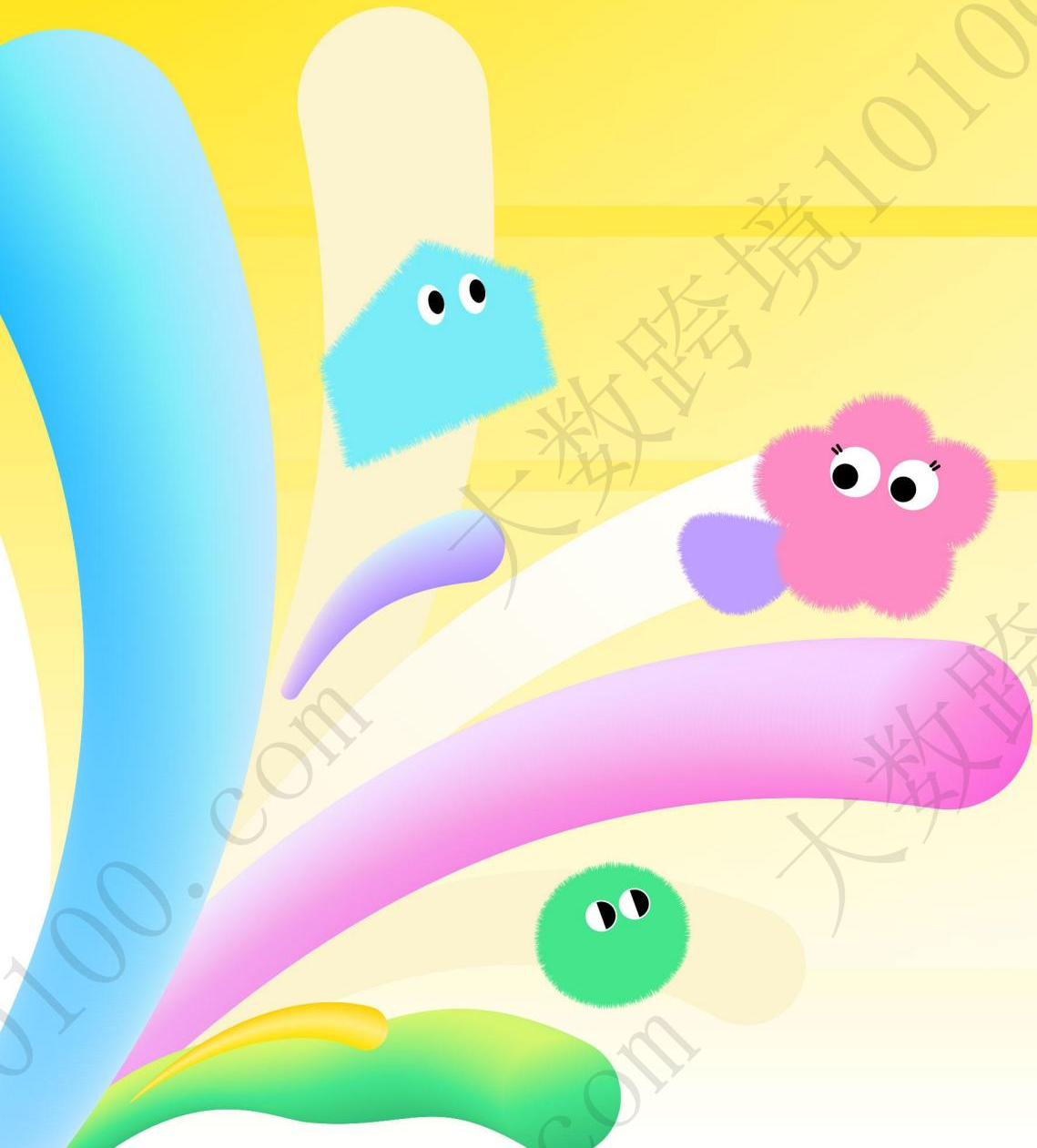
02

区域市场及消费者洞察

03

行业趋势与品牌案例

04



01

市场规模总览



全球母婴用品市场规模

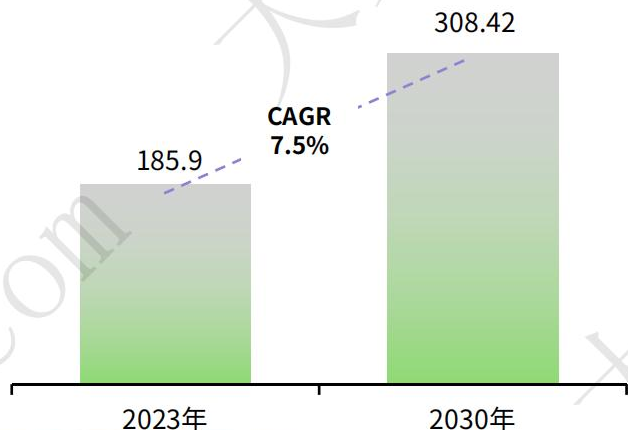
市场规模持续增长，母婴产品朝着高质量、智能化的方向发展

随着家庭消费模式变化，全球母婴市场持续增长。

2023年市场规模约 1859亿美元，预计到 2030年将达到3084亿美元，复合增长率约 7.5%。

与此同时，母婴电商规模不断扩大，社交电商与直播带货成为重要销售渠道，通过短视频和直播展示产品功能，进一步提升消费者转化率。

全球母婴护理用品市场规模预测
单位：十亿美元



2024上半年 中国母婴用品跨境电商零售额

跨境电商行业排行第三

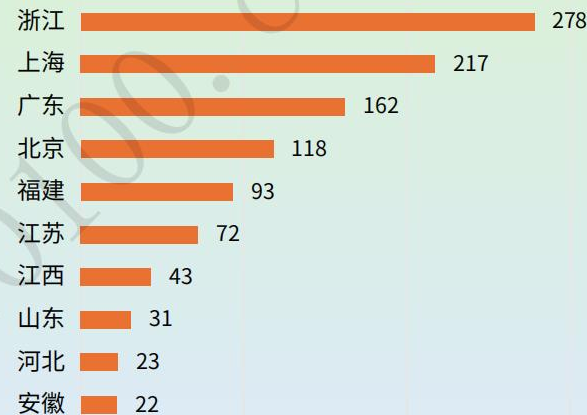


零售额81亿元



占比15.4%

2024年上半年全网电商各区域母婴交易规模 单位：亿元

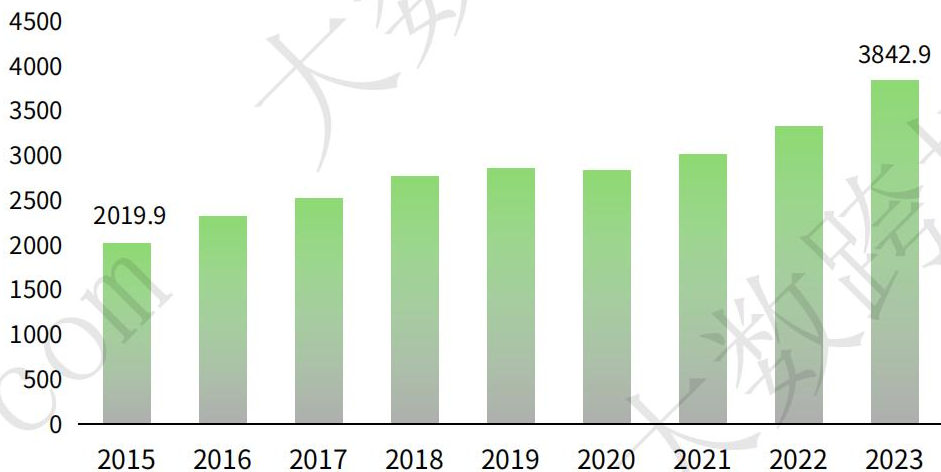


中国母婴用品市场规模

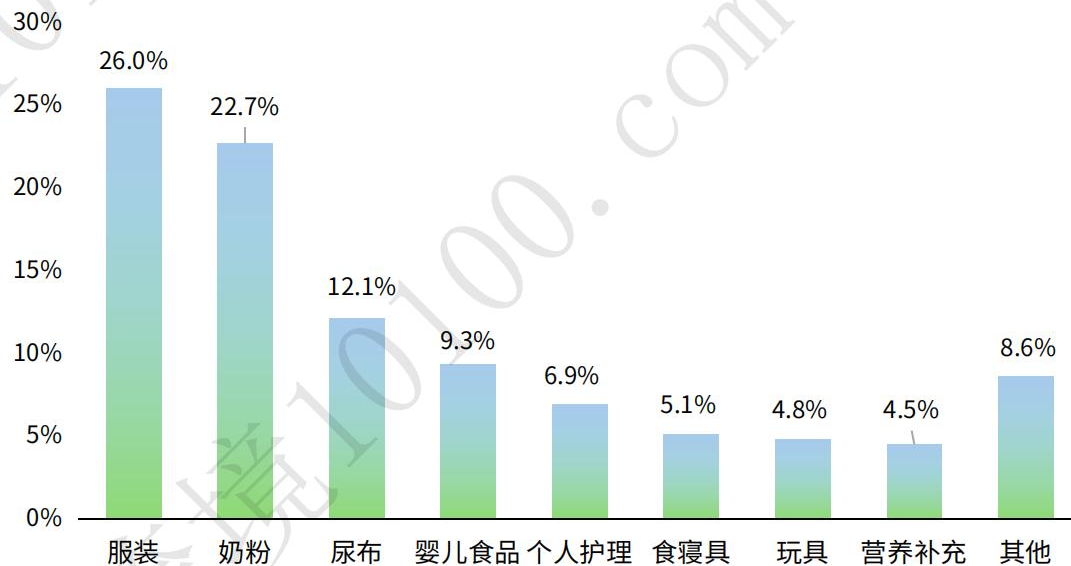
中国母婴用品市场规模持续攀升，服装鞋类为母婴用品最大开销，市场待开发空间广阔

近年来，中国母婴用品市场持续增长。经历2020年的短暂回落后，市场自2021年起恢复增长，2023年规模达到3.84万亿元。在消费结构上，服装类占比最高（26.0%），其次是奶粉（22.7%），其他品类占8.6%，市场仍具有较大拓展空间。

中国母婴用品市场规模
单位：十亿元



中国母婴消费市场品类分布



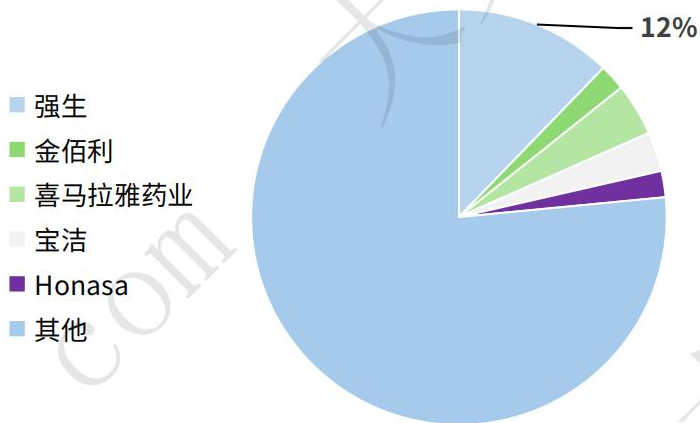
数据来源：statista

市场竞争格局

跨国大品牌占主导地位，本土品牌强势崛起积极抢占市场份额

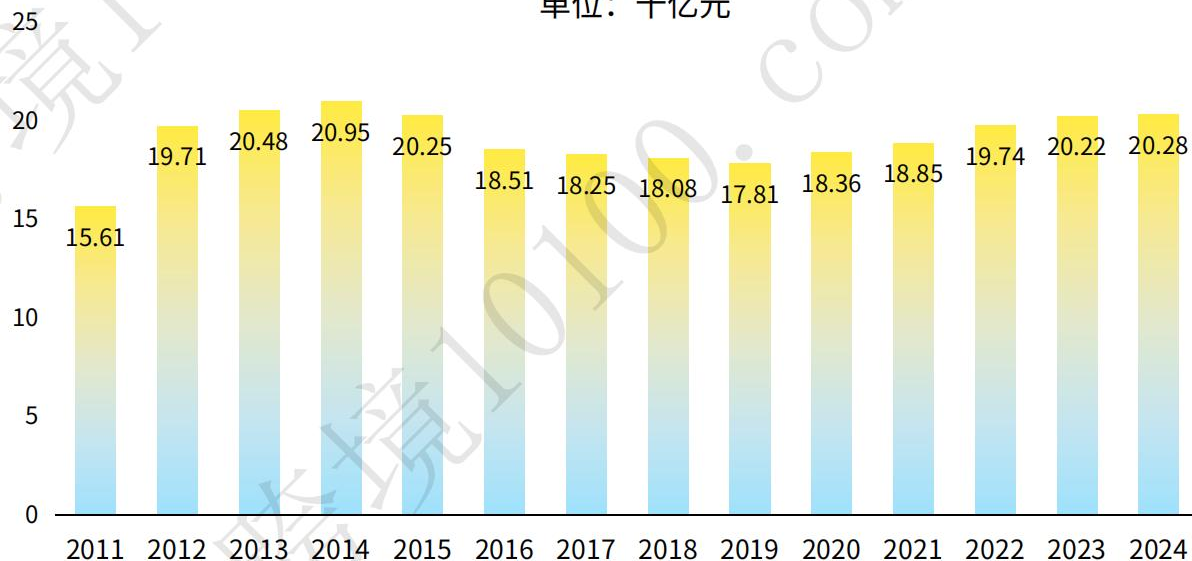
母婴用品市场龙头企业主要包括Kimberly-Clark Corporation (金佰利) Procter&Gamble (宝洁)、Johnson&Johnson (强生)、Nestlé (雀巢)、Unilever (联合利华) 等。凭借深厚的品牌影响力、广泛的产品线以及全球化的市场布局，牢牢抓住了市场的核心份额，特别是在北美、欧洲等成熟市场。本土品牌如妈咪宝贝、贝因美、飞鹤等，凭借对本地市场的了解和灵活的市场策略快速发展。

全球母婴用品头部企业市场份额



2011-2024年宝洁全球母婴及家庭护理产品销售额

单位：十亿元



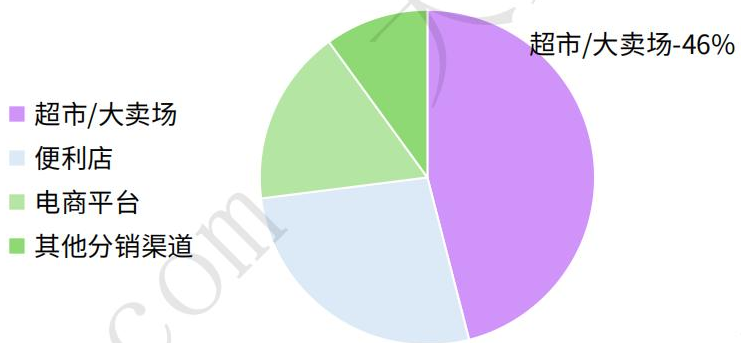
数据来源：marketus、statista

分销渠道分析

各渠道互为补充，共同满足消费者的多样化需求

母婴用品销售仍以线下渠道为主，其中超市/大卖场占比约46%，为主要分销渠道；电商平台占比17%，随着互联网普及，线上购买比例持续提升。从消费习惯来看，婴儿玩具、教育用品等耐用品更偏向线上购买，而婴儿食品、护理产品等快消类商品则更依赖线下渠道。

全球母婴用品市场各分销渠道市场份额



消费者倾向线上购买的产品品类



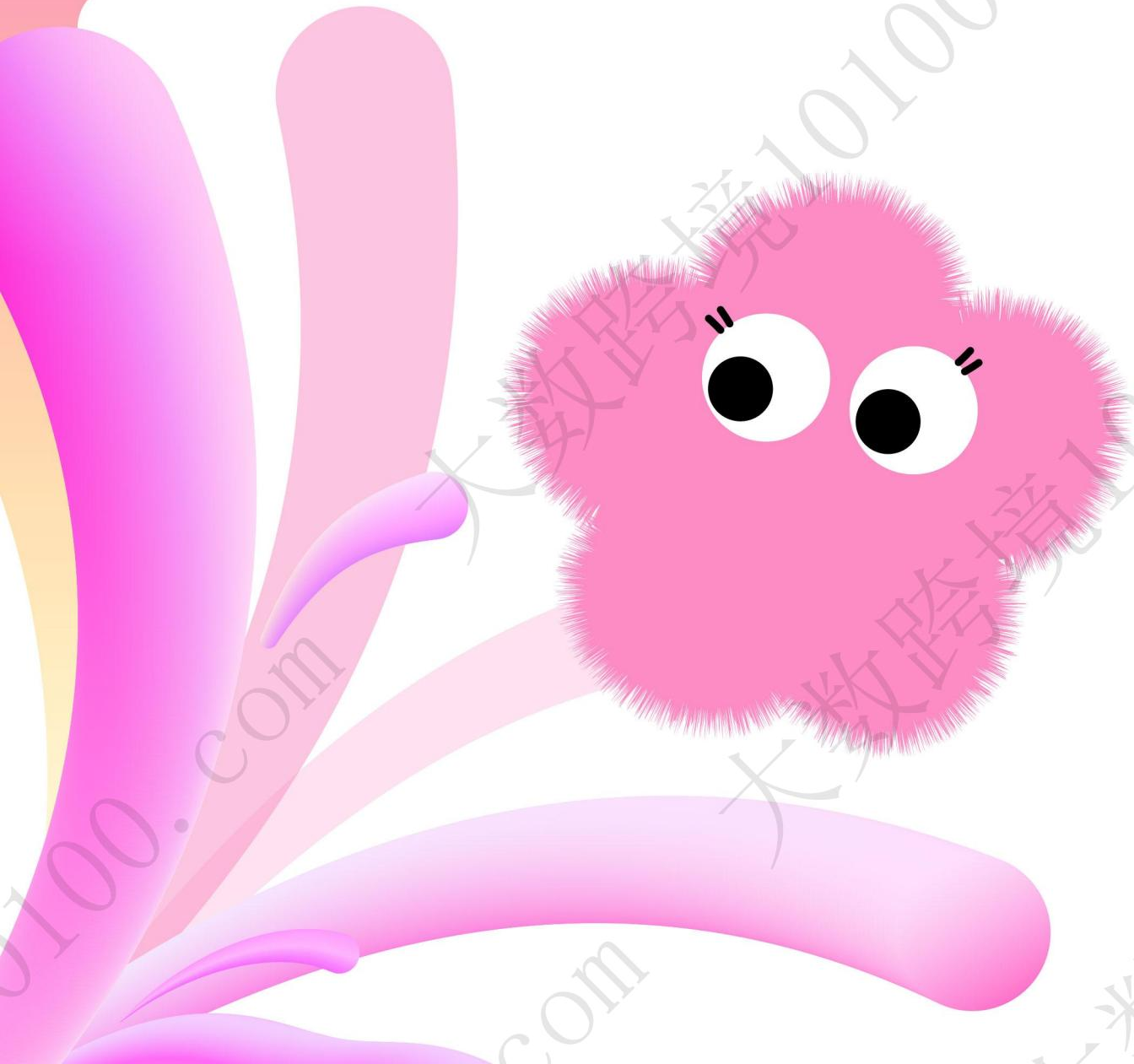
消费者倾向线下购买的产品品类



数据来源: marketus、kantar

02

热门产品分析



品类分析——婴儿护理类

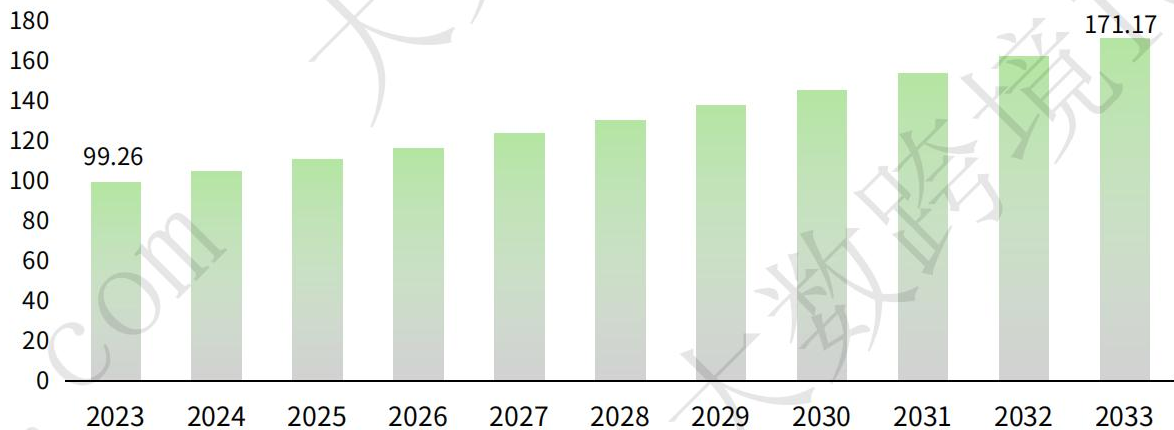
婴儿护理产品市场升温，护发洗漱产品遥遥领先，护肤产品增速领跑

随着父母对健康、安全和舒适需求的提升，婴儿护理产品市场持续扩大，产品逐渐向高端化、环保化和多功能化发展。

2023年全球婴儿护理产品市场规模约992.6亿美元，预计到2033年将增长至1711.7亿美元。

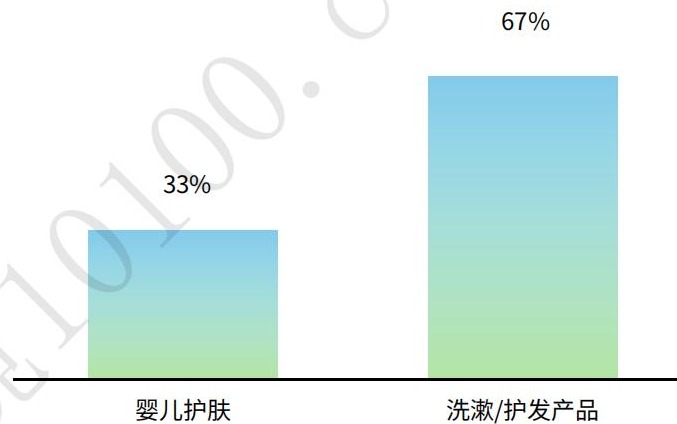
其中洗护类产品占比最高（约67%），而护肤类产品预计将成为未来增长最快的细分市场。

全球婴儿护理产品市场规模
单位：十亿美元



数据来源：precedenceresearch

2023年各类婴儿护理产品市场份额



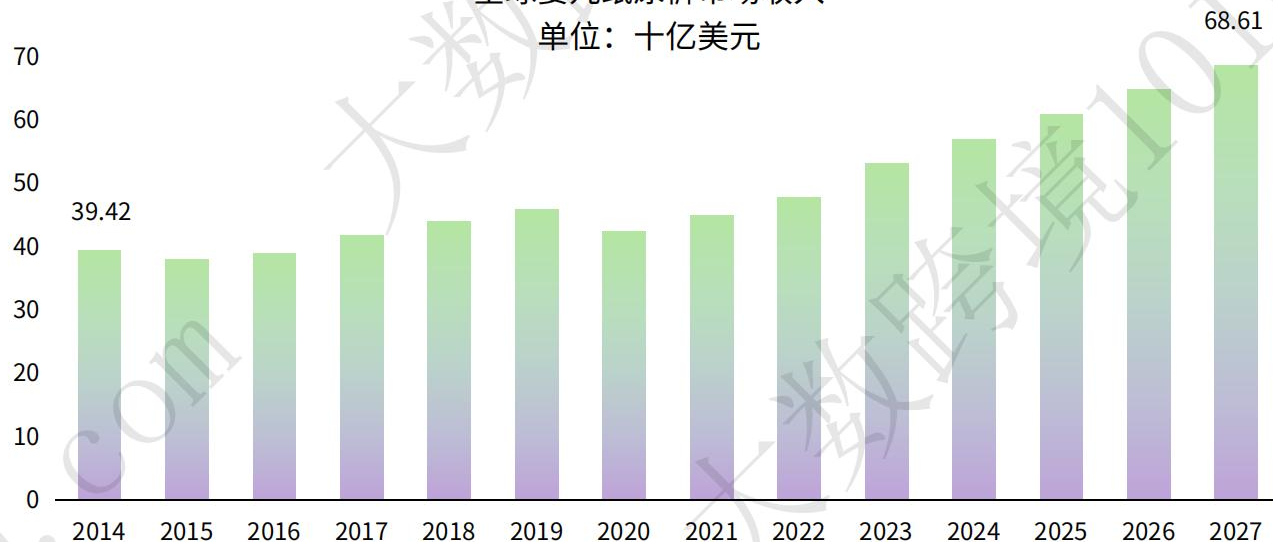
数据来源：precedenceresearch

热门婴儿护理产品：婴儿纸尿裤

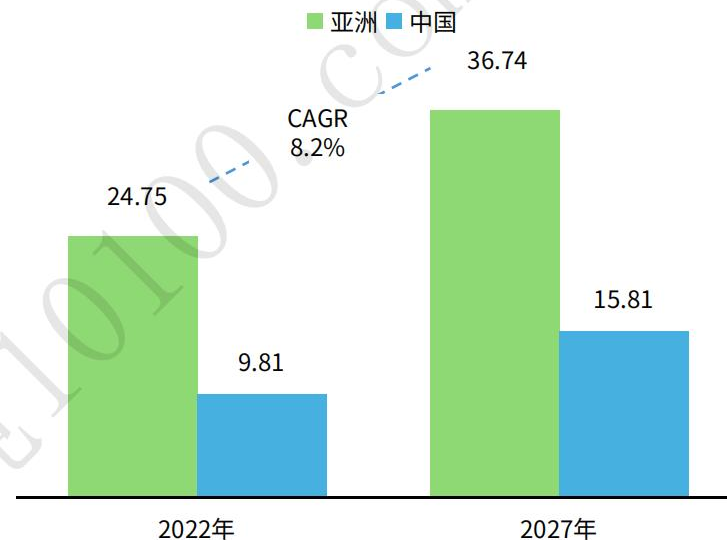
婴儿纸尿裤产品需求稳定，市场潜力大

婴儿纸尿裤市场在2020年短暂下滑后迅速恢复增长，2023年全球市场规模达到530.4亿美元，预计2024-2027年年均增长率约为6.65%。从区域来看，亚洲是最大且增长最快的市场，2022—2027年复合增长率约8.2%。其中，中国为全球最大单一市场，2022年市场规模约98.1亿美元。

全球婴儿纸尿裤市场收入
单位：十亿美元



亚洲及中国婴儿纸尿裤市场收入预测
单位：十亿美元



数据来源：statista

品类分析——孕产妇护理类

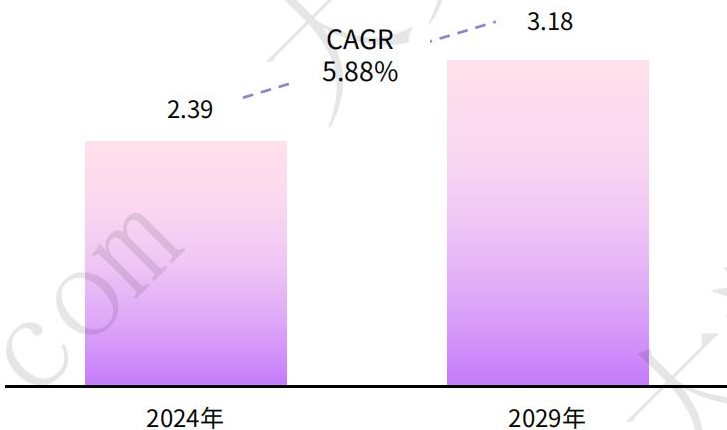
孕产妇健康与舒适需求持续提升，市场规模稳健增长

孕产妇护理主要包括孕期及产后恢复阶段的护理产品与服务，如健康护理、皮肤护理和营养补充等。

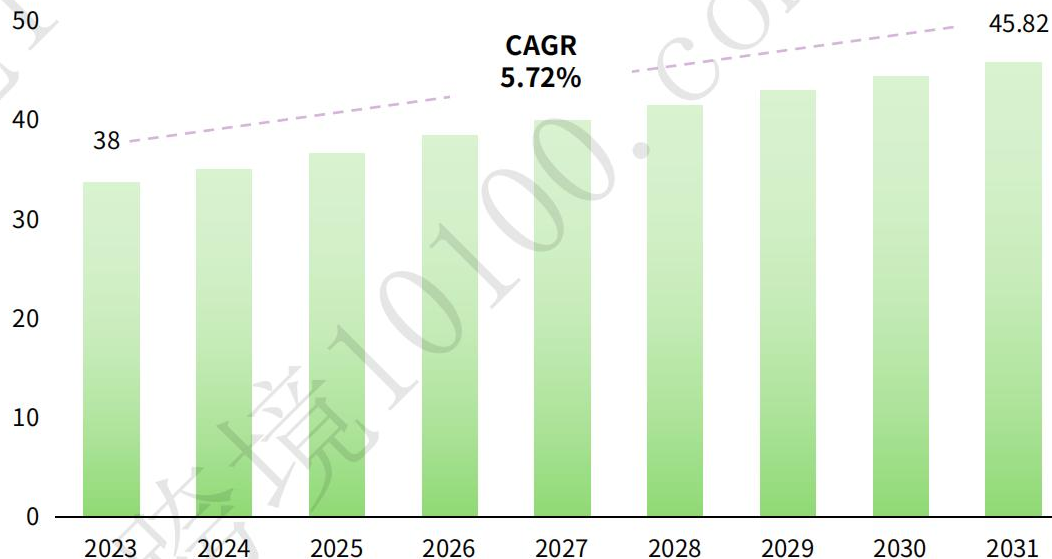
随着女性健康意识提升，孕产护理需求持续增长。2024年全球孕妇产护理产品市场规模约23.9亿美元，预计2029年将增长至31.8亿美元（CAGR 5.88%）。

同时，孕产支撑类产品市场规模2023年达337亿美元，预计2031年将增长至458亿美元。

全球孕妇产护理产品市场规模预测
单位：十亿美元



全球孕产支撑产品市场规模
单位：十亿美元



03

**区域市场及
消费者洞察**



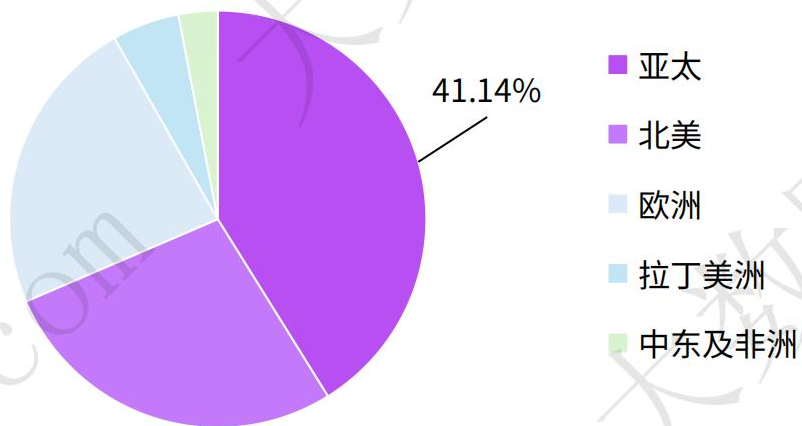
区域洞察

亚太地区引领母婴市场，中美印韩增长快，新兴市场潜力大

从区域来看，亚太地区占全球母婴市场超过40%，为最大市场；北美（27.41%）和欧洲（23.2%）位列第二和第三，消费能力强，对高品质母婴产品需求旺盛；拉丁美洲以及中东、非洲市场份额相对较小，但增长潜力较大。

在国家层面，中国和美国为主要消费市场，印度、韩国、菲律宾等市场增长较快，而部分新兴市场也展现出较大的发展空间。

全球母婴用品各区域市场占比
单位：百分比



2023年全球婴儿及儿童护肤市场部分国家收入
单位：百万美元



数据来源：precedenceresearch、先行智库

消费者画像

目标群体

母婴用品的消费者主要包括准妈妈、新妈妈及其家庭成员。根据不同的年龄和心理需求，消费者可以被细分为以下几类：

准妈妈：通常在怀孕期间开始密切关注与母婴相关的信息，积极寻找适合自己 and 胎儿的产品。

新妈妈：对刚出生的孩子充满期待，关注宝宝的健康和安全，需要大量的信息和产品来适应新角色。

有经验的妈妈：已经有了一定的育儿经验，注重产品的性价比和实用性。

同时，越来越多的父亲参与母婴消费决策。目前，90后已成为育儿主力人群，社交媒体上的母婴讨论用户男女比例接近，主要集中在26—35岁。

性别分布

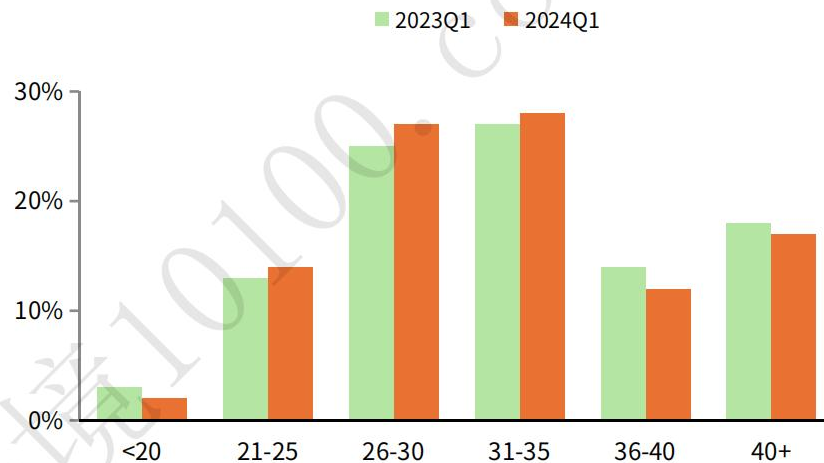


女性占比
50.48%



男性用户占比
49.52%

年龄分布



消费观念

需求向多元化

母婴消费正从奶粉、尿不湿等基础用品，向营养补充品、智能设备等细分品类扩展，同时服务需求也逐渐延伸至备孕到学龄期的全周期育儿场景。

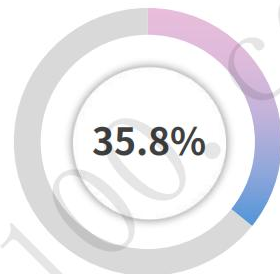
科学育儿观念提升

新一代父母更加重视科学育儿理念，倾向通过专业内容与知识科普获取育儿指导，追求更加高效、轻松的育儿方式。

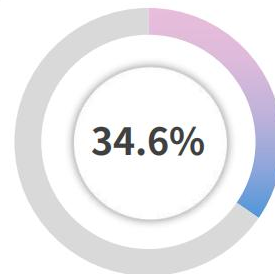
共情需求凸显

母婴用户不仅需要专业内容和服务支持，也更重视情感共鸣与社群交流，品牌通过社区与内容运营增强用户黏性。

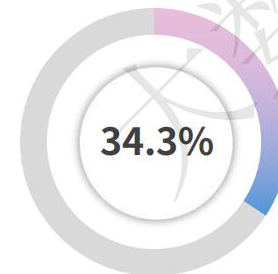
母婴市场消费者消费观念TOP3



相对于价格，更关注商品质量与安全性



选购商品前，会主动搜集信息



在支付能力范围内，愿意购买中高端价格的产品

各阶段 婴儿食 品需求 指标分 布



小月婴幼儿

13%

补钙

12%

润肺

11%

健脾



断奶期

23%

好吸收

20%

无不良反应

12%

增强免疫力

04

**行业趋势与
品牌案例**

行业前景

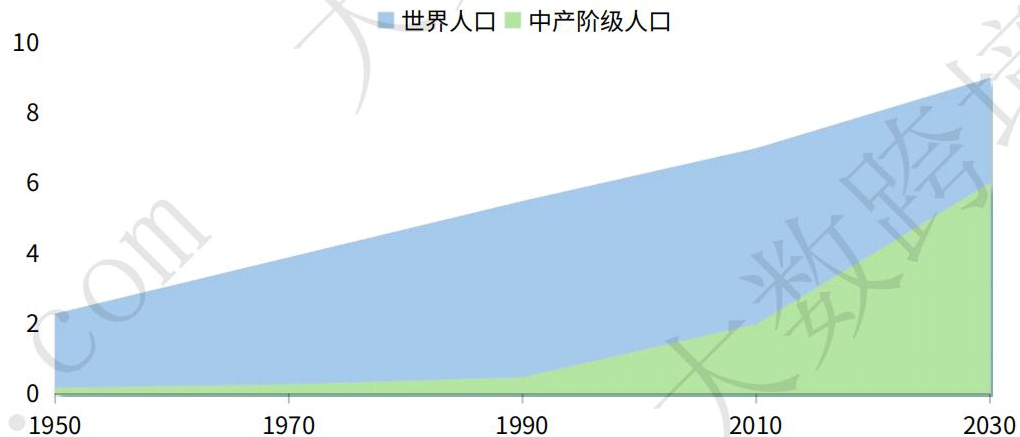
中产阶级拉动消费升级，母婴产品向高品质方向发展

预计到2030年，全球人口将超过90亿，为母婴市场提供稳定的消费基础。

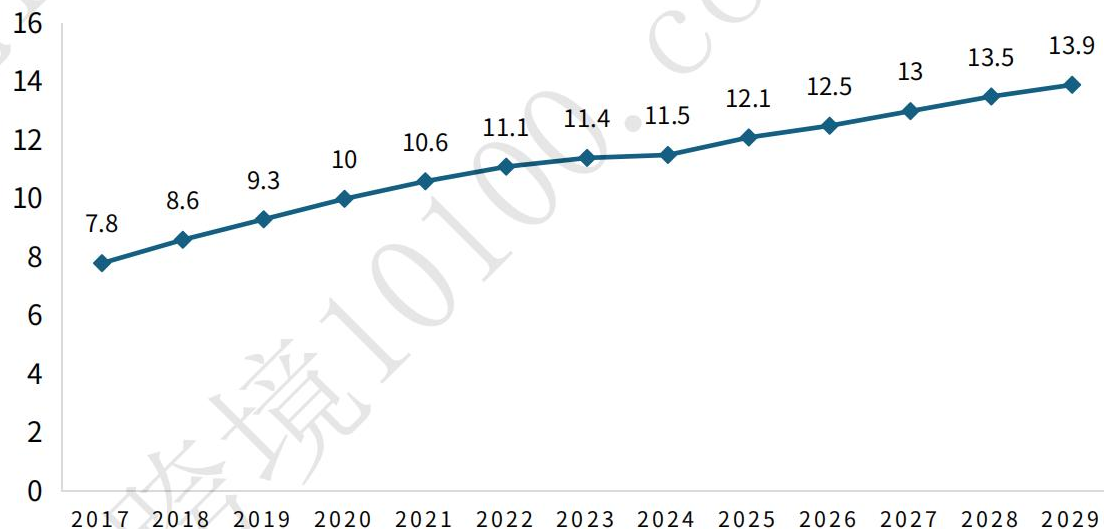
同时，中产阶级快速扩张成为推动母婴消费升级的重要动力，预计2030年全球中产人口将超过 55亿，占全球人口65%以上。

更强的消费能力和健康意识，也将进一步推动有机食品、高端护理产品和智能育儿设备等高端母婴产品的发展。

世界人口数量
单位：十亿人



全球母婴市场渗透率
单位：百分比



数据来源：BrookingsInstitute、statista

行业发展趋势

人群趋势

当代女性更加重视个人健康与外在形象，孕产妇群体对自身健康和外貌护理的需求显著提升，更愿意投资于让自己愉悦的消费体验。随着个人经济能力的提升，“精细育儿”的理念逐渐深入人心，促使父母在养育孩子方面的消费向更高品质、更精细化的方向发展。

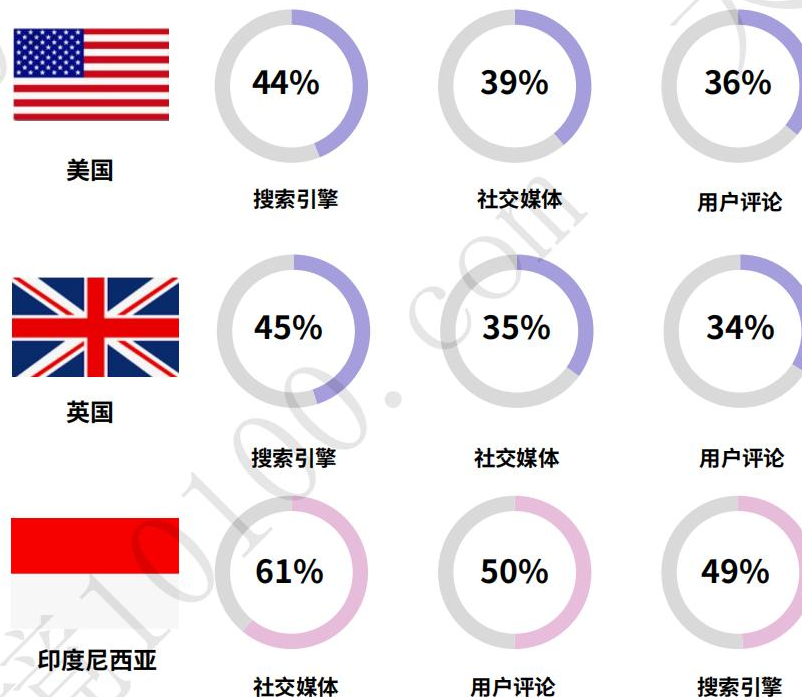
产品趋势

采用天然无刺激的产品成分，是母婴用品行业当前的一大主流趋势，该领域消费者对材料与成分的敏感性极高，他们尤为关注成分是否温和无刺激，以及是否含有任何潜在的变应原。

渠道趋势

除了传统的线下渠道和线上电商平台外，社交电商、直播带货等新兴渠道也为母婴品牌提供了更多的销售机会。这些渠道具有互动性强、传播速度快等特点，有助于品牌快速触达目标消费者并实现销售增长。

三国母婴人群消费路径



数据来源：飞书点跃

品牌概述



千万亚洲妈妈信赖的专业护理品牌，真正做到让妈妈更轻松，让宝宝更健康

品牌简介

Yoboo成立于2009年，是一个专注于母婴市场的品牌，2010年在日本受到职场妈妈广泛好评。致力于为妈妈提供专业的母乳喂养产品和一站式喂养解决方案，帮助每个家庭轻松科学地养育孩子，融合高品质的产品与极致的服务体验，为妈妈打造个性化的品质育儿生活。

品牌形象

Yoboo品牌形象鲜明，以温暖、亲切、专业的形象示人。品牌注重与消费者的沟通和互动，通过社交媒体、线上活动等渠道，与消费者建立紧密的联系，了解他们的需求和反馈，不断优化产品和服务。



品牌Tik Tok Shop分析

近半年菲律宾站数据

统计时间：2024年10月

近半年成交金额

562.25万元

3.12万元 每日

商城收入

156.34万元

8685.46元 每日

自营账号成交金额

270.37万元

1.5万元 每日

联盟成交

135.54万元

7530.19元 每日

销量

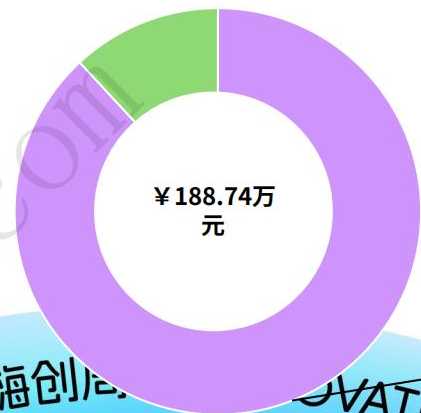
12.21万

688.08 每日

平均售价

46.07元

商家自营账号



直播：88.1%

商城热卖产品Top5



婴儿湿巾300张

49.71万元



婴儿湿巾400张

14.20万元



双头电动吸奶器

8.99万元



婴儿湿巾80张

8.88万元



婴儿学步车

8.10万元

品牌营销解析

渠道选择与布局

Yoboo抓住TikTok社交电商的发展机遇，将其作为品牌出海的重要渠道。

通过短视频、直播和达人合作带货，快速触达目标用户，提升品牌曝光与用户信任度。

明确的货品策略

Yoboo采用分层货品结构来提升直播转化与用户留存，将产品划分为引流款、福利款和主推款：

- **引流款**：低价或高性价比产品，用于吸引用户进入直播间
- **福利款**：搭配优惠或赠品，提升互动与转化
- **主推款**：重点利润产品，通过达人推荐和直播讲解重点销售

同时，品牌通过直播和短视频快速测品，根据市场反馈不断优化选品，提前锁定潜在爆款，形成持续增长的产品组合。

The screenshot shows the TikTok profile for Yoboo, a brand from the Philippines. The profile includes the brand name 'yoboo', a flag for the Philippines, a rating of 4.7/5.0, and a badge for '日榜 322' (Daily Ranking 322). The TikTok account is '@yoboo_ph', with a focus on '婴儿与孕妇' (Infants and Pregnant Women). The seller type is '本地' (Local), and the price range is '\$0.34-\$91.75' with an average price of '\$15.95'. The account was archived on '2023-02-27' and primarily uses '视频带货' (Video Sales). Below the profile, two video thumbnails are shown. The first video, titled 'yoboo+ MOM'S NEW BESTFRIEND IN LAUNDRY TIME', features 'yoboo Baby Fabric Softener' and 'yoboo Baby Laundry Detergent' bottles, with a play count of 7.7 million. The second video, titled 'yoboo+ UNSCENTED WIPES BUNDLE', shows a package of 'Unscented Baby Wipes' with a play count of 138.

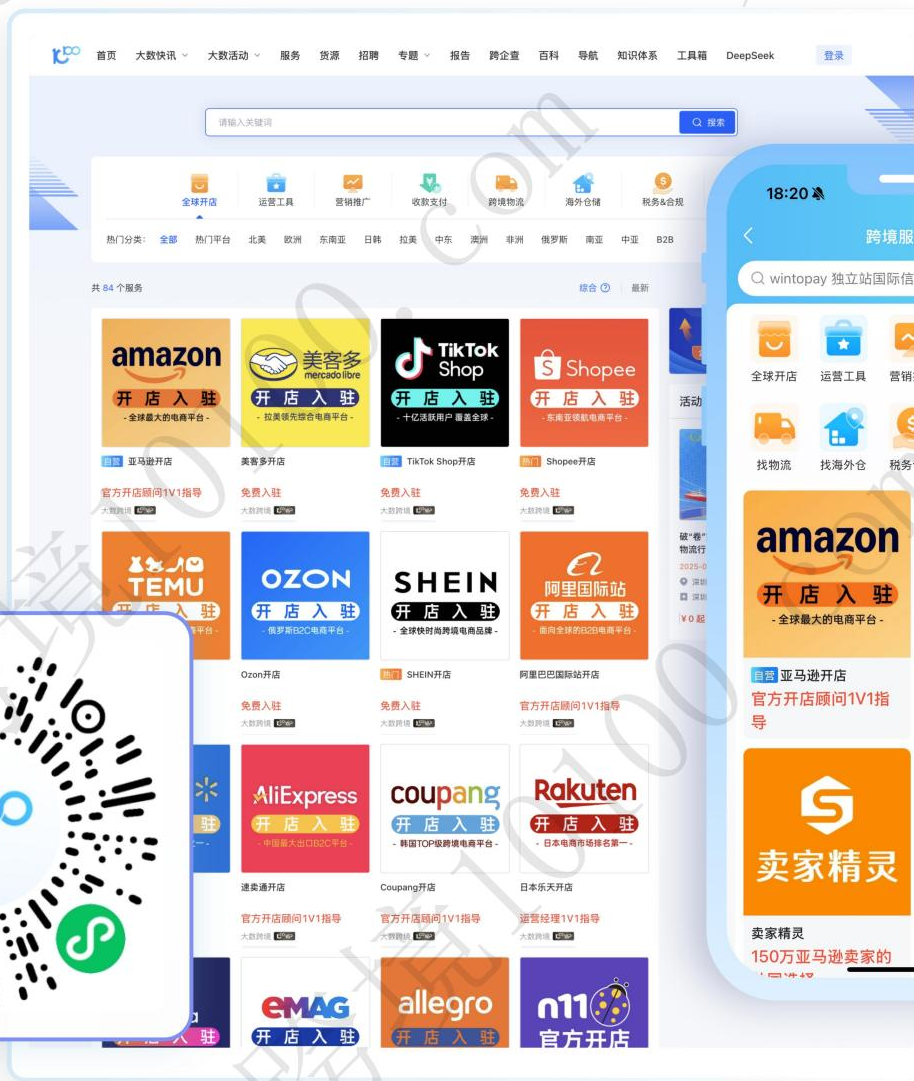
大数服务超市 跨境服务全都有！

广告 · 收款 · 物流 · 仓储
合规 · 支付 · 建站 · 营销...
各国电商平台快速入驻

业内唯一

支持全流程在线咨询和交易

官方保价 · 担保交易



当前跨境卖家采购体系呈现碎片化特征

信息碎片化

依赖微信群、好友推荐，资源难筛选

能力不专业

缺专业知识与人脉，难识优质供应商

过程不透明

流程模糊，易发灰色交易，损害公司利益

效率低下

部门各自为政，重复劳动，周期长

成本高昂

信息差+谈判弱，采购成本居高不下

普遍挑战

共性痛点：采购行为“临时、分散、经验化”，缺乏系统管理，隐性成本被忽视

这些问题的叠加，抬高了企业综合采购成本

跨境卖家正在进入“专业采购升级时代”

过去：流量红利与产品驱动

- ◇ 依赖流量红利与产品优势实现快速增长
- ◇ 采购粗放，仅做基础补给

如今：精细化运营时代

- ◇ 竞争加剧、利润压缩、平台规则收紧
- ◇ 转向精细化运营，对成本与效率要求更高

核心判断：采购已成为核心竞争力

 **成本结构决定利润**
影响定价策略与盈利空间

 **采购能力影响服务**
服务商稳定性决定客户体验上限

 **效率决定企业节奏**
快速响应市场，抢占新品先机

跨境采购需要系统化优化模型

针对碎片化问题，提出五大优化维度：

大数服务超市

跨境服务全都有



目标：实现采购价值最大化与风险最小化。

平台已构建跨境垂类采购资源整合能力

大数服务超市完成跨境服务资源系统化整合：



600+

跨境服务项目

覆盖开店、运营、推广、物流、支付、合规等

10+ 领域



资源整合规模

决定议价能力与匹配效率

资源中枢模式 → 构建专业采购入口



400+

优质服务商

严格准入与评估机制
持续扩充，保障服务质量



资源整合规模，决定议价力与匹配效率，为卖家打造专业采购入口。

不仅全覆盖 而且全精选

严选4大标准

行业真实评价 · 大数专家团评审 · 服务价值 · 价格合理

运营 增长 盈利

广告烧钱不出单?

新品没流量怎么办?

独立站ROI 太低?

TikTok直播没人看

亚马逊排名怎么做?

安全 合规 申诉

恶意跟卖赶不走?

收到TRO, 链接被下架?

商标被抢注, 专利侵权

跨境税务怎么做

二审三审, 资金冻结?

物流 仓储 报关

海外仓太多, 怎么选?

报关清关出问题, 货被卡

各国规则不同, 总踩坑

哪家货代更稳定?

敏感货怎么发?

更多

跨境Ai

平台收款

独立站收单

培训课程

云服务器

.....

重塑跨境采购链路，构建垂类专业采购中枢



“资源整合 + 专业顾问 + 监督机制” 三位一体采购模型，实现采购价值最大化。

专业跨境顾问团队提供定制化一对一服务

我们构建角色型专家体系

覆盖采购全链路：

通过一对一服务模式，帮助卖家做出更理性的采购决策。

- ✓ **采购优化顾问** —— 梳理需求结构，制定采购方案
- ✓ **合规采购专家** —— 识别跨境政策与财税风险
- ✓ **成本谈判顾问** —— 优化报价结构，实现规模议价
- ✓ **执行监督顾问** —— 跟进履约进度与质量控制

需求诊断与结构梳理

- 明确采购目标
- 梳理需求优先级
- 建立采购标准
- 统一决策逻辑

资源筛选与方案输出

- 筛选优质服务商
- 输出多套方案
- 对比服务差异
- 匹配最优资源

成本优化与价格谈判

- 拆解报价结构
- 识别隐性成本
- 统一议价策略
- 压缩采购成本

履约跟进与风险控制

- 跟进执行节点
- 监控交付质量
- 预警潜在风险
- 启动责任追溯



扫码提交需求
为您匹配最佳顾问

标准化合作流程确保执行效率与质量



全流程跟进：持续监督履约进度与质量

1

需求提报

卖家提交采购需求
与服务要求



2

免费诊断

专业顾问分析需求，
识别痛点



3

方案定制

量身定制采购解决
方案



4

服务商匹配

精准匹配优质服务
商资源



5

签约保障

签订三方协议，明
确权责



流程标准化管理，确保采购节奏与交付质量

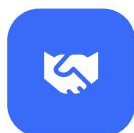
规模化议价机制提升采购价格透明度

依托平台资源整合能力，构建集中采购优势



横向对比多家报价

打破信息壁垒，多维度评估服务商实力与价格



统一议价降低成本

集中采购，获取最优单价



全网可比保价承诺

价格保护机制，确保公开透明



通过透明机制与规模效应，实现企业降本增效

实现综合采购成本优化



30%+

成本优化幅度

价格更透明，决策更安心

透明监督机制构建采购安全体系



三方采购顾问协议

引入独立第三方机构
确保流程公正，规避利益冲突



违约快捷赔付

大数跨境全程监控服务质量
与资金安全
服务不达标、效果不理想
有理有据、直接退款



服务商评分与淘汰

全维度动态评分
定期考核，末位淘汰



履约节点可视化监督

数字化平台实时监控
关键节点透明可见，杜绝暗箱



通过制度设计，实现风险对冲与责任清晰，采购行为更加规范与透明。



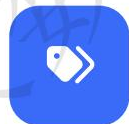
让专业的人做专业的采购

大数跨境致力于成为跨境领域垂类的一站式专业服务采购平台



专业外脑

资深顾问团队
全程支持



全网保价

透明价格体系，
可比可追



透明监督

全流程
可视化管理



成本优化

规模化议价，
降低成本30%+



免费诊断

专业需求分析
与方案建议



全程托管

从需求到交付
一站式服务

2026全球开店官方绿色通道

免费咨询 · 极速开店

高增长平台 吃风口红利



社交流量红利



托管模式 省心



全品类招商 极速增长

区域热门平台 避开内卷



东南亚霸主 门槛低



拉美第一 利润丰厚



俄罗斯红利 中国友好

大数跨境支持共50+个平台入驻

不会选？扫码添加顾问

扫码限时获取《热门市场分析报告合集》

新兴市场 抢占先机



中东 土豪多 增长快



东欧区黑马



非洲 跨境最后的蓝海

主流平台 适合有经验/品牌的卖家



全球电商霸主



高单价 竞争小



外贸 B2C 出海





嗨创周[®]
innovation

100 大数跨境
www.10100.com

HI

感谢聆听

WEEK

