

# 母婴行业 数字化经营方案



# 目录

01  
行业概况

02  
行业痛点

03  
解决方案

04  
案例分享

05  
关于企业



# 01 行业概况

市场规模 发展趋势 消费者特征

## 2018-2024年中国母婴行业市场规模及预测（单位：亿元）



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

随着消费升级、育儿成本上升、“全面二孩”政策的释放、产业链完善，中国母婴市场规模呈现出稳定扩张的局面。数据显示，2018年中国母婴行业市场规模达30000亿元，2019年为34950亿元，同比增长16.5%，预计2024年中国母婴行业市场规模超过70000亿元。

# 未来趋势

## 数字技术 赋能

●数字化技术对母婴产品研发、供应链管理、营销推广、消费体验等多个环节进行赋能，以改善行业运行效率，提升用户满意度。近年来，以云计算、大数据、人工智能、物联网等为代表的数字技术发展较为迅速，为母婴模式的变革创造了良好的技术条件。

## 线上线下 融合发展

●新一代年轻父母正在成为母婴消费市场的主力军，他们的育儿观念以及消费习惯都发生了变化。与此同时，消费信息渠道获取的碎片化，营销手段的多元化也在不同程度的改变着母婴消费市场。母婴消费趋向品质化、服务化、场景化、便利化，线上线下融合发展的模式更能满足日渐升级的母婴消费需求。

## 消费升级 拉动增长

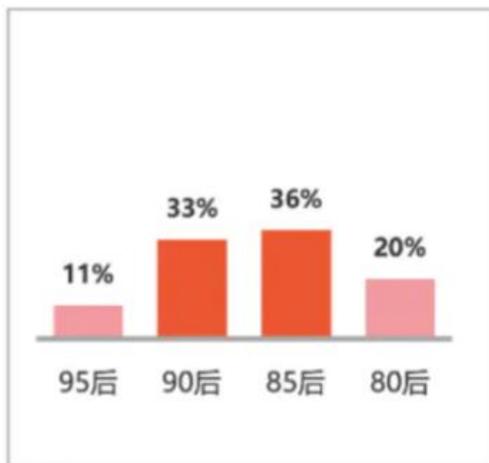
●随着我国家庭结构的变化以及新生代家长群体的更迭，我国传统育儿观念也发生了重大变化，消费者更加注重婴童产品的安全和品质，对价格敏感度较低，从而进一步带动母婴市场消费升级，促进母婴行业行业发展。

## 市场 细分多元

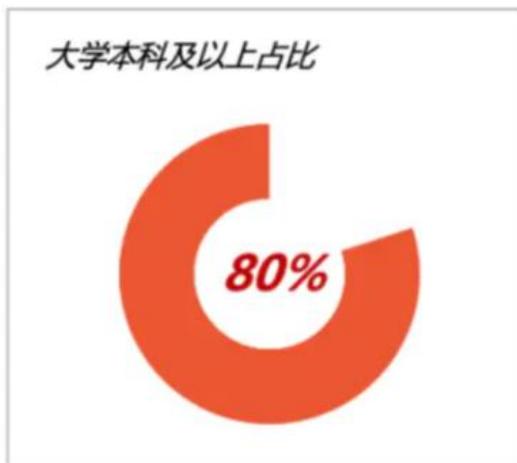
●社会进步与经济发展促进了育儿观念的转变，驱动母婴消费群体与消费内容变化。母婴消费群体由孩童向家庭扩展，消费内容由产品向服务延伸，母婴市场更加细分多元。

## 母婴人群基本属性

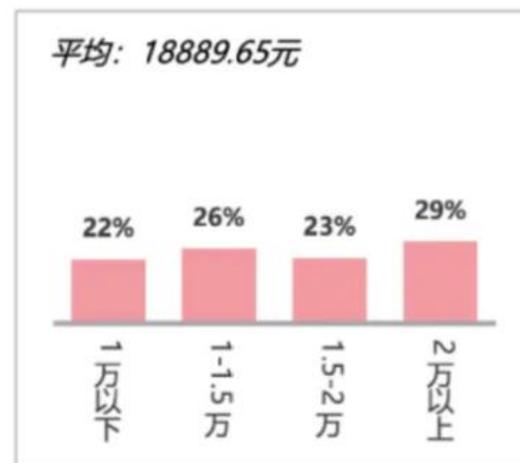
### 年龄段



### 学历



### 家庭月收入



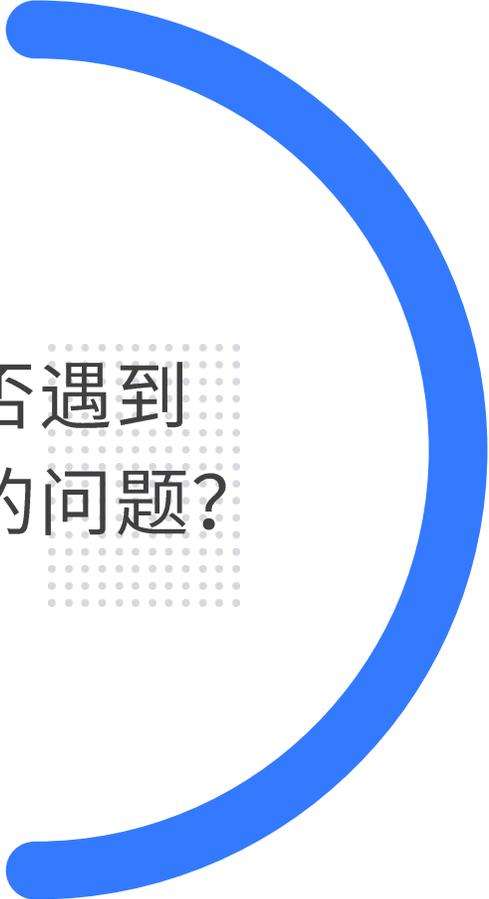
来源：尼尔森《2020母婴洞察》

母婴人群主力聚集在85后/90后，11%母婴人群为95后，将成为未来的潜力母婴人群。他们大多有较高的学历和消费能力。同时，母婴人群的衣食住行已经离不开移动互联网，他们习惯通过线上社交、线上购物、获得母婴知识。

The slide features a white background with large, semi-transparent blue circles in the top-left and bottom-right corners. The central text is framed by two smaller blue circles, one on the left and one on the right.

# 02.

## 行业痛点



## 您是否遇到这样的问题？

- 拓客难：线下商圈流量红利殆尽且同行竞争大，消费者可选择的购物渠道越来越多，传统母婴店缺乏吸引她们到店消费的营销能力。商家对线上流量没有主动权，依赖靠平台分发和用户主动搜索。
- 传统中心化平台抽佣高，线上引流成本大：天猫平均抽佣率2%，叠加流量费用，阿里巴巴货币化率约4%，商家苦不堪言。
- 客户价值没有最大程度挖掘，留存难复购低：不会对顾客进行精准营销，顾客资源流失而不自知。门店的营销方式单一，没有记忆点，顾客不愿意继续消费，资金回笼慢。
- 门店管理效率低，生存压力巨大：财务数据核查易出错，分店经营成本大、员工积极性低流动性大，宣传物料制作耗时长效果差。租金、人工、物料水电等费用花销大。

未来十年、百年，什么经营模式也都会改变，但为顾客解决问题，从顾客身上获得更多利润和增值效益的本质是不会改变的。

如何用成本低、效率高、体验感好的方式去满足客户需求、获得更多效益是每位商家都逃不开的问题。



The background features a white surface with large, semi-transparent blue circles in the top-left and bottom-right corners. In the center, the number '03' is written in a large, light blue font. Overlaid on the '03' is the Chinese text '解决方案' (Solution) in a bold, black font. Two small blue dots are positioned on either side of the '03', one to the left and one to the right.

# 03.

## 解决方案

## Step5: 内部管理增效

数据系统+开单系统+商品库存+多门店管理

## Step4: 私域再传播

多样化营销玩法

## Step3: 用户留存与复购

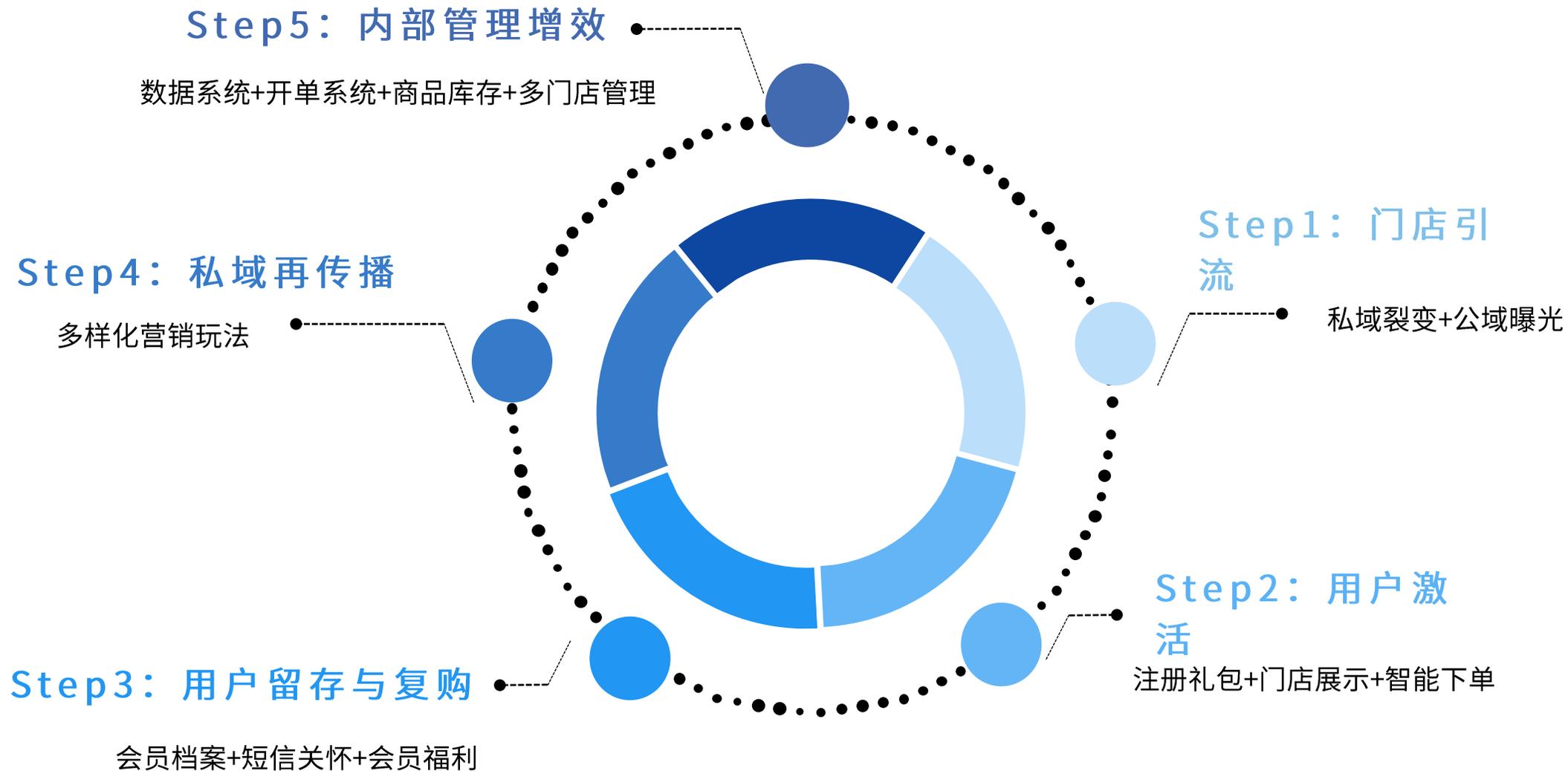
会员档案+短信关怀+会员福利

## Step1: 门店引流

私域裂变+公域曝光

## Step2: 用户激活

注册礼包+门店展示+智能下单



# Step 1: 门店引流



闺蜜

最近奶粉打折，要给宝宝加餐啦，各位扫码助力一下哦 🌹 🌹 🌹



1分钟前

👤 班长，我，徐志雷，乐乐姐，闺蜜

班长：正准备给我儿子也买一罐

闺蜜回复班长：扫码进入就可以啦

我：老母亲操碎了心

闺蜜回复我：你也快当宝妈了，快扫码以后也用得到

推广注册任务



每邀请1人注册会员

奖励：礼品-高端奶粉试吃装

去推广

进度 0/1

推广消费任务



每邀请1人首单消费满500元

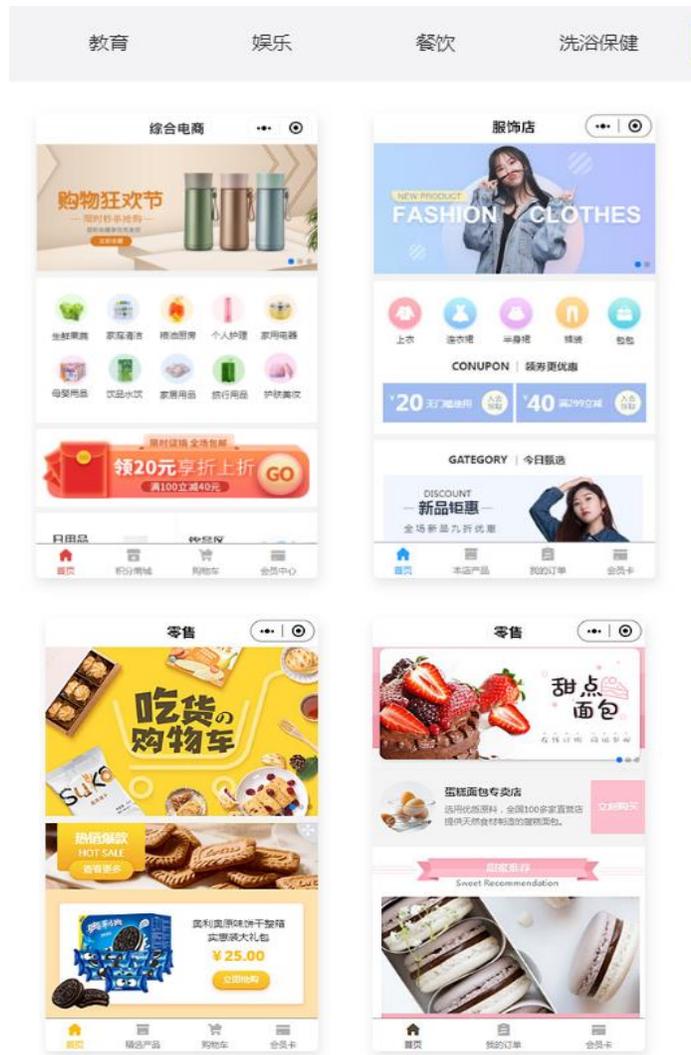
奖励：礼品-价值200元精美礼品（四选一）

去推广



**私域裂变引流+公域曝光：**推广业绩记录+奖励刺激，利用员工和已有老顾客的私域进行裂变引流，快速裂变拓客，全程跟踪推广人数和收益变化。搜附近小程序利用微信亿级流量，向周边潜在顾客曝光，渠道码追踪门店海报、易拉宝等推广人数和收益数据，打破地域限制，利用公域扩大流量入口。

# Step 2: 用户激活



进店礼包刺激新客注册会员，会员信息自动录入后台。利用行业精美模板装修店铺，优化浏览体验。顾客远程查看店内展示：商品介绍、客户评价，进行客服咨询，全面了解再预约，提高付费率。

## Step 2: 用户激活

商品详情



布朗博士奶瓶

普卡会员 9.8折

折后 ¥136.22 /个 ~~¥139.00/个~~ 剩余: 100

更多会员价 >

配送方式 快递发货(运费: ¥13.00)  
同城配送(免配送费) >  
到店自提

用户评价  
暂无用户评价

首页 客服 购物车 加入购物车 立即购买

购物车

小辛巴婴儿小奶嘴

普卡会员 9.8折  
原价: ¥59.00/个  
折后 ¥57.82 /个 - 1 +

布朗博士奶瓶

普卡会员 9.8折  
原价: ¥139.00/个  
折后 ¥136.22 /个 - 1 +

强生婴儿沐浴露

普卡会员 9.8折  
原价: ¥65.00  
折后 ¥63.70 - 1 +

全选 合计: ¥257.74 结算

首页 我的订单 购物车 积分商城 会员卡

提交订单

快速发货 同城配送 到店自提

请选择收货地址 >

配送方式 同城配送 (免配送费) >

商品信息

小辛巴婴儿小奶嘴  
普卡会员 9.8折  
折后 ¥57.82 /个 x1

布朗博士奶瓶  
普卡会员 9.8折  
折后 ¥136.22 /个 x1

强生婴儿沐浴露  
普卡会员 9.8折  
折后 ¥63.70 x1

商品金额 ¥257.74

配送费 ¥0.00

买家留言 给卖家留言

需支付: 0元 提交订单

会员可将商品一键下单或加入购物车。支持快递发货、同城配送和到店自提三种方式，收货也可很方便。

# Step 3: 用户留存与复购



兑优惠券

兑商品



帮宝适超薄干爽绿帮拉...

原价: ¥220.00/包

2000 + ¥100.00/包



小浣熊婴儿沐浴洗发露

原价: ¥35.00

1000 + ¥15.00



布朗博士奶瓶

原价: ¥139.00/个

3000 + ¥88.00/个



奶瓶清洁

原价: ¥38.00

1000 + ¥10.00

余额充值

当前余额 (元)

700.00

本金 (元) 500.00 | 赠额 (元) 200.00

充值金额

200元

立赠50元

500元

立赠200元

1000元

立赠500元

500

元

赠送: 200.00元

实际余额到账: 700.00元

会员列表 > 会员详情

会员详情



金卡会员

123 4567 8963

No.7

+ 打标签

余额 (元)

382.50

本金 332.50  
赠额 50.00

优惠券 (张)

4

会员卡

贝儿母婴



NO. 4

尊享更多等级权益

了解详情



余额

2060.14 元



积分

126



卡项

0



优惠券

2



我的订单



预约记录



购物车



我的权益



我的拼团



会员充值



推广有礼



积分商城



我的消息

由 凡科门店通 提供技术支持



首页



我的订单



购物车



积分商城

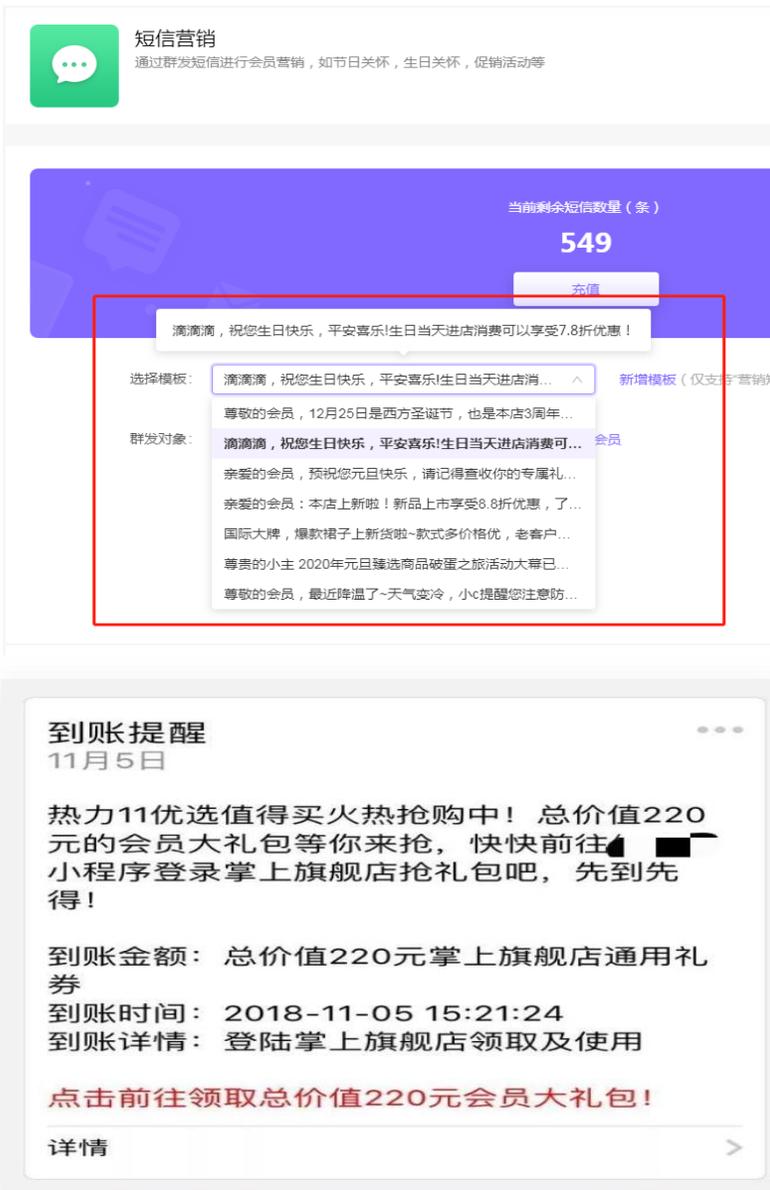


会员卡

会员储值、积分与积分商城和优惠券等营销功能可以提前锁客，提高会员复购率，加速资金回笼。

会员档案可给会员打标签、记录会员以及宝宝特征、喜欢的商品类型和特殊需求等，帮助商家进行分层精准管理，个性化商品推荐留住顾客，提高会员复购率。

# Step 3: 用户留存与复购



## 打造私域流量池

借助小程序、公众号、朋友圈等进行粉丝导流, 让会员或潜在会员从公众号跳转小程序或者加客服微信进入福利群, **构建门店私域流量池, 减少顾客流失**。利用社群针对性强、传播快、易转化的特点, 客服和导购员积极在社群解答顾客问题、推送干货、发送福利、宣传门店活动等, **与顾客维持良好关系, 实现会员长期复购**。

## 通知系统精准推送

短信系统及时通知门店会员下单消息, **方便店员备货, 提高效率**。会员可及时收到账户变动提醒, 了解账户信息。营销短信有效唤醒沉睡会员。在节假日还可将节日祝福、活动预告等触达对应会员, **加强会员关怀, 提高用户粘性**。

# Step 4: 私域再传播

2 累计获得奖励

1 累计推广客户

0 累计推广订单

### 推广注册任务

每邀请1人注册会员  
奖励: 优惠券 2张

去推广  
进度 0/1

闺蜜  
最近奶粉打折, 要给宝宝加餐啦, 各位扫码助力一下哦



1分钟前

班长, 我, 徐志雷, 乐乐姐, 闺蜜

班长: 正准备给我儿子也买一罐

闺蜜回复班长: 扫码进入就可以啦

我: 老母亲操碎了心

闺蜜回复我: 你也快当宝妈了, 快扫码以后也用得到

< 【特价拼团】雀巢超启能恩1... >

雀巢 Nestle 母婴官方旗舰店



7天开团倒计时

距离活动结束还有 377 天 18 时 42 分 57 秒

【特价拼团】雀巢超启能恩1段800g

3人团

¥230 ¥278

### 拼团玩法

- 1 开团/参团
- 2 邀请好友参团
- 3 满人成团

### 兑换说明

成团后, 将获得一个兑换码, 到店后向商家出示兑换码, 核销

我要开团

**全民推广:** 裂变必备利器。通过设置优惠券/余额/礼品等奖励, 刺激新老顾客为门店进行私域转介绍, 拓展门店的推广宣传渠道, 吸纳更多会员、引导更多顾客消费。

**拼团:** 依托会员社交关系链裂变为门店带来流量, 一旦成团获得商品拼团优惠价, 老带新提升购买转化率。

# Step 5: 内部管理增效

## 收款:

支持微信支付等多种开单记账方式，收款也可很方便。

## 数据:

服务开单可以记录服务员和销售业绩，且支持自定义比例，提高工作人员的积极性。数据模块可视化图表，多门店亦可一站式管理，商家可以快速了解店铺经营状况，**缓解财务核算压力，提升门店经营效率。**

The screenshot displays a POS system interface with several key components:

- 微信支付 (WeChat Pay):** A prominent green logo and text indicating supported payment methods.
- 营业统计 (Business Statistics):** A dashboard showing real-time sales data.
  - 实收方式统计 (Real-time Payment Method Statistics):** A table listing payment methods and their percentages.
  - 实收方式比例 (Real-time Payment Method Ratio):** A donut chart showing the distribution of payment methods.
- 销售 (Sales):** A section for managing sales data.
  - Search:** A search bar with the placeholder "请输入销售姓名" (Please enter sales name) and a "搜索" (Search) button.
  - Sales List:** A list of staff members with checkboxes for selection: boss, 售货员李英 (Sales Clerk Li Ying), 售货员张月绣 (Sales Clerk Zhang Yuexiu), and 店长顾曼丽 (Store Manager Gu Manli).
  - 销售比例 (Sales Ratio) Modal:** A pop-up window for configuring sales ratios for selected staff.

姓名 (Name)	金额 (Amount)	比例 (Ratio)
售货员张...	50.00	%
售货员李英	50.00	%
  - Buttons:** "确定" (Confirm) and "取消" (Cancel) buttons at the bottom.
- Visualizations:** A line chart in the background showing sales trends over time, with a person icon pointing to it.

# Step 5: 内部管理增效

线上线库存同步，实时查看库存流水，支持小票打印、灵活核销，多款贴心功能满足母婴门店经营场景

← 上一级 | 产品管理 > 库存明细

库存明细 [数据指标说明](#)

产品名称: 小辛巴婴儿小奶嘴

剩余库存 <sup>?</sup>	已售 <sup>?</sup>
992	7
积分兑换出库 <sup>?</sup>	退款/退货入库 <sup>?</sup>
0	0
门店开单出库 <sup>?</sup>	店铺小程序购买出库 <sup>?</sup>
6	1
待提货数量 <sup>?</sup>	
1	

### 贝儿母婴

**订单信息**

订单编号 210316\*\*\*\*\*4591  
开单人 boss  
创建时间 2021-03-16 10:29:02  
下单人 乐\*\*妈  
下单人手机 136\*\*\*\*3988  
收款人 boss  
收款时间 2021-03-16 10:29:08  
订单备注 -

**消费信息**

品名	数量	小计
1. 充值500元赠200元		
¥500.00	x1	¥500.00

**结算信息**

合计 ¥500.00  
应收 ¥500.00  
-----  
实际支付: 支付宝 ¥500.00  
说明 -  
-----  
剩余会员余额 ¥700.00

谢谢光临，欢迎再来！

### 核销订单

序号 产品名称 规格 数量

1	 孕妇打底裤	-	1件
2	 婴儿幼儿学步带	-	1件
3	 宝宝好 婴儿推...	-	1件
4	 雀巢超启能恩 ...	800克	1个

**商家操作**

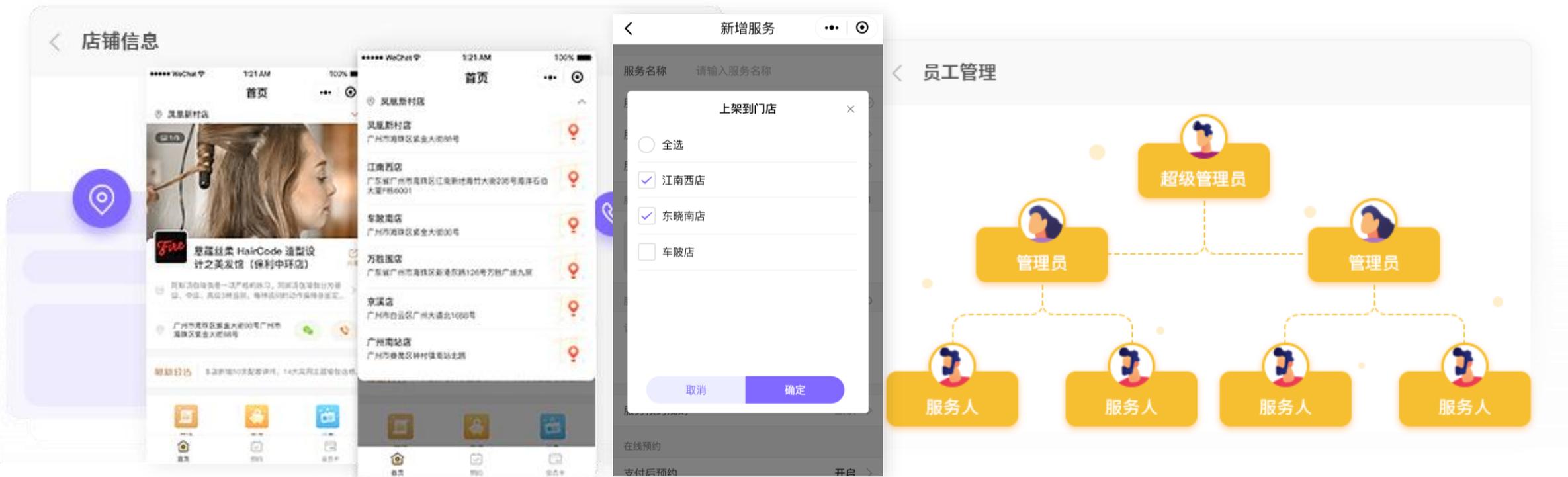
\*核销方式:  输入提货码验证  直接核销

请输入提货码

请在为顾客提供产品后再进行核销，核销后订单状态不可逆

确认 取消

## Step 5: 内部管理增效



多门店总部统一管理，灵活设置服务、卡项上架门店，统一策划和发布营销活动，并按门店筛选并监控预约订单，降低管理成本。支持门店统一品牌风格，根据地理位置推荐附近门店，门店列表自由切换，客流精准承接。实时获取订单并处理，店员权限灵活配置，可独立设置门店客服。细分权限，高效经营。

# 产品优势

超高  
性价比

体验版提供商家试用便利，核心功能尽情体验无压力。付费版同类产品冰点价，付费后版本功能无需重复收费。

多类功能  
持续更新

多类功能覆盖拉新到复购再到内部管理各个场景，助力商家低成本高效率经营门店。高频率更新迭代，只为更好的用户体验。

专人带教  
轻松上手

后台帮助中心教程指引+专业客服团队7×12h贴心相助，助力商家轻松上线门店。

多重防护  
安全监控

提供DDOS攻击防护、HTTPS数据加密、CDN加速、全面支持IPv6。7×24h全方位安全监控，保证门店数据安全。

The background features a white surface with four large, semi-transparent blue circles positioned at the corners: top-left, bottom-right, and two smaller ones on the left and right sides. The central text is overlaid on these circles.

# 04.

## 案例分享

首页



贝儿母婴



分享



广东省佛山市顺德区核心商务区彩虹路1号大信·新都汇  
(顺德店)



婴儿用品



拼团活动



优惠券

本店产品

全部

孕妇用品

妈咪用品

婴儿用品



首页



我的订单



购物车



积分商城



会员卡

## 案例：贝儿母婴

7天卖出纸尿裤3000+，成交额20w+

背景介绍：贝儿母婴位于佛山顺德大型购物中心，周边有多个中高档小区，这位置是相当好，开张后获得了很多客流。但随着周边的母婴店的增多和网购的便利，客源流失的问题，就越来越严重了。



### 推广注册任务

**每邀请5人注册会员** 去推广

奖励: 礼品-10元帮宝适纸尿裤试用 进度 0/5

### 推广消费任务

**每邀请1人首单消费满500元** 去推广

奖励: 礼品-价值200元精美礼品 (四选一)

### 会员列表

输入姓名/手机号/卡号 搜索

共 338 名会员

<input type="checkbox"/> 卡号	会员信息	会员账户	来源
<input type="checkbox"/> No. 384		余额: ¥524.00 卡项: 0个	手动录入
<input type="checkbox"/> No.385		余额: ¥196.00 卡项: 0个	手动录入
<input type="checkbox"/> No.386		余额: ¥1020.00 卡项: 0个	手动录入

## 亮点思路:

- 1.私域引流:** 充分利用老会员的朋友圈,老会员每推广5人注册获得宝宝纸尿裤特价试用券,纸尿裤需求量大,一下子吸引一大批老会员进行私域裂变。用员工分销记录店员的推广情况,设置最佳导购奖励:根据新注册会员数量和首次消费会员数量,评出当月最佳导购给予奖金。
- 2.会员档案与社群锁客:** 贝儿母婴会为每位新会员建立专属档案根据会员特征进行精准管理。同时开设母婴社群,导购和客服会在群里分享每周优惠商品、育儿干货,以及解答会员们对商品的疑惑。这些做法有效提高了店铺和会员的粘性,提高了复购率。
- 3.跨店合作客流共享:** 贝儿母婴还与周边月子中心、月嫂公司合作,印制带有母婴店专属码的优惠券给合作伙伴派发。并不定时邀请专业人员到店或在群里给新手宝妈、准妈妈们教授育儿知识。



05.  
关于企业

# 关于企业

北京追效科技有限公司（简称追效科技）秉承“以质量为主导，以技术奠基础，以服务拓市场”的精神，在充分把握初创企业需求的基础上，以经营软件为载体，与多款企业服务相结合，提供数字化经营升级服务。通过自助、定制、代运营等服务方式，实现初创企业经营更简单的使命。追效科技经营的业务包含：

唯平台——多款高效易用的软件，助力**追求经营效率**。

唯优选——推广、设计、文案等，助力**追求经营效果**。

唯咨询——行业数字化经营方案，助力**追求经营效益**。

唯联帮——企业互联、互帮计划，助力**追求经营效力**。

追效科技已联合上百家合作伙伴，持续跟随初创企业的实际需求，交付价值，共同开创企业服务新生态！



# 服务体系



# 产品矩阵

## 唯平台



企业网站



商城



营销活动



小程序



教育系统



云设计



微传单



公众号助手



企业邮箱



门店系统



销售系统



短信平台

## 唯优选



设计服务



动画宣传片



可信认证



印刷服务



软文营销



网络推广



SEO优化



400号码



智能客服



商标买卖



商标注册



更多服务

## 唯咨询

1

平台搭建

2

多维展示

3

曝光获客

4

引流拓客

5

转化变现

6

分销裂变

7

复购留存

8

品牌管理

# 感谢观看 期待与您合作

电话：010-61133881

官网：[www.zhuixiao.com.cn](http://www.zhuixiao.com.cn)

人工客服、案例、方案等请扫码

关注我司微信公众号【追效科技】

