

跨境母婴 孕产新蓝海

2026天猫国际
备孕品类洞察白皮书

全景导览 | 一个入口，四个篇章

看趋势 · 懂人群 · 抓品类 · 定格局——备孕，孕产全链路消费的第一公里。

天猫国际母婴超会养 × KANTAR



市场篇

Part 1 看市场
健康生育政策
催生备孕市场增长



人群篇

Part 2 懂人群
备孕人群特征
与行为深度洞察



品类篇

Part 3 抓品类
备孕营养的
科学化与精准化创新



格局篇

Part 4 定格局
孕产品牌
竞争态势与信任构建

Part 1

看市场

健康生育政策
催生备孕市场增长

市场蓬勃 | 人群托底，孕产营养品市场持续扩容，备孕赛道成为核心增长引擎

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

约3,414万人正走在备孕路上，中国孕婴童营养品市场持续扩容，备孕营养素行业近年来更呈现持续稳健增长态势，已成为营养健康消费领域中增速最快的细分赛道之一。伴随科学备孕理念的深度渗透，推动备孕市场进入高速增长周期。在用户端，“科学备孕”社媒话题讨论高涨，反映出消费者对生殖健康前置管理的重视程度持续深化。

中国广泛的备孕人群规模构成市场基础

2025年备孕人群规模（已剔除终身不育人群）

约 **3,414** 万人

对应约1,707万对夫妻/伴侣

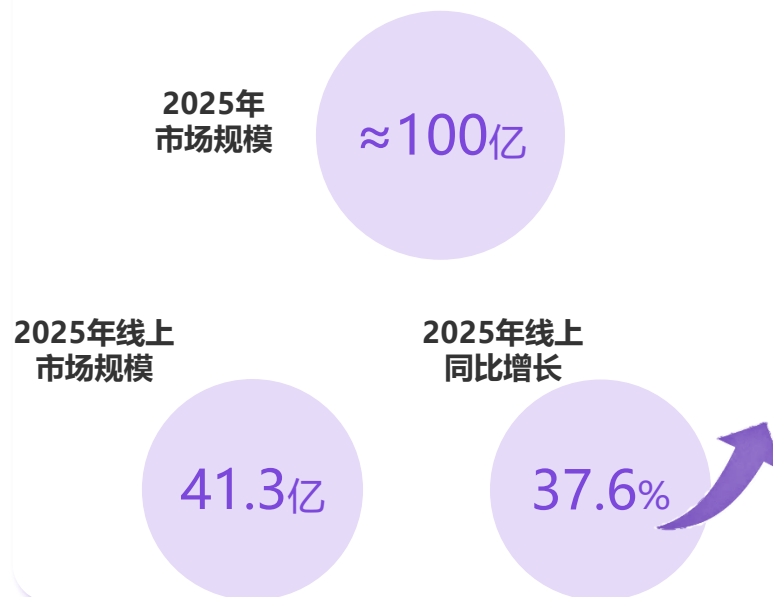


未育人群

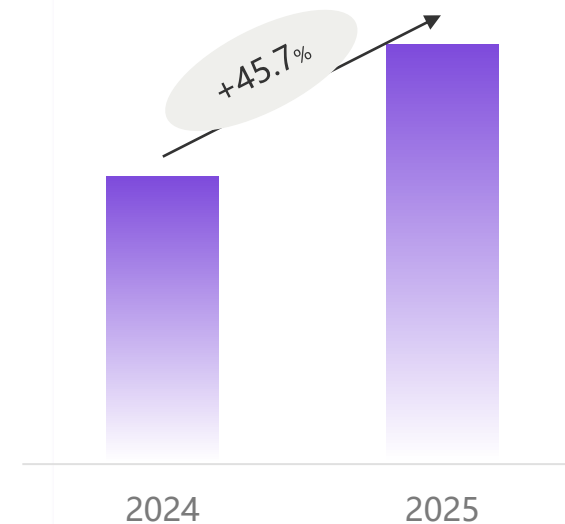


已育人群
一孩及以上

孕产妇营养作为一种高增长类别迅速出现



“科学备孕”社媒平台话题讨论量高涨



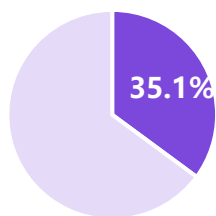
数据来源 [1] 民政部《2025年4季度民政统计数据》（2026-02-11发布） [2] 中国人民大学人口与发展研究中心《中国不婚不育少育群体专项调查》（2023），中国社会科学网转发 [3] 国家统计局《2025年国民经济运行情况》（2026-01-19发布）， [4] 国家卫生健康委《2022年我国卫生健康事业发展统计公报 [5] 内部估算：已育家庭再生育决策窗口期，参考一孩窗口期类比推算，非直接引用数据 [6] 按夫妻/伴侣双方2人换算为个人口径 [7] 《中国女性终身不育水平估计》，中国人口与发展研究中心张翠玲、庄亚儿等，《人口研究》2023年第3期，基于第七次全国人口普查数据，2020年49岁女性终身不育率5.16%；用于剔除结婚人群中最终不会生育（含主动选择不育与非自愿不育）的部分，口径较窄的“认为没孩子最好”等态度调查（如0.7%）未采用，因测量的是生育偏好而非最终生育结果。 [8] 魔镜洞察：孕产妇营养补充剂，不包括燕窝等中式补品。市场规模根据其线上销售规模与线上渠道占整体的比例估算得到

渠道重构 | 线上成为母婴及备孕品类主战场，消费向头部平台集中

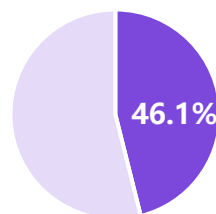
天猫国际母婴超会养 × KANTAR

随着母婴市场销售渠道整体线上化，2022-2025 年电商备孕相关品类销售额累计增长90.1%，规模实现近翻倍扩张；天猫以50.5%的占比领跑孕产妇营养品赛道，成为备孕消费的核心阵地。

中国母婴线上市场占比扩大，
电商成为母婴消费主要战场



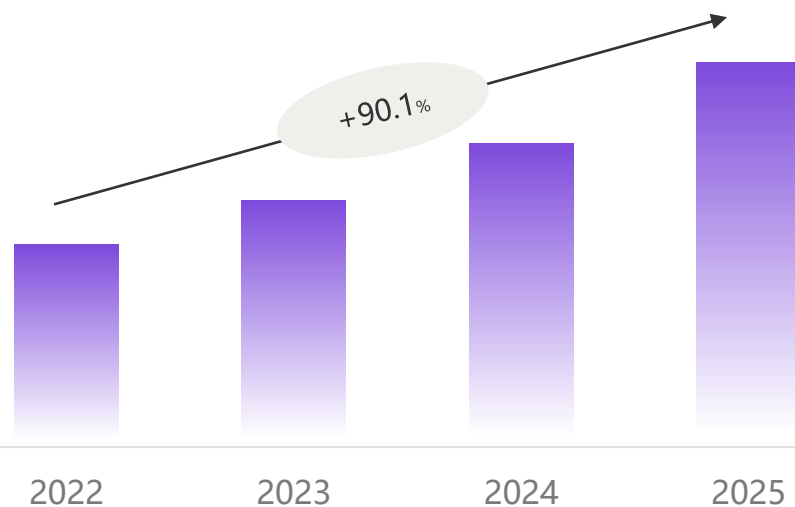
2023年线上
渠道占比



2025年线上
渠道占比

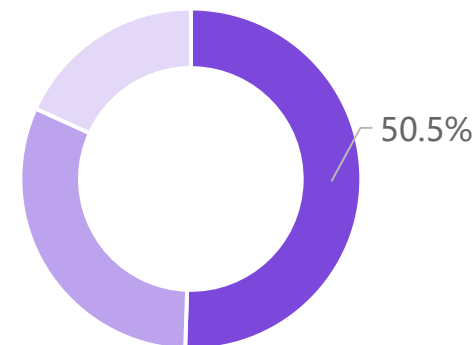
2022年-2025年

中国电商平台备孕品类销售总额增长



2025年主要电商平台

备孕相关营养品销量天猫占比50.5%



■ 天猫 ■ 电商平台1 ■ 电商平台2

政策铺路 | 政策与需求共振，科学备孕迎来制度性红利

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

政策引导备孕赛道入场时机

鼓励生育

《十五五规划纲要草案》国务院 2026年3月

扩大生育保险、提升产检保障、实现政策范围内住院分娩个人“无自付”。

《育儿补贴制度实施方案》国务院 2025年7月

建立全国统一育儿补贴标准，每孩每年3600元发放至3周岁；
中央财政设立专项转移支付，按东中西部比例补助，夯实生育经济支持。

《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》国务院 2024年10月

指导各地将适宜的分娩镇痛以及辅助生殖技术项目纳入医保报销范围；
提高个税专项附加扣除、扩大生育保险覆盖范围，完善生育休假制度。

科学备孕

《国家免费孕前优生健康检查项目 2026 年实施方案》国务院 2026年2月

为计划怀孕夫妇免费提供 20 余项检查项目，包括传染病筛查、遗传病初筛、基础慢病评估；统一营养素补充标准，免费提供叶酸及相关备孕营养指导；建立“检查-评估-干预-随访”闭环服务，高风险人群干预率目标 100%

《出生缺陷防治能力提升计划（2023-2027）》国家卫健委 2023年8月

优化孕前保健资源配置，推动县级妇幼机构全部设立孕前保健门诊；
扩大孕前优生健康检查覆盖，目标到 2027 年覆盖率提升至 90% 以上；
建立孕前风险评估与干预机制，对慢病、传染病、遗传高危人群实施分类管理；
规范叶酸等营养素补充指导，推动基层医疗机构实现叶酸免费发放全覆盖。

生育关口前移

根据国家卫健委发布的《2025年我国卫生健康事业发展统计公报》，全国婚检机构、孕前检查机构均超过3000家，产前筛查机构达5537家，产前诊断机构达627家；
2025年全国婚检率提高到

76.9%，

较2020年提高8.5个百分点。

孕前检查、增补叶酸、地中海贫血防控和新生儿疾病筛查均已纳入国家基本公共卫生服务，由财政资金专项拨付。

意识升级 | 借鉴海外成熟科学备孕理念，助力消费者备孕意识升级

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

欧美、日韩已形成较为成熟的备孕营养实践：欧美以循证医学推动全周期前置规划与分性别、分人群的个性化方案，日韩贴合东亚体质做日常化养护；借鉴其前置备孕与精细化调理的先进理念，助力消费者备孕理念与意识升级。

海外成熟备孕营养实践



欧美：以循证医学做全周期优生规划

备孕理念

- 孕前6个月启动系统性营养与生活方式调理，推行夫妻同步备孕；
- 针对不同人群制定个性化营养补充方案；
- 推崇地中海饮食，以橄榄油、全谷物、深海鱼、坚果、大量蔬果为核心，每日摄入全脂乳制品。

营养素补充策略

- 常规 0.4mg 叶酸与B族复合补充；
- 多囊人群常规配比补充肌醇；
- 高龄、试管人群常用还原型辅酶 Q10 梯度补充；
- 卵巢储备偏低人群可规范使用 DHEA 并配合激素监测；
- 男性搭配锌、硒、左旋肉碱、鱼油等复合营养；
- 备孕阶段常规筛查并补充维 D、铁、DHA。



日韩：贴合东亚体质做身体调养

- 孕前4-5个月开展体质与营养调理；
- 备孕调理全民化程度高，男性主动参与备孕调理；
- 侧重药食同源与科学补剂结合，市面多为预配复合成品，无需自行搭配多种单品；
- 以发酵食品天然调理代谢与内分泌，药食同源，长期温和体质调养。

- 多采用0.48mg叶酸进行日常调理；
- 肌醇、小分子辅酶 Q10 常用于日常养护复配；
- 多用植物萃取成分替代激素类调理；
- 男女均有专属成品复合备孕营养，无需自行搭配；
- 维 D、钙、DHA 作为日常膳食常备补充。

本土市场备孕营养实践



本土市场：标准化基础备孕筹备

- 普遍在孕前3个月开启备孕，重心多集中于女性；
- 侧重温补养气，常用枸杞、红枣、黑芝麻、山药等食材日常补充；
- 膳食以五谷、优质蛋白、应季蔬菜搭配为主，辅以适量动物肝脏、豆制品做基础营养支撑。

- 叶酸常规选用0.4~0.8mg 单剂作为基础补充；
- 日常可合理补充维生素 D、铁、碘等基础微量元素；
- DHA 多安排在孕期阶段规律补充；
- 男性备孕常用锌硒类制剂做基础营养调理。

信息来源：世卫组织关于开展产前保健促进积极妊娠体验的建议，妊娠中に食べた方がよいもの・気をつけたいもの【医師監修】，Health Essentials Checklist: Prepare yourself now for a healthy pregnancy. 备孕妇女膳食指南，中华围产医学杂志，2016

章节小结

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

市场、人口、政策、消费理念四大维度形成合力，持续释放科学备孕赛道发展动能。



市场层面

备孕消费进入稳定增长期，社媒讨论热度与电商销售额同步爆发，成为孕产消费的核心增长引擎。



人口基本面

我国育龄人群基数庞大，其中 3,414 万人有明确的生育意愿，为科学备孕市场奠定了坚实的用户基础。



政策层面

国家层面 “鼓励生育” 与 “科学备孕” 双轨并行，通过完善生育保障、推进免费孕前检查等措施，强力推动生育关口前移。



理念层面

欧美、日韩的成熟经验为国内备孕策略升级提供了参考，推动国内备孕从单一基础补充，向全周期干预、个性化调理的精细化方向发展。

Part 2

懂人群

备孕人群特征
与行为深度洞察

他们是谁 | 高知高收入女性领跑备孕市场，多孩家庭驱动需求扩容

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

备孕主力年龄段呈上移倾向，女性占比近七成；本科及以上学历、中高收入群体占主导；备孕动因以身体状况、家庭期望为核心，辅以年龄焦虑与多孩规划，备孕行为从被动应对转向主动健康管理。



六种节奏 | 备孕人群呈现六种典型行为模式

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

备孕行为可分为六类：夫妻共进型、相信科学型、提前规划型、年龄焦虑型、轻量佛系型、被动响应型；备孕人群可同时匹配两种及以上行为模式，多元备孕节奏同步并存。



夫妻共进型

63%

年轻夫妻主导、覆盖新手与多胎家庭，从备孕起即践行“共进”理念，线上健康管理习惯已融入日常。

🏠 一线/四线城市

👫 男女均衡

🕒 20-29岁

👶 未婚/已婚，二/三胎准备中

//

我认为备孕是夫妻双方需要共同参与和配合的事情。

//



相信科学型

52%

经验丰富的二胎/三胎家庭，覆盖各年龄段，女性主导，依赖权威专业的母婴及备孕平台。

🏠 二线城市

👩 女性居多

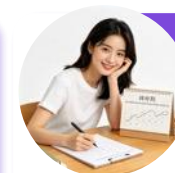
🕒 均匀分布于各年龄段

👶 已婚，二胎/三胎准备中

//

我相信通过科学方法和调理，可以在一定程度上提高受孕成功率。

//



提前规划型

36%

低线城市年轻男性主导，备孕规划意识强，偏好家庭记录与女性健康管理工具。

🏠 四线及以下城市

👨 男性居多

🕒 20-29岁

👶 已婚，备孕中

//

我认为备孕需要提前规划和系统调理，越早准备越好。

//



年龄焦虑型

21%

一线城市高龄备孕女性，时效意识强，兼具医疗专业诉求与社群经验互助的双重特征。

🏠 一线/新一线城市

👩 女性为主

🕒 30-39岁，40-45岁

👶 已婚无孩，备孕中

//

年龄因素让我对备孕更加重视，也会有一定压力。

//



轻量佛系型

7%

一至三线城市备孕家庭，男性主导参与，呈现低干预、随缘接受的状态。

🏠 一/二/三线城市

👨 男性为主

🕒 20-29岁，30-39岁

👶 已婚，备孕计划中

//

我更倾向顺其自然，不希望备孕占据太多精力。

//



被动响应型

5%

各城市线级及年龄分布均匀，男女共同参与，因实际困难而主动寻求专业医疗平台支持。

🏠 均匀分布于各城市线级

👫 男女均衡

🕒 均匀分布于各年龄段

👶 未婚，或已婚无孩

//

我不会在一开始投入太多精力，只有在遇到问题时才会采取行动。

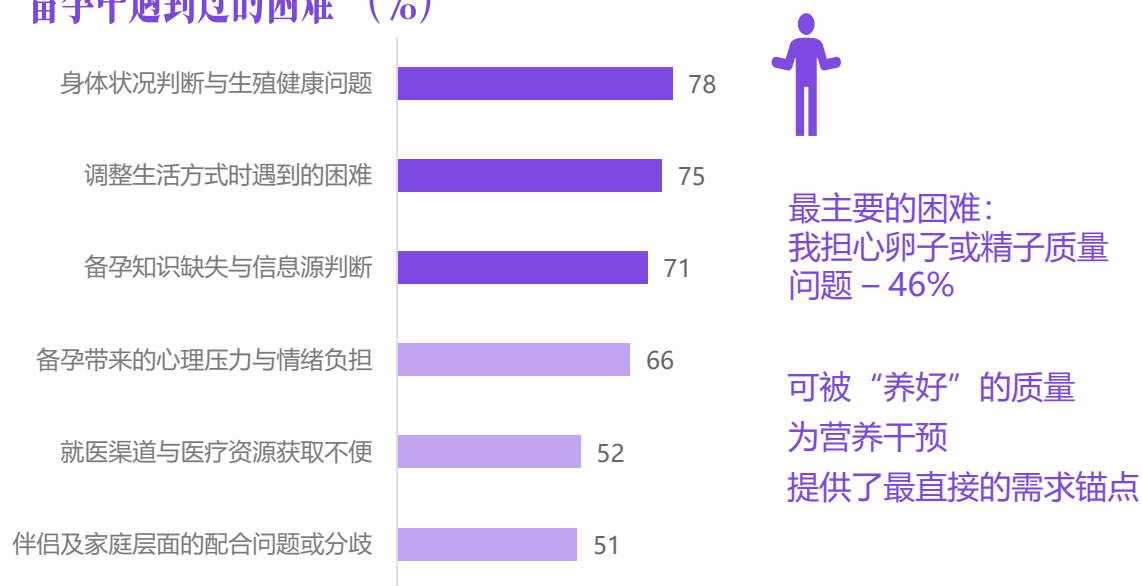
//

痛点地图 | 多维健康管理成备孕共识，人们正以主动管理应对“不确定性焦虑”

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

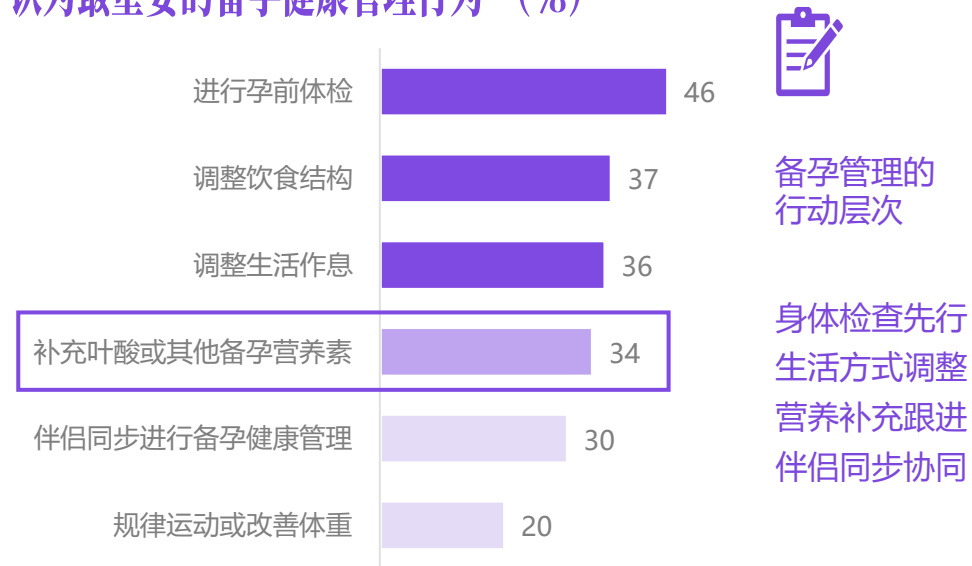
身体状况的不确定性是最大困扰，体检成为首要行动，“先评估、后干预”的理性思维贯穿备孕全程；同时饮食结构与生活作息的调整排名靠前，说明用户对备孕的理解已从单一的叶酸补给升级成备孕行动组合的优化方案，且营养补剂的摄入也已成为重要的共识行为。

备孕中遇到过的困难 (%)



Q: 在实际进行备孕相关准备时，您曾经遇到过哪些困难或困扰？其中哪些是最困扰您的呢？最多可以选3个。

认为最重要的备孕健康管理行为 (%)



Q: 在您备孕期间采取过或计划采取的健康管理行动中，哪些您觉得最重要？最多可以选3个。

认知跃迁 | 夫妻共进成社会主流，科学备孕已从“女性专属”走向“家庭共担”

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

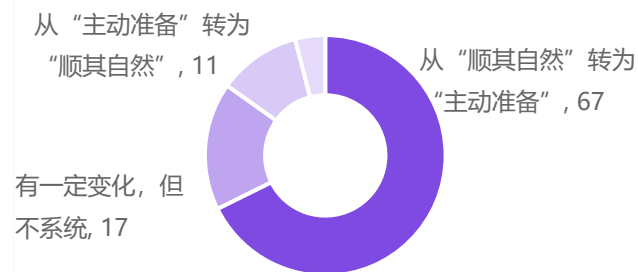
新一代备孕人群已不再满足于“顺其自然”，而是主动将备孕视为一个可管理、可优化的健康周期，有针对性地进行备孕期营养补充已是常见行为。



认知转变

人们倾向于主动进入备孕状态

科学备孕的认知变化 (%)



Q: 相比过去，您对备孕的认知是否发生过变化？如果有，主要体现在哪些方面？

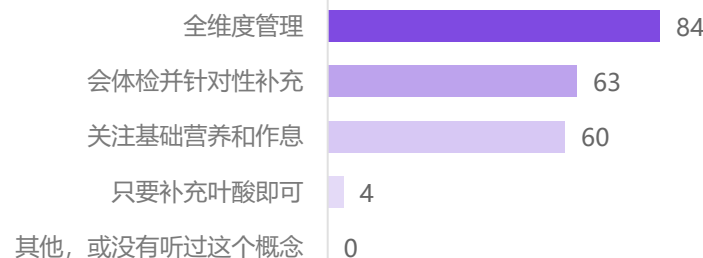
近七成消费者对待备孕的认知，已从“顺其自然”转变为“主动准备”



理念升级

备孕从单一营养补充扩展为全维度管理

如何理解科学备孕 (%)



Q: 请问您目前对“科学备孕”的理解更接近哪种？

绝大多数消费者认为科学备孕意味着全维度健康管理
涵盖营养+激素+心理+伴侣同步等多方面



家庭共担

夫妻共进成主流，科学备孕加速渗透

认为在备孕过程中
男性需要与女性同步进行健康管理

98%

Q: 您是否认为男性在备孕中需要与女性同步进行健康管理？

“备孕是夫妻共同责任”已超越性别角色
成为社会层面的普遍共识
备孕内容的传播更应从“女性专属”
转向“伴侣共读”视角

信任链路 | 备孕营养品消费的信任链路层层递进：从“知道”到“相信”再到“购买”

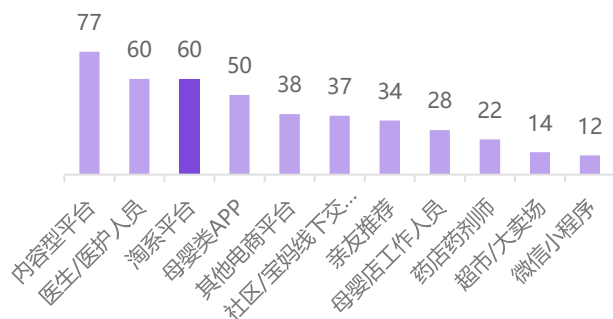
天猫国际母婴超会养 × KANTAR

内容平台打开认知广度，专业医生与淘系平台构建信任深度，淘系完成最终购物决策的闭环。

阶段一：了解信息

内容平台是备孕人群获取信息的首要触点，淘系平台与专业医生推荐并列高信任度核心渠道

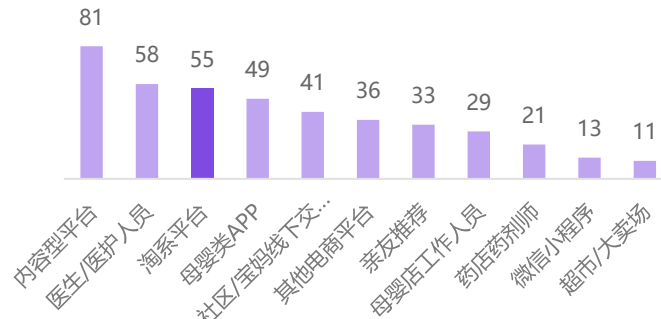
获取信息的渠道 (%)



阶段二：主动求证

在主动求证阶段，用户更依赖内容平台及专业人士推荐进行深度比对与验证

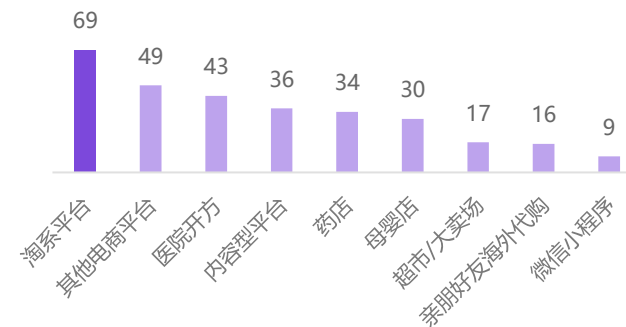
主动求证的渠道 (%)



阶段三：购买决策

电商平台成为决策枢纽，淘系平台在备孕营养品消费中占据主导地位

最终购买的渠道 (%)



专业权威穿透力

医生推荐等专业意见对高客单价备孕产品的转化具有显著影响



平台赋能闭环

淘系平台“内容+交易”一体化优势缩短决策路径，提升转化效率



社群共鸣机制

UGC真实体验分享有效传递信任



线下体验价值

母婴店等线下渠道提供专业服务和试用体验，有效促进试用转化

淘系优势 | 淘系平台成为备孕营养品消费的“信任+效率”双枢纽

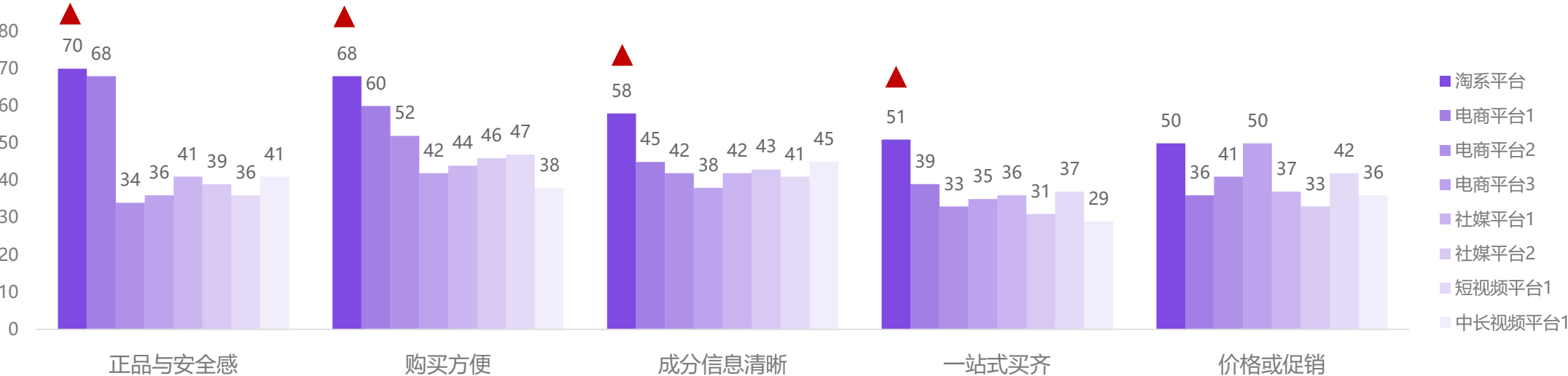
天猫国际母婴超会养 × KANTAR

在备孕营养品消费中，淘系平台不仅解决了用户“在哪买、怎么快”的效率问题，更在“是否正品、成分安全、信息可信”等消费者深层焦虑的议题上建立了差异化优势壁垒。



选择购买渠道的原因 (%)

Q：您选择在该渠道购买的主要原因是什么？



趋势总结 | 备孕人群三大趋势：人群节奏多元、观念主动管理、电商消费闭环

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

女性虽为备孕主导，但夫妻共进已成社会共识；备孕行为从“顺其自然”全面转向主动全周期健康管理；淘系平台凭借正品信任与一站式效率，稳固承接最终消费闭环。

备孕人群结构与行为分型

高知高收入女性引领备孕，备孕节奏多元，夫妻共建已成主流模式

年龄	25-34岁为主 30-34岁占比最高 整体上移
性别	女性近70%
收入	中高收入主导（月入15k+）
学历	本科及以上学历占多数
动因	身体情况和家庭期待驱动， 年龄焦虑为辅



63%
夫妻共进型

认为备孕需要
夫妻双方共同参与



52%
相信科学型

相信科学的条理方法
可以提高受孕成功率



36%
提前规划型

认为备孕需要提前规划
越早准备越好



21%
年龄焦虑型

年龄因素对备孕计划
带来了一定压力



7%
轻量佛系型

更倾向于顺其自然



5%
被动响应型

在遇到问题的时候
才会采取行动

备孕观念的整体演进

备孕已从“女性专属+单一补叶酸”
升级为“家庭共担+全周期健康管理”

认知
转变

67%

从“顺其自然”
转向“主动准备”

共识
更迭

98%

认同男性需同步管理
备孕已从女性专属走向家庭共担

理念
升级

84%

认同备孕是全维度管理
营养/激素/心理/伴侣同步

行为
变化

身体检查评估、生活方式调整、营
养补充跟进、伴侣同步协同成为典
型备孕步骤

备孕信息获取与营养品消费链路

淘系以“正品+信息+效率”
成为备孕消费的决策枢纽

了解信息：内容平台

77%

通过内容平台
获取信息

主动求证：内容平台+专业人士

81%

主动搜索
内容平台

最终购买：电商平台

69%

在淘系完成购买、选择淘系的
原因：正品保障(70%)、信息可
信(60%)、一站式体验(58%)

Part 3

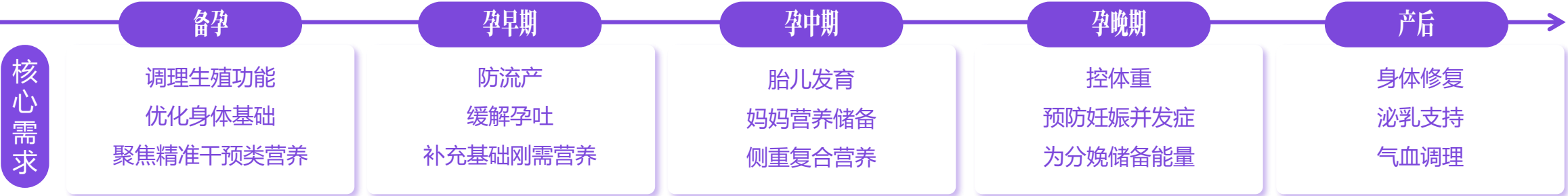
抓品类

备孕营养的
科学与精准化创新

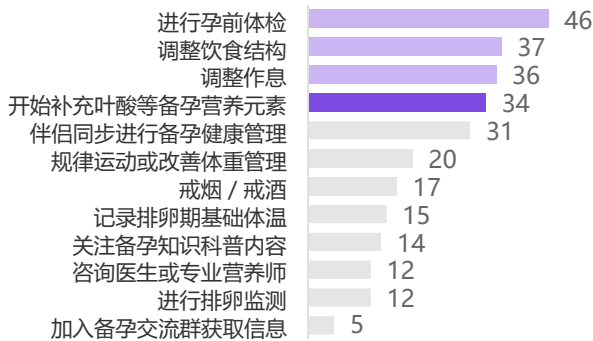
全周期孕产营养布局，以备孕为起点挖掘品类增长新空间

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

孕产消费正迈向全周期精细化发展的阶段，备孕已成为撬动孕产全链路营养消费的关键入口，多数夫妻提前半年至一年开始规划。围绕不同阶段的核心需求布局品类，可有效激活孕产市场的持续增长潜力。



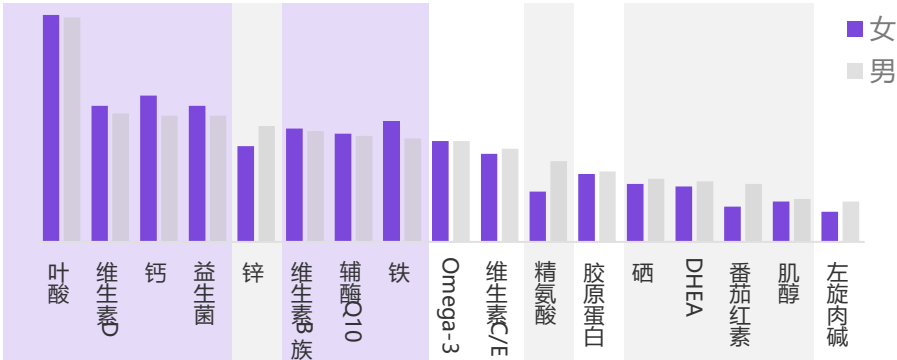
营养补充是备孕健康管理的重要一环



备孕人群重点关注的营养元素中：生殖相关为主，身体调理补充



备孕人群营养选择品类多元与性别偏好分化并存



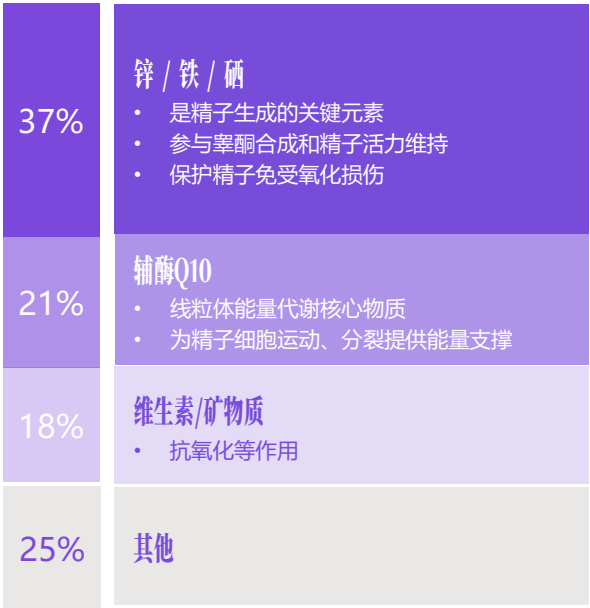
他的加入 | 男性备孕从“配角”走向“主角”，精子质量补充成共识

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

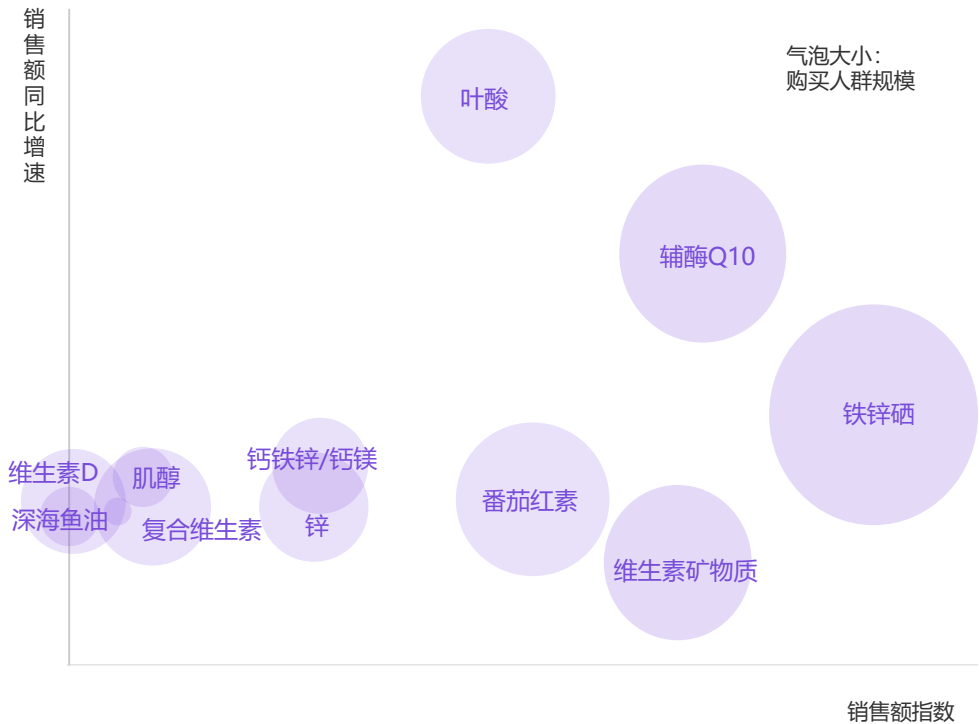
备孕期男性普遍关注自身生殖相关营养供给，超六成男性备孕期人群倾向选择复合营养补充产品。锌、硒是男性备孕期关注度最高的营养组分，二者可搭配叶酸等多元营养补充组合，为精子相关细胞生长提供基础营养支撑。当前备孕营养赛道不再仅聚焦女性群体，面向男性设计的复合营养补充品类迎来持续增长空间。

锌硒、辅酶Q10 是男性备孕人群的主流选择

各营养成分销售额占比



叶酸等 在男性备孕搭配选择的营养素中销售表现突出



Elevit 爱乐维 男女备孕复合维生素

天猫国际

- 叶酸+多维复合配方，男女分版定制
- 女性聚焦卵子质量与孕期基础；
- 男性同步补充锌、硒等提升精子质量关键元素；



应小燕
南京医科大学第二附属医院
妇产科主任医师

- “在推动备孕的进程上，现在男性的关注力逐渐在增高。在怀孕之前，他们需要准备什么、做什么检查，都会非常重视。
- 除了戒烟戒酒，通常我们建议男性在孕前的三个月口服叶酸、多种维生素等，进一步提升孕育质量。
- ”

调理刚需 | 夯实营养代谢基础、调节内分泌营养均衡

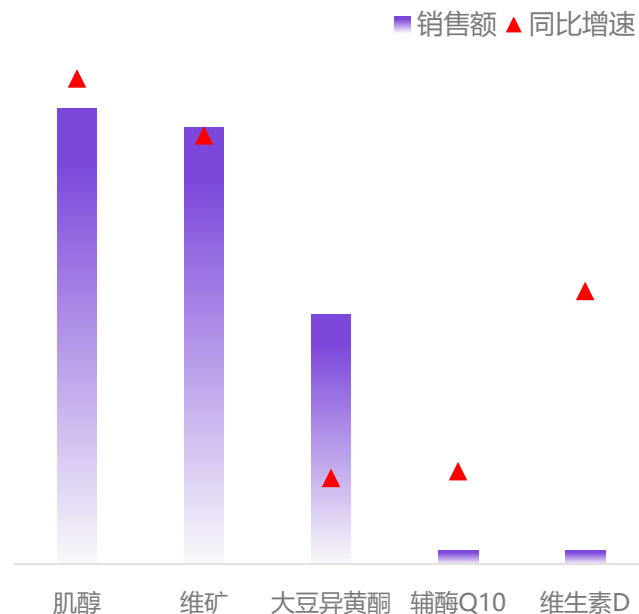
TSMALL GLOBAL
天猫国际母婴超会养 × KANTAR

备孕阶段，作息、压力等因素让育龄女性愈发关注内分泌相关营养均衡。激素水平波动会影响内分泌与卵泡发育，使得备孕周期拉长。适当补充适配的营养成分，在满足活性叶酸代谢需求的同时，能够为人体内分泌相关生理过程提供多元营养支撑。

内分泌调理第一步： 先确保叶酸代谢通畅，再精准补充调节激素的营养素



肌醇、维生素在备孕 营养元素中销售表现突出



Femibion 伊维安 0段28天量

天猫国际

- 采用常规叶酸 + L-甲基四氢叶酸（来自Metafolin®）建立“双叶酸”体系，为孕产期提供多形式叶酸来源，稳定提升体内适孕叶酸水平



应小燕
南京医科大学第二附属医院
妇产科主任医师

“

- 内分泌异常很多跟精神压力大有关，内分泌调节的前提是营养代谢正常。
- 补充活性叶酸可为女性的内分泌调理打下良好的代谢基础。

”

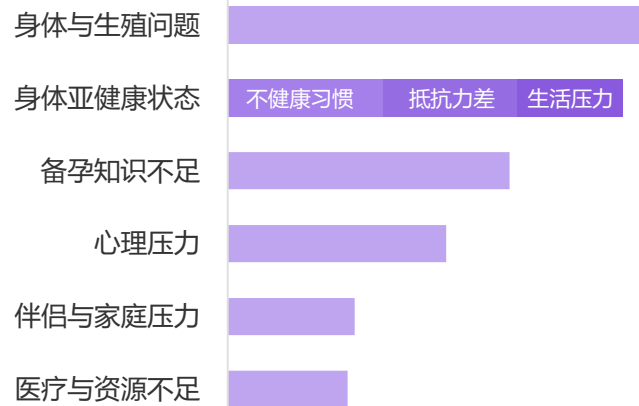
全身养护 | 亚健康成备孕普遍困扰，多维度综合营养调理需求持续走高

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

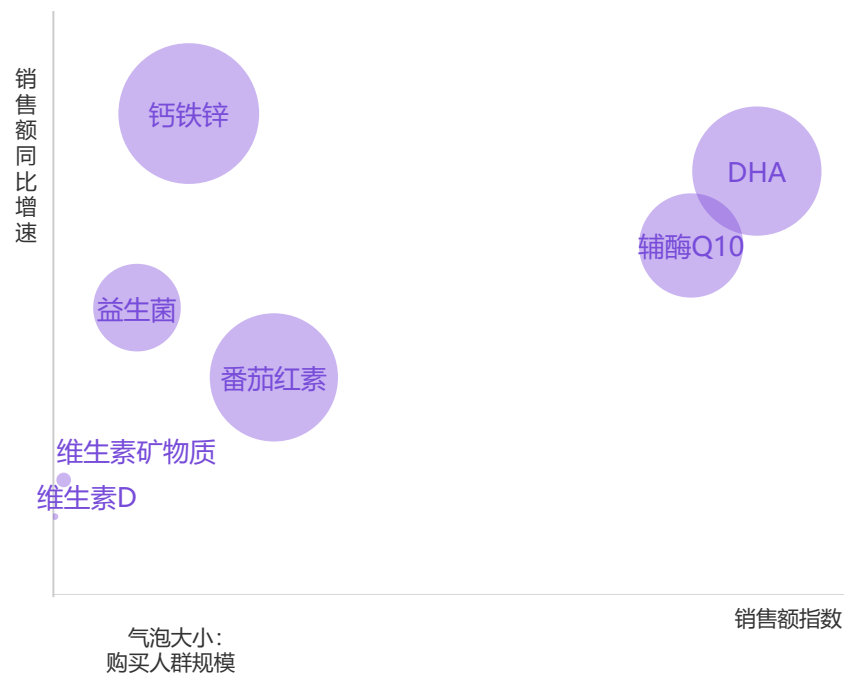
备孕人群的身体调理需求具备全方位、多元化特征，除核心的卵子与精子质量改善、内分泌平衡调节外，用户同步关注卵巢抗氧化防护、机体免疫力提升、阴道与子宫微生态调节等细分养护方向，通过多维度营养干预与身体调理，系统性打造适配自然受孕的健康生理状态。

69% 备孕人群希望通过
营养补充改善整体健康

在备孕过程中，身体的亚健康状态
成为了大家遇到的主要问题之一



DHA、辅酶Q10等营养元素
在增强免疫力、抗氧化、提升综合营养调理效果等方面发挥主要作用



PERDAYS
益生菌PLUS

天猫国际

- Nutriseal-Caps® 双胶囊锁活专利
- 21种菌株255亿活菌，16+8自律黑科技
- 满足消化舒适、代谢管理、情绪状态与夜间修护方面的多元营养需求



yofoodii 优弗迪
红颜铁

天猫国际

- 脂质微囊包裹技术，液体补铁好吸收，温和易坚持
- 燕窝酸+VB/VC/叶酸复配，多维协同更高效



卵巢调理 | 女性备孕营养核心关注方向

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

卵巢相关营养补充已成为备孕期女性关注的营养赛道，日常高压、作息紧凑等环境因素，让不少育龄女性重视自身卵巢相关营养供给。如辅酶Q10作用于免疫力提升，促进卵泡细胞能量代谢等相关生理过程，同时搭配多元营养素的复配配方，可同步为卵泡细胞供给基础能量、均衡机体，为卵泡细胞日常营养供给提供多元营养支撑。

辅酶Q10是备孕人群 卵巢调理的主流选择

84%

辅酶Q10直接参与ATP合成，补充辅酶Q10可恢复线粒体功能，改善卵子胞质成熟度，提升优质卵泡率

备孕人群辅酶Q10 组合偏好

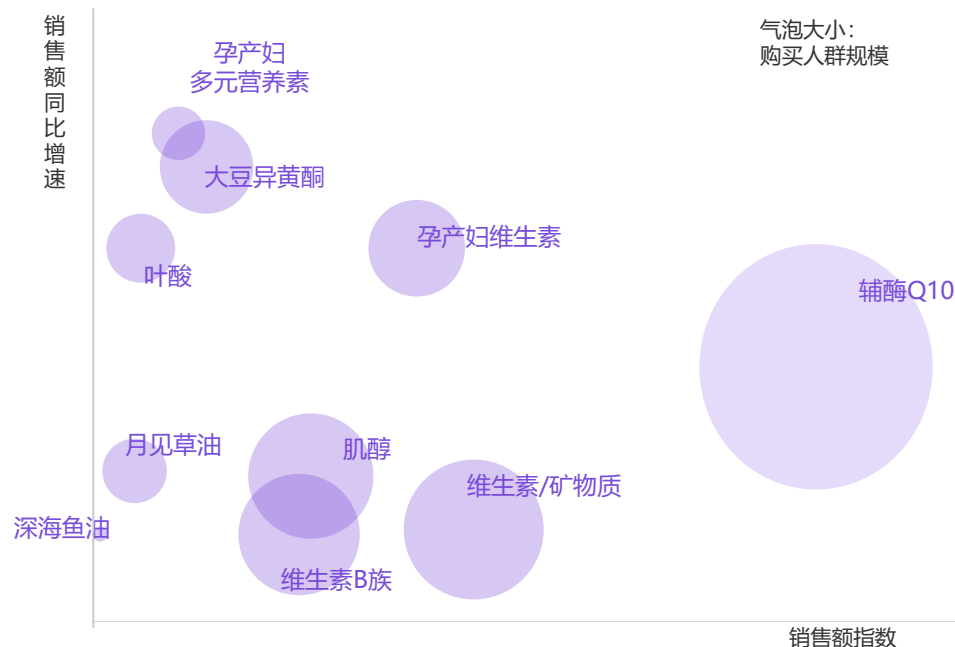
61%

按备孕周期
分阶段组合

51%

卵子质量支持&
抗氧化营养组合

还原型辅酶Q10等 在组合搭配营养素中销售额及增长表现突出



Vitabiotics 薇塔贝尔 女士备孕复合维生素片

天猫国际

- 全活性叶酸，无需体内转化即可直接吸收；
- 24种复合营养：含DHA、复合维生素及矿物质；
- 辅酶Q10 + 肌醇：促进卵泡细胞能量代谢，调理多囊及卵巢功能。



应小燕
南京医科大学第二附属医院
妇产科主任医师

- “
- 卵泡的发育成熟周期是三个月，所以我们要提前给卵子做好营养准备。
 - 辅酶Q10是国内外认可的营养元素，对能量代谢、免疫、心血管都有改善；体质好，卵细胞发育也会好。
- ”

剂型迭代 | 剂型适配促进消费增长

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

液体剂、粉剂、软糖等剂型改善了传统的“片剂”、“胶囊”等营养品难吞服的消费体感，剂型优化使得消费者可以长期复购，提升了备孕营养品品类的快速增长。

消费者剂型选择偏好

Top1 液体 54%

口感更好 TGI 118
吸收率更高 TGI 118
胃肠道刺激更小 114

Top2 软胶囊 54%

更容易坚持长期服用 TGI 112
看起来更专业更科学 TGI 110
吸收率更高 TGI 110

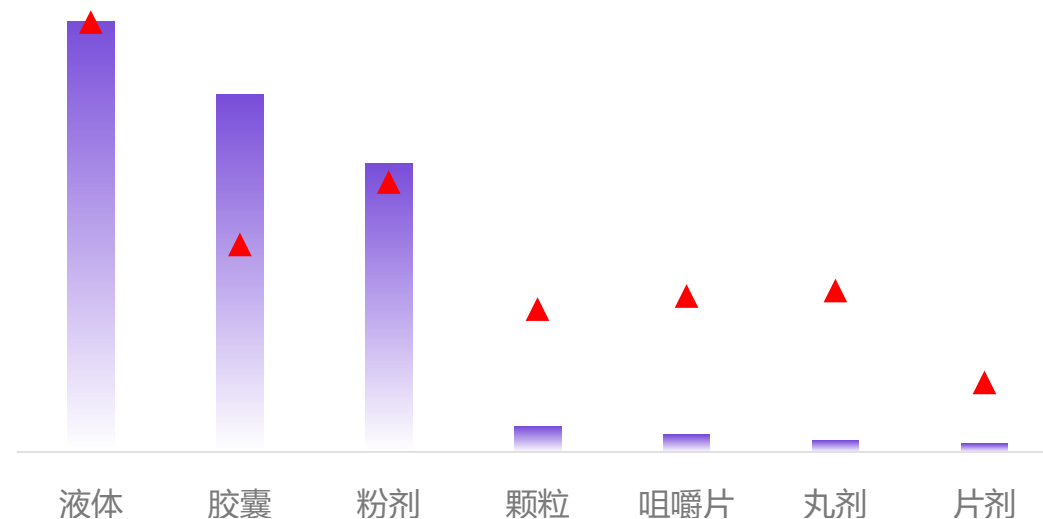
Top3 片剂 53%

携带更方便 TGI 113
更容易吞咽/服用方便 TGI 111
更容易坚持长期服用 TGI 110

备孕营养品天猫销售额占比及增速

销售额占比

■ 销售额 ▲ 同比增速



天猫国际

D-Cal/迪巧 迪巧小粉条液体钙

- “钙+维生素D3+维生素K2”的补钙黄金三角
- 每条约含500mg钙、600IU维生素D3及45mcg专利维生素K2，促进吸收，提升骨密度。
- 0添加纯净配方，超微柠檬酸钙，无需胃酸活化



创新发展 | 借鉴全球创新经验，孕产营养品在本土市场建构竞争力

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

欧美功能精准、日本日常融合、澳洲分阶营养等成熟市场经验，与本国国民体质及消费习惯深度结合，可帮助品牌构建从成分创新、剂型创新到场景创新的完整竞争模型，实现在本土市场的可持续增长。

	欧美	日本	澳洲	本土市场
成分创新	从基础补充走向功能精准化 - 胆碱成为新的关注焦点 - 多成分营养素结合 - 强制性的叶酸强化政策	经典配方新诠释，发酵技术赋能 - 体感为核心，配方再诠释 - 凭发酵技术提升营养稳定性	活性成分+复配协同 - 提供生物利用度更高的叶酸支持 - 推出孕期控糖益生菌+维生素	从基础营养到精准功能，结合中国人体质 - 药食同源融合（葛根/枸杞子） - 全周期精准配比 - 科学补充与轻养理念并重
剂型创新	非片剂形式快速崛起 软糖剂型增长最快，2026年至2031年预计CAGR达14.75%	趣味化，营养成为生活的一部分 软糖、果冻饮、微颗粒等成亮点	闪释粉、双胶囊突破传统形态 - 以闪释粉剂型创新降低“吃药感” - 双胶囊肠溶技术、液体钙镁锌+K2	软糖、口服液、便携装降低服用门槛 - 营养软糖 - 闪释粉、口服液 - 便携条装固体饮料
场景创新	分阶精准营养与专业医疗背书 - 走向精准化、阶段化发展 - 以临床医生背书强化品牌信任	将备孕营养融入日常饮食场景 - 男性备孕营养融入日常茶饮饮料 - 即食化和生活化长期趋势	分阶营养贯穿全周期 拆分备孕期、孕中期、哺乳期等关键场景，提供营养解决方案	以中国体质为基准，从分阶到标准 - 以中国居民膳食营养标准为根基 - 全周期覆盖 - 伴侣共参与

章节小结

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

备孕已成为撬动孕产全链路营养消费的核心入口，需求端呈现分人群、精准化特征，供给端则沿成分、剂型、价值与全球经验等多个方向持续突破



需求分化

备孕人群关注的营养元素以生殖相关为主、身体调理为辅。女性聚焦卵巢养护与内分泌调节，偏好辅酶 Q10、肌醇、活性叶酸等精准成分；男性从“配角”走向“主角”，以精子质量为核心，锌、硒关注度最高。抗氧化、免疫力、生殖道微生态等全身养护需求同步走高。



供给升级

单一营养已难以覆盖多维需求，复合配方成为主流配方逻辑，指向性更强。剂型同步迭代，液体、粉剂、软糖等形态改善了传统片剂与胶囊难吞服的消费体感，支撑长期复购，推动品类快速增长。



价值升级

消费决策正从“泛营养补充”转向“精准功效投资”，直击卵子与精子质量等核心痛点的新兴功能成分成为升级主力。对市场教育已成熟的成分，机会在于形态升级与复合型产品，以重新定义价值与价格带。



借鉴经验 本土创新

结合海外成熟产品思路，立足国内人群体质与消费习惯，从配方、剂型、使用场景发力，打造适配本土市场的备孕营养方案。

Part 4

定格局 孕产品牌 竞争态势与信任构建

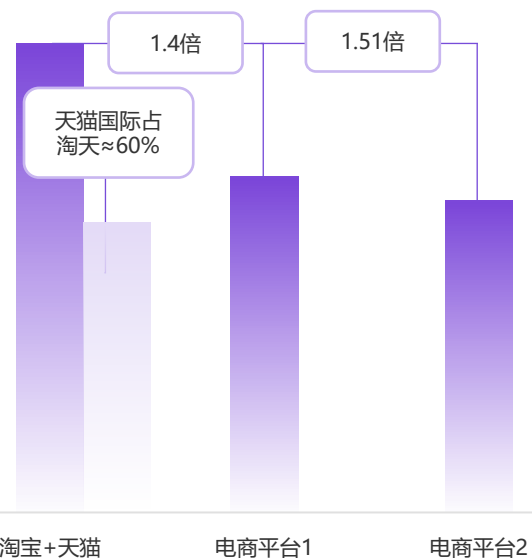
淘天领跑 | 多维优势叠加，淘天占据备孕营养品赛道优势地位

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

淘天在销售规模、有效商品供给、入驻品牌数量上全面领跑，充足多元的商品与完整的品牌布局相互赋能，既承接用户备孕消费需求，也持续强化平台不可替代的核心渠道地位。

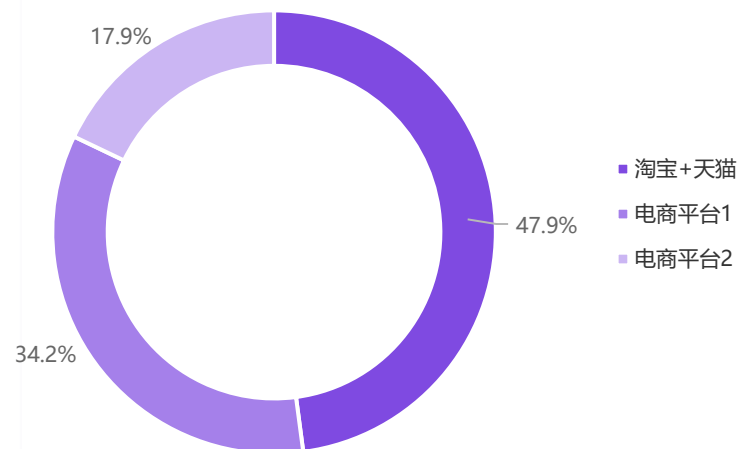
备孕品类销售规模领先

各平台备孕品类总销售额指数



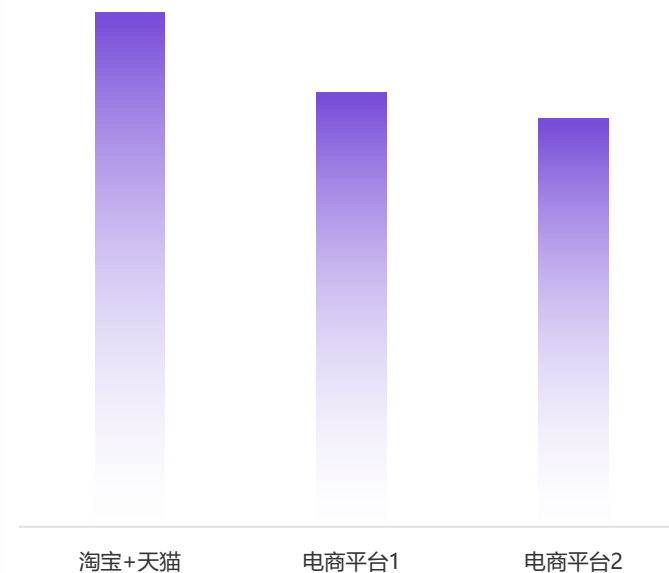
产品供给能力突出

各平台备孕品类有效商品数占比



备孕品牌全覆盖 品牌数量丰富

各平台备孕品类品牌数量



全面覆盖——品类矩阵更完善，成分供给更丰富

TSMALL GLOBAL
天猫国际母婴超会养 × KANTAR

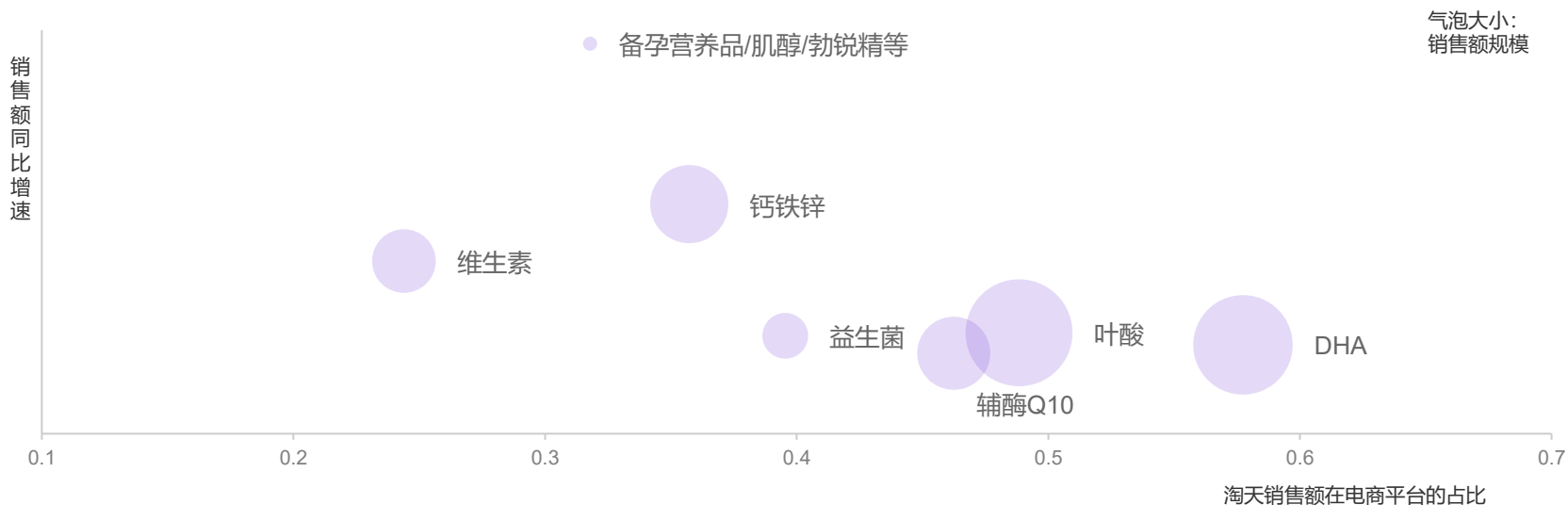
淘天依托精细化的叶子类目设置，实现备孕孕产赛道颗粒度升级；在高增长的细分功效成分赛道中，平台不仅具有核心品类的规模优势，同时沉淀更丰富的 SKU 供给，形成类目结构、成分供给双向领先的竞争壁垒，充分承接备孕人群日趋多元、细分化的营养消费诉求。

类目结构更精细

- 天猫国际设有独立的孕产营养品叶子类目，涵盖辅酶Q10、活性叶酸、肌醇、DHA、男性备孕复合营养等细分赛道，品类颗粒度更细。
- 这一结构性优势使消费者能高效地找到适配自身需求的产品，品牌能够更精准地触达备孕消费人群。

成分供给丰富，核心品类规模领先

- 备孕相关精细化成分赛道增长迅猛；淘天平台在活性叶酸、辅酶Q10、肌醇、DHA等精细化成分上拥有更丰富的品牌供给与更多SKU选择。
- 在备孕营养品的核心成分类目中，淘宝在多个品类的销售额占比上具有优势



品牌阵地——海外品牌入华首选，官方旗舰与全球首发

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

天猫国际不仅是销售渠道，更是海外品牌进入中国市场的“第一站”和品牌建设的核心阵地。

海外品牌·入华首站

- 2025年，2415个海外新品牌在天猫国际开出中国首店，同比双位数增长；
- 第八届进博会期间，十余家全球集团与天猫国际集体战略签约，开设天猫国际旗舰店，加码中国市场。

46000+

海外品牌引入

旗舰齐全·增速迅猛

- 众多海外备孕营养品牌将天猫国际作为中国市场首要官方旗舰店渠道；
- 其核心原因在于：天猫国际的备孕人群精准度更高、跨境合规体系更完善、品牌建设工具更成熟。



天猫核心单品同比高速增长，活性叶酸，妈妈钙等多个大单品接近成倍增长



连续4年孕产妇益生菌类目第一，多个核心单品高速增长，液体钙、sn-2DHA品类表现突出



等众多品牌在淘天的销售额占电商平台总销售的50%以上

全球首发·引领升级

- 前沿创新剂型与高活性成分依托全球品牌资源第一时间引入国内，持续为备孕营养品类升级注入新动能。
- 海外成熟市场的功能精准化、分阶营养等产品思路，通过天猫国际实现本土化落地。



写在最后 | 孕产新蓝海，赢家的三个动作

天猫国际母婴超会养 × KANTAR

1

抢占第一公里

3,414万备孕人群是孕产全链路的入口——备孕期建立的品牌信任，将延续至孕期、产后与育儿的每一站。

2

重塑产品定义

备孕=全维度健康管理，涵盖营养+激素+心理+伴侣同步等多方面。夫妻共进成主流观念，科学备孕加速渗透。

3

需求全面·复配协同

女性聚焦卵巢养护、内分泌调节，优选辅酶Q10、肌醇、活性叶酸等营养；男性以提升精子质量为核心，锌、硒成为主流选择。除核心调理外，大众还同步关注抗氧化、提升免疫力、调节生殖道微生态，通过多元营养调理，打造理想备孕状态。

孕产的生意，从备孕的信任开始。

关于我们&免责声明

凯度

凯度（Kantar）作为全球领先的品牌数据与分析公司，是全球品牌不可或缺的专业伙伴。我们将有意义的消费者态度和行为数据，强大可靠的数据资源与评估标准体系，以及创新的数据算法与技术相结合，揭示人们是如何思考、感受和行动的。我们帮助客户达成全景心智洞察，塑造卓越品牌未来。

数据来源

《2026天猫国际备孕品类洞察白皮书》产出报告数据基于阿里消费洞察、凯度定量问卷调查、市场公开信息等数据来源。

凯度定量问卷调查：

调研对象：孕早期女性，或正在备孕，计划未来一年内备孕男性、女性

样本量：N=2,000

性别配额：女性80%；男性20%；

年龄配额：20-29岁：40%；30-39岁：40%；40-45岁：20%

城市级别配额：一线/新一线：35%；二线/三线：40%；四线及以下：25%

家庭月收入配额：10,000元及以下：35%；10,001-20,000元：35%；

20,001元及以上：30%

数据周期

整体取数周期：2025年6月-2026年5月；凯度定量问卷调查：2026年3月

具体数据指标请参考各页标注。

知识产权声明

本报告淘天集团天猫国际行业与凯度联合制作发布。报告中文字、图片和数据等内容均受《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律法规以及国际公约保护。除报告中引用的数据及其他公开信息，本报告著作权归天猫国际行业与凯度所有。未经允许，任何组织或个人均不得对本报告进行复制、摘编等加工或改造。欢迎转载或引用，如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。

本报告中出现的任何商标、标识、标志、图案或公司、产品或服务名称等知识产权均归各权利人所有，未经该权利人同意，任何组织或个人不得擅自使用或授权他人使用或实施其他侵权行为，否则需要承担一切侵权责任。

免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。