

育儿贝贝网网站筹划书

前沿	4
一、育儿行业的发展背景	4
（一）市场发展分析	4
（二）需求环境分析	5
1、消费能力极强	5
2、信息需求旺盛	5
3、交流分享需求强	6
二、育儿网络市场分析	6
三、网站定位	6
（一）网站特色分析	6
1、网站类型的定位	6
2、商业价值分析	7
3、目的客户的分析	7
四、同行业网站分析	8
（一）育儿网	8
1、频道栏目、频道设置分析	8
2、关键词设置状况	8
3、SEO 综合分析	8
4、特点分析	9
（二）39 健康育儿	9

1、39 健康育儿频道设置	9
2、39 健康育儿栏目分析	10
4、SEO 综合分析	10
(三) 总结分析	11
五、网站关键词的设置	11
(一) 对关键词进行分析 (搜索量)	11
(二) 关键词在百度搜索的状况	13
(三) 关键词分析总结	15
1、育儿	15
2、育儿知识大全	15
3、育儿百科	15
4、孕妇饮食	16
六、建站的总体思绪	16
(一) 网站的整体布局和颜色的搭配	16
(二) 频道和栏目的设计的版块突显网站的特点	16
(三) 频道分析和简介	16
1、宝宝健康	17
2、妈妈健康	17
3、育儿知识	17
4、育儿问答	17
5、宝宝教育	17

6、时尚育儿	17
7、母婴用品	18
七、网站栏目筹划	18
（一）网站头部	18
（二）网站栏目	18
（三）友谊链接	18
八、网站系统和信息采集	19
（一）系统选择	19
（二）信息采集	19
九、网站搜索引擎设计	19

前沿

育儿知识是目前人们都关注的话题，人们目前愈加重视孩子先天和后天的培养了，这也是的更重有关育儿方面的事业不停发展，像什么胎教学校、幼儿智力开发培训班等等都孕育而生。

“教育”在我们的生活中无处不在。人类世代地繁衍生息，新一代

人的成长和发展离不开教育。一种孩子还是胎儿的时候，他就能感受到母亲或外界环境的种种影响，如悦耳或刺耳的声音，母亲安详或焦急不安的情绪、动作和心跳。孩子出生后来，逐渐从一种娇弱无能、感觉混沌、无知无识的小婴儿，成长发展为能适应社会生活，掌握了知识技能，对社会有用的人。这就是教育的作用和成果。

伴随社会科技、文化、经济的不停发展对于人才的规定也越来越高了，人们更重视孩子的健康发展，这为育儿贝贝网网站的成立创立了良好的社会背景，育儿贝贝网重要是通过公布某些在不一样阶段不一样发展的时期孩子怎样才能成长的更好，和在成长期间会碰到的某些问题，同步这也是一种家长互相交流展现自我的一种空间。网站域名：

一、育儿行业的发展背景

（一）市场发展分析

满足母婴的需求已经成为世界范围的互联网新型产业。艾瑞市场征询整顿美国各类网络媒体研究数据中发现，目前母婴及家庭类媒体已经开始成为互联网顾客访问的又一种新兴热点，访问顾客数量在过去的六个月里增长迅猛。中国的育儿市场在全球范围内最具诱惑力，但国内育儿网站发展尚处在初级阶段，众多种人网站分食这个市场，相称一部分育儿网站注册会员到达 40-50 万的规模，正因此育儿市场的发展空间虽然非常广阔，但也竞争也非常异常剧烈。

中国育儿网站的格局重要分为：一，以电子商务销售育儿产品为主的红孩子、乐友、丽家宝贝；二，提供资讯、博客和小区的摇篮网、丫丫网和小朋友博客网等，它们已经在妈妈中产生了不小的影响力；三、中国幼教网、上海学前教育网等以提供专业教育服务为主的网站，例如中国幼教网已经覆盖了全国 80% 的幼稚园，专业教育服务的门槛比较高，盈利比较稳定。

这些育儿网站面对的是一种 0-7 岁的父母群体，据估计，这个群体目前据估计有 2023 万人。这个群体的特点是初为人父母，很乐意为孩子花钱，“含金量”很高。育儿市场的价值链很长，妈妈和小孩生活的方方面面，如衣、食、住、行、美、健、育、教等，只要抓住一种点，就很轻易盈利。作为消费需求旺盛的群体，很轻易被商业所关注，正由于如此，育儿行业一直是投资的热点。

（二）需求环境分析

1、消费能力极强

从母亲怀宝宝开始，一个家庭就进入强消费期，此前几年为生小孩省吃俭用积攒下来的存款将进入爆发性消费期：母亲的保健品、防护服、孕妇装、护理用品等；婴儿的奶瓶、童车、童装、专用洗涤用品、玩具等；甚至胎教、家政服务、幼教服务，以及随之而来家庭买房、换房规定、小孩入学问题等等。可以说，一旦小孩进入家庭，家庭的刚性消费支出才刚刚开始。

2、信息需求旺盛

目前这个年代的父母缺乏育儿知识，同步对育儿的规定也非常高，从准备怀孕时起，未来的准妈妈们就迫切渴望协助——为了孕育健康的宝宝，自己该怎样调整生活的方方面面？医院只做临床配合治疗，但很难提供协助和指导，对于孕妇某种营养元素在不一样步期应当怎样补充，在饮食方面怎样调整等，都得不到专业协助。对于这些疑问，孕妇们往往会征询长辈、同事、朋友的经验，但个体差异不一样，究竟怎样才更安全、更科学？

3、交流分享需求强

由于准妈妈一般均有足够的休闲时间，并且有与人分享孕期、育儿经验的需求，因此，他们非常迫切与同类人进行交流。母亲这个群体，很重视品牌和口碑，她们为何会买网站上发售的东西？往往是由于在网站上交流了经验。例如小朋友博客网等小区网站设置了“育儿日志”、“成长日志”，它比其他小区网站轻易有更大的顾客黏性和更新率，在引导消费方面潜力相称明显，也更轻易获得商业价值的转换。

二、育儿网络市场分析

据有关资料显示，目前中国 0—

6 岁的婴幼儿数量为 1.08 亿，婴幼儿服务有关产业是目前最具投资前景的朝阳产业。同样值得关注的是，互联网发展到今天，直观的视频形式成为最易于被受众接纳的传媒形式之一。中国互联网络信息中心《第 22 次中国互联网络发展状况记录汇报》显示，截至 2023 年 6 月底，中国网民数量、宽带网民数双双跃居世界第一，互联网大国规模初显。育儿网的重要客户是年轻人这给育儿贝贝网的发展提供了人群的基础。

三、网站定位

（一）网站特色分析

1、网站类型的定位

对于育儿经验，诸多人都会认为专家是最权威，但目前看来这个想法是有点老套。目前包括胎教、育儿等阶段基本都是运用经验分享来实践的，因此最有话语权的应当是过来人，也就是经历过生儿育女抚养孩子成人的父母们，他们的经验应当说是最有代表性和实用性的，经验的分享本网站的一种比较突出的特色。

2、商业价值分析

根据对育儿网站的分析懂得育儿网站发展到今天已经不再是单纯的分享了，它的角色由顾客自主分享平台转变成了教育服务平台，并朝着以更贴近生活的线上线下同步的方向发展，同步也能运用这个通道为有关产品的厂商提供一种更全面高效的营销方式，从而挖掘出新的盈利模式。该网站重要是通过通过对淘宝母婴商铺卖家，以招租的形式来实现其商业价值。

3、目的客户的分析

育儿贝贝网的重要目的客户是 20 至 40 的

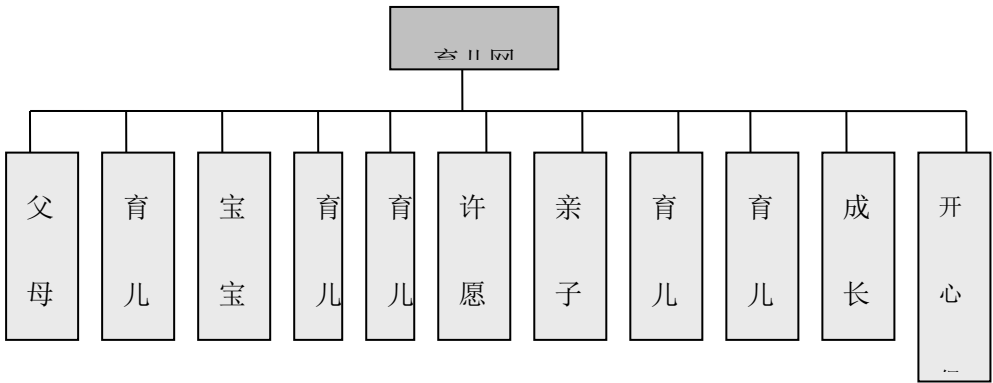
岁之间的父亲妈妈和准父亲妈妈此类客户，大部分人在育儿方面的知识还是比较的欠缺的，在教育程度还是比较的高的消费方能力比较的强。育儿贝贝网是一种内容性质的网站，更是一种经验分享的平台。

在这个范围内的目标客户大部分人都是第一次做父母，在育儿的过程中多少都会碰到某些困惑的地方，育儿贝贝网会给家长提供某些专业的早教课程、亲子活动或者专家讲堂。爱心+责任心=开心也体现出了我们网站的宗旨。

四、同行业网站分析

（一）育儿网

1、频道栏目、频道设置分析



从育儿网频道的设计来看育儿网很重视沟通积极和网名的互动，像育儿论坛、宝宝主页、育儿博客、许愿树、成长测评这些都给网名一种自我展示和体验的空间，这和自身发展的程度有关，由于育儿网是发展的比较成熟的育儿网站，也充足从网名的心理需求考虑，培养的比较好的家长但愿通过一种平台展示自己并和他人分享自己的经验这对于他自己来说是一种价值上的肯定，对于有困难的家长可以从这里得到处理问题的措施，交流彼此

的经验，见证自己孩子一步步的走向完美。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/858112043036006102>