

2019年中国产后调理行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国产后调理行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/387891387891.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

产后调理俗称“坐月子”。汉族妇女有坐月子的习俗，这与父权文化的历史有关。人们认为妇女的经血是不洁净的，分娩的身体是污秽的，故有触怒神佛，招致疾病和灾难的恐惧，因而产妇在孩子满月之前不得离开产房外出，饭菜由婆婆、或娘家妈、或姑嫂做好端来。本意上是贬低妇女生育意义的习俗，在客观上却减轻了产妇劳动量，给妇女产后的身体恢复创造了一个良好的环境。坐月子的习俗到今天仍然流行，但触怒神佛的恐惧已经淡化，许多年轻人已完全不知道它的由来，只把它看作是恢复身体健康的一个必要措施。 产后调理在医学上指的是产褥期。产褥期主要是指从分娩结束到产妇身体恢复至孕前状态的一段时间。在正常的妊娠过程中，胎儿以及胎盘娩出以后，子宫就要有所恢复，胎盘剥离的创面完全愈合大概需要六周的时间，因此就把产褥期定到产后的六周，也就是说从胎儿娩出以后到产后的六周这个时间叫做产褥期，民间俗称“月子”。

随着中国经济水平快速发展，消费结构显著变化。二胎政策的放开和人口基数等因素巨大的增加了产后调理行业需求。

在我国台湾地区，产后调理行业经过30年的不断发展，已有近80%的产妇在会选择产后调理服务，在都市化程度最高的台北市高达95.2%！预测中国城市产妇未来5年在专业机构选择产后调理将高达50%。

近年来随着明星产子大潮的出现，生子逐渐成为一条龙服务，从产子到坐月子，都呈现出越来越高端的趋势。在台湾，产后调理中心早就成为被广泛接受的存在，在内地则是方兴未艾。

一、市场特点

产后调理是作为健康产业的细分市场存在，在中国萌芽于2004年左右，经历了十多年的发展，凭借精准的定位很快在市场上获得了立足之地，并在市场需求和政策利好的推动下迅速扩大规模，完善行业规范和标准，吸纳资金和投资者。

在行业快速发展的过程中，呈现出以下几个特点：

（1）新生儿增长速度快，消费人群持续增加

中国每年约有1800万新生儿的降生，随着二孩政策的逐渐开放，按照专业人士预计，产后调理的全国市场潜力超过千亿元。

据国家统计局统计，目前我国每年新增新妈妈超过2000万，并且每年都在递增。预计潜在市场至少在600亿元，其中最基础的产后初步恢复阶段，就蕴含着120亿元的潜在市场。

（2）消费客群增加，带来新一波产后调理浪潮

产后调理的目标客户群主要为中高收入的城市孕产女性，随着新时代孕产女性的成长，“80、90”后成为孕产消费的主力军，她们有更强的产后恢复意识和需求，表现在：

80、90后孕产消费意识 资料来源：公开资料整理

因此，随着新生代女性进入适孕年龄，抓住新时代产后女性的心理特点、行为习惯和媒介接触方式，商家们可以迎接新一波的产后恢复浪潮，分享行业蛋糕。

（3）多业态寻求突破

目前产后恢复机构多采用“1+N”的连锁模式，在产后恢复调理的基础上，兼顾婴儿按摩、游泳、早教、美容；夫妻双调，家庭健康管理等项目。例如，骄阳兰多在产后调理恢复业务的基础上将业态延展到了备孕和孕期。（ww）

观研天下发布的《2019年中国产后调理行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国产后调理行业发展概述

第一节 产后调理行业发展情况概述

一、产后调理行业相关定义

二、产后调理行业基本情况介绍

三、产后调理行业发展特点分析

第二节 中国产后调理行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、产后调理行业产业链条分析

三、中国产后调理行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国产后调理行业生命周期分析

一、产后调理行业生命周期理论概述

二、产后调理行业所属的生命周期分析

第四节 产后调理行业经济指标分析

一、产后调理行业的赢利性分析

二、产后调理行业的经济周期分析

三、产后调理行业附加值的提升空间分析

第五节 中国产后调理行业进入壁垒分析

一、产后调理行业资金壁垒分析

二、产后调理行业技术壁垒分析

三、产后调理行业人才壁垒分析

四、产后调理行业品牌壁垒分析

五、产后调理行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球产后调理行业市场发展现状分析

第一节 全球产后调理行业发展历程回顾

第二节 全球产后调理行业市场区域分布情况

第三节 亚洲产后调理行业地区市场分析

一、亚洲产后调理行业市场现状分析

二、亚洲产后调理行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲产后调理行业市场前景分析

第四节 北美产后调理行业地区市场分析

一、北美产后调理行业市场现状分析

二、北美产后调理行业市场规模与市场需求分析

三、北美产后调理行业市场前景分析

第五节 欧盟产后调理行业地区市场分析

一、欧盟产后调理行业市场现状分析

二、欧盟产后调理行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟产后调理行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界产后调理行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球产后调理行业市场规模预测

第三章 中国产后调理产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国产后调理行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国产后调理产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国产后调理行业运行情况

第一节 中国产后调理行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国产后调理行业市场规模分析

第三节 中国产后调理行业供应情况分析

第四节 中国产后调理行业需求情况分析

第五节 中国产后调理行业供需平衡分析

第六节 中国产后调理行业发展趋势分析

第五章 中国产后调理所属行业运行数据监测

第一节 中国产后调理所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国产后调理所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国产后调理所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国产后调理市场格局分析

第一节 中国产后调理行业竞争现状分析

一、中国产后调理行业竞争情况分析

二、中国产后调理行业主要品牌分析

第二节 中国产后调理行业集中度分析

一、中国产后调理行业市场集中度分析

二、中国产后调理行业企业集中度分析

第三节 中国产后调理行业存在的问题

第四节 中国产后调理行业解决问题的策略分析

第五节 中国产后调理行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国产后调理行业需求特点与动态分析

第一节 中国产后调理行业消费市场动态情况

第二节 中国产后调理行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 产后调理行业成本分析

第四节 产后调理行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国产后调理行业价格现状分析

第六节 中国产后调理行业平均价格走势预测

一、中国产后调理行业价格影响因素

二、中国产后调理行业平均价格走势预测

三、中国产后调理行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国产后调理行业区域市场现状分析

第一节 中国产后调理行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地产后调理市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区产后调理市场规模分析

四、华东地区产后调理市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区产后调理市场规模分析

四、华中地区产后调理市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区产后调理市场规模分析

第九章 2016-2018年中国产后调理行业竞争情况

第一节 中国产后调理行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国产后调理行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国产后调理行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 产后调理行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国产后调理行业发展前景分析与预测

第一节 中国产后调理行业未来发展前景分析

一、产后调理行业国内投资环境分析

二、中国产后调理行业市场机会分析

三、中国产后调理行业投资增速预测

第二节 中国产后调理行业未来发展趋势预测

第三节 中国产后调理行业市场发展预测

一、中国产后调理行业市场规模预测

二、中国产后调理行业市场规模增速预测

三、中国产后调理行业产值规模预测

四、中国产后调理行业产值增速预测

五、中国产后调理行业供需情况预测

第四节 中国产后调理行业盈利走势预测

一、中国产后调理行业毛利润同比增速预测

二、中国产后调理行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国产后调理行业投资风险与营销分析

第一节 产后调理行业投资风险分析

一、产后调理行业政策风险分析

二、产后调理行业技术风险分析

三、产后调理行业竞争风险

四、产后调理行业其他风险分析

第二节 产后调理行业企业经营发展分析及建议

一、产后调理行业经营模式

二、产后调理行业销售模式

三、产后调理行业创新方向

第三节 产后调理行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国产后调理行业发展策略及投资建议

第一节 中国产后调理行业品牌战略分析

一、产后调理企业品牌的重要性

二、产后调理企业实施品牌战略的意义

三、产后调理企业品牌的现状分析

四、产后调理企业的品牌战略

五、产后调理品牌战略管理的策略

第二节 中国产后调理行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国产后调理行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国产后调理行业发展策略及投资建议

第一节 中国产后调理行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国产后调理行业定价策略分析

第三节 中国产后调理行业营销渠道策略

- 一、产后调理行业渠道选择策略
- 二、产后调理行业营销策略

第四节 中国产后调理行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国产后调理行业重点投资区域分析
- 二、中国产后调理行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/387891387891.html>