

2018年中国月子会所行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国月子会所行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/346459346459.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

月子会所即产后母婴康复机构，又称月子中心、母婴护理中心等，主要从产妇和婴儿的生活照护、产后形体塑身、健康知识培训及其他母婴健康保健等方面为刚分娩出院的产妇及其婴儿提供专业性服务。按国标（GB/T30444-2013）《保健服务业分类》规定，月子会所是针对特定人群提供专项技术保健服务的专业机构。但目前月子会所的健康隐患较多。

图：月子会所

资料来源：互联网 因此，探讨我国月子会所如何发展迫在眉睫。SWOT分析法[4-5]是由美国旧金山大学的管理学教授Wehrich于1982年提出来的。SWOT是strength，weakness，opportunity，threat的缩写。SWOT分析是运用系统学原理，分析优势、劣势、机遇、威胁，从而提出相应的策略，使领导者和管理者做出较正确的决策和规划。

本研究通过SWOT分析法，就我国月子会所的发展，综合分析其内部优势（S）和劣势（W），外部机遇（O）和威胁（T）等影响因素，现报道如下。

1 月子会所发展的内部条件分析

1.1 优势

1.1.1 满足新时代女性的要求

作为新时代女性，在扮演好母亲角色的同时，还注重产后机体恢复，注重自我保养，注重自身生活质量，因此越来越多的女性选择到月子会所坐月子，以得到完善的母婴照护、产妇膳食调理、形体塑身等专业服务。

1.1.2 拥有专业医护人员口碑较好的月子会所均以拥有专业医护人员取胜。经验丰富的妇产科及儿科医生定期查房，能够确保及时发现并解决母婴可能出现的问题；具备专业知识与技术且分工合理、明确的护理团队，可以让产妇和婴儿享受到安全、舒适、贴心的服务，保证护理服务质量。

1.1.3 提供营养均衡的月子餐

月子会所提供的月子餐通常是由中医专家、妇产科专家和专业营养师组成的顾问团队，根据产妇体质及口味为其量身定制膳食调理计划，选用安全、绿色、健康的食材烹饪而

成。营养均衡的月子餐既能保持乳汁营养充足，确保新生儿健康；又能全面增强产妇体质，预防产后疾病的发生；同时还能帮助产妇控制体质量，有利于尽早恢复完美体形。

1.1.4 指导产妇学习婴儿护理技能

初为人母，产妇们大都对照顾婴儿毫无经验。月子会所有经验丰富的母婴护理师，还会开设相关课程，帮助产妇们在短期内学会给婴儿洗澡、抚触，合理喂养、添加辅食，预防疾病以及新生儿早期智力开发等知识。

1.1.5 减少家庭矛盾

如今的80后大多是独生子女，从小娇生惯养，自我照顾能力较差，生产后更是不知所措。与此同时，很多年轻的父母总觉得老人的育儿经验已经过时，科学的育儿方式与老人的观念背道而驰，但又不无法舍弃老人的帮助，因此，家庭矛盾经常发生。在月子会所度过产褥期，不仅婴儿与产妇可得到专业照顾，更能避免家庭成员之间因照顾孩子与产妇而产生的矛盾。

1.2 劣势

1.2.1 行业风险较大

月子会所的服务对象是新生儿和产妇，都是需要特殊照顾的群体，行业风险较大。2013年，上海曾爆出天价月子会所14名母婴交叉感染红眼病的新闻。西安月子会所也曾出现产妇在“月子餐”里吃出米虫的事件[6]。张秀平等[7]对10所母婴护理中心进行了调研，结果显示这些母婴护理中心均存在以下类似问题：工作场所较小、护理设施不全、工作人员配备不合理、消毒隔离不到位、护理项目较多而工作流程不明确、缺乏科学规范的操作规程、工作量较大等问题，极易导致差错事故的发生。

1.2.2 最大制约发展的因素是从业人员

据不完全统计，目前国内各种规模的月子会所总数已超过700家，但是月子会所还处于发展的初期阶段，没有可以借鉴的标准和模式，制约其发展最大的因素是从业人员。从业人员数量相对不足，素质参差不齐，势必给月子会所的长远发展带来隐患。

2 月子会所发展的外部条件分析

2.1 机遇

2.1.1 国家强有力的政策支持

2013 年9 月，《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》（以下简称“意见”）提出，要在切实保障人民群众基本医疗卫生服务需求的基础上，充分调动社会力量的积极性和创造性，力争到2020 年，基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系。

2.1.2 月子会所市场前景广阔

1986—1990 年中国迎来第3 次婴儿潮，这一生育高峰期出生的人目前正处在结婚生子的年龄。2013 年11 月，十八届三中全会出台“单独二胎”政策，2014 年全国各个省市开始逐步落实。2016 年全面“二胎”政策的出台，将大幅度提升中国的新生儿出生率。同时80 后人群的思想相对于老一辈来说比较开放，认为在月子会所可以得到专业的护理与服务，愿意选择月子会所坐月子。因此，月子会所市场前景广阔。

2.1.3 月子会所的国家标准逐步完善

月子会所的规范化管理达到了以下要求：符合国家《保健服务通用要求》（GB/T 30443-2013）[10]；具有配套的科学准确反映月子会所专项技术保健服务特点，并被证明是行之有效的机构内部管理标准、运行规程和服务要求；政府主管部门在审核、批准和监管月子会所的全面工作中，有一个切实可行的文本依据。2016 年4月21 日，中国妇幼保健协会公布了《中国妇幼保健协会产后母婴康复机构管理和 服务指南》，该标准有利于引导产后母婴康复行业的健康发展，并促进市场优胜劣汰。

2.2 威胁

近年来，中国母婴护理市场呈现蓬勃发展之势，月子会所如雨后春笋般持续增加，但是其市场竞争激烈，面临多方面的挑战。一是医院开展延续性护理，为产妇提供较为“专业”的月子服务，抢占了月子会所的部分市场，如广东省妇幼保健院母婴养育中心；二是随着《家政服务母婴生活护理服务质量规范》的发布，月嫂市场逐步正规化，加之价格相对低廉，所以很多家庭选择月嫂上门服务；三是各地月子会所激增，有些地区的月子会所已经进入白热化竞争阶段，市场竞争激烈。

3 策略

月子会所虽具有可满足新时代女性的要求、拥有专业医护人员、提供营养均衡的月子餐、指导产妇学习婴儿护理技能、减少家庭矛盾等优势，并得到国家强有力的政策支持，但面对强大的市场竞争与行业风险，月子会所应加大市场宣传，增加人们对于月子会所的了解程度；专业分工，规范化管理，强化自身优势，避免差错事故的发生。

月子会所行业借《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》的政策之势，得到迅猛蓬勃发展，但其行业规范仍为空白。应针对月子会所运行中的管理问题开展研究，分析影响月子会所规范化管理的主要原因，制定出能够科学准确反映月子会所专项技术保健服务特点、并行之有效的月子会所内部的管理规范，同时为政府主管部门在审核、批准和监管月子会所的工作中，提供切实可行的文本依据，向管理要效益、要动力，以促进我国健康服务业的健康发展。

4 结论

通过SWOT 分析可以看出，月子会所发展中有较多的优势和发展的机遇。这就要求月子会所领导者把握优势，通过科学管理，为产妇和婴儿提供科学化、标准化、专业化的护理服务。同时，抓住机遇、迎接挑战，建立适合我国月子会所发展的规范化管理标准，为我国月子会所的长远发展提供借鉴与帮助。

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国月子会所行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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年中国月子会所行业发展概述

第一节 月子会所行业发展情况概述

- 一、月子会所行业相关定义
- 二、月子会所行业基本情况介绍
- 三、月子会所行业发展特点分析

第二节 中国月子会所行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、月子会所行业产业链条分析
 - 三、中国月子会所行业产业链环节分析
- 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国月子会所行业生命周期分析

- 一、月子会所行业生命周期理论概述
- 二、月子会所行业所属的生命周期分析

第四节 月子会所行业经济指标分析

- 一、月子会所行业的赢利性分析
- 二、月子会所行业的经济周期分析
- 三、月子会所行业附加值的提升空间分析

第五节 国中月子会所行业进入壁垒分析

- 一、月子会所行业资金壁垒分析
- 二、月子会所行业技术壁垒分析
- 三、月子会所行业人才壁垒分析
- 四、月子会所行业品牌壁垒分析

五、月子会所行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球月子会所行业市场发展现状分析

第一节 全球月子会所行业发展历程回顾

第二节 全球月子会所行业市场区域分布情况

第三节 亚洲月子会所行业地区市场分析

一、亚洲月子会所行业市场现状分析

二、亚洲月子会所行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲月子会所行业市场前景分析

第四节 北美月子会所行业地区市场分析

一、北美月子会所行业市场现状分析

二、北美月子会所行业市场规模与市场需求分析

三、北美月子会所行业市场前景分析

第五节 欧盟月子会所行业地区市场分析

一、欧盟月子会所行业市场现状分析

二、欧盟月子会所行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟月子会所行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界月子会所行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球月子会所行业市场规模预测

第三章 中国月子会所产业发展环境分析

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、全社会消费品月子会所总额

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 中国月子会所行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国月子会所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 中国月子会所行业运行情况

第一节 中国月子会所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 中国月子会所行业市场规模分析

第三节 中国月子会所行业供应情况分析

第四节 中国月子会所行业需求情况分析

第五节 中国月子会所行业供需平衡分析

第六节 中国月子会所行业发展趋势分析

第五章 中国月子会所所属行业运行数据监测

第一节 中国月子会所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 中国月子会所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 中国月子会所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年中国月子会所市场格局分析

第一节 中国月子会所行业竞争现状分析

一、中国月子会所行业竞争情况分析

二、中国月子会所行业主要品牌分析

第二节 中国月子会所行业集中度分析

一、中国月子会所行业市场集中度分析

二、中国月子会所行业企业集中度分析

第三节 中国月子会所行业存在的问题

第四节 中国月子会所行业解决问题的策略分析

第五节 中国月子会所行业竞争力分析

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年中国月子会所行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国月子会所行业消费特点

第二节 中国月子会所行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 月子会所行业成本分析

第四节 月子会所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 中国月子会所行业价格现状分析

第六节 中国月子会所行业平均价格走势预测

一、中国月子会所行业价格影响因素

二、中国月子会所行业平均价格走势预测

三、中国月子会所行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国月子会所行业区域市场现状分析

第一节 中国月子会所行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地月子会所市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区月子会所市场规模分析

四、华东地区月子会所市场规模预测

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、华中地区月子会所市场规模分析

四、华中地区月子会所市场规模预测

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、华南地区月子会所市场规模分析

第九章 2016-2018年中国月子会所行业竞争情况

第一节 中国月子会所行业竞争结构分析（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 中国月子会所行业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 中国月子会所行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 月子会所行业企业分析（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

- 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国月子会所行业发展前景分析与预测

第一节中国月子会所行业未来发展前景分析

一、月子会所行业国内投资环境分析

二、中国月子会所行业市场机会分析

三、中国月子会所行业投资增速预测

第二节中国月子会所行业未来发展趋势预测

第三节中国月子会所行业市场发展预测

一、中国月子会所行业市场规模预测

二、中国月子会所行业市场规模增速预测

三、中国月子会所行业产值规模预测

四、中国月子会所行业产值增速预测

五、中国月子会所行业供需情况预测

第四节中国月子会所行业盈利走势预测

一、中国月子会所行业毛利润同比增速预测

二、中国月子会所行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国月子会所行业投资风险与营销分析

第一节 月子会所行业投资风险分析

一、月子会所行业政策风险分析

二、月子会所行业技术风险分析

三、月子会所行业竞争风险分析

四、月子会所行业其他风险分析

第二节 月子会所行业企业经营发展分析及建议

一、月子会所行业经营模式

二、月子会所行业销售模式

三、月子会所行业创新方向

第三节 月子会所行业应对策略

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 2018-2024年中国月子会所行业发展策略及投资建议

第一节 中国月子会所行业品牌战略分析

一、月子会所企业品牌的重要性

二、月子会所企业实施品牌战略的意义

三、月子会所企业品牌的现状分析

四、月子会所企业的品牌战略

五、月子会所品牌战略管理的策略

第二节 中国月子会所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 中国月子会所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 2018-2024年中国月子会所行业发展策略及投资建议

第一节 中国月子会所行业产品策略分析

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 中国月子会所行业定价策略分析

第三节 中国月子会所行业营销渠道策略

一、月子会所行业渠道选择策略

二、月子会所行业营销策略

第四节 中国月子会所行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国月子会所行业重点投资区域分析

二、中国月子会所行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/346459346459.html>