

2017-2022年中国月子中心 市场前景研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国月子中心市场前景研究与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/R4380255E0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

月子中心一般为生产母亲提供专业产后恢复（即坐月子）服务的场所，也称为月子会所，有专业营养师负责给产妇提供月子餐，帮助产妇能够尽快恢复身体，提供喂养知识，另有专业护士照顾宝宝。产妇们在月子中心悠闲地当新妈妈，她们有更多时间来享受有宝宝的乐趣，学习养育宝宝的知识，练习体形恢复体操。

月子中心在台湾等地很盛行，产妇们生完孩子会特地到月子中心坐月子，而不是呆在家中。所以台湾的产后女性大部分在科学的调理下身体，身材都保持了健康健美的状态。

月子中心提供项目：

一：最讲究月子里产妇的膳食，科学的膳食是关键。应根据产妇和婴儿的身体状况，制定营养、科学又美味的月子营养膳食。这样，既能保证产妇和宝宝的营养，又有利于产妇产后形体恢复。

二：最专业的宝宝护理。权威专家指出：宝宝出生后的28天内为危险期，需要专业、用心、细致的呵护。由专业人员为宝宝提供专业的护理，在宝宝出现各种不适(溢奶、呛奶等)或症状(黄疸、湿疹等)时，能正确判断并作出即时处理。而且，专业的护理还能够实现宝宝的早期智力开发。

三：产后心理调节最重要。据资料表明，我国产后抑郁症的发病率逐年增加，近五分之一的产妇患有严重产后抑郁。对宝宝健康和产妇产后恢复以及重返工作岗位是不利的，甚至于寻死觅活出现轻生。为此，某些月子中心特地推出了《产后心理课堂》服务，由专业的产后心理专家进行健康心理指导及心理疏导，帮助消除产后抑郁。

四：最精心于“漂亮妈妈”。产后形体恢复已是产妇的必修课。产假过后，妈妈很快要投入工作，形体恢复对工作至关重要。如：面部护理、妊娠纹修复、乳房护理、纤体塑身等等，都有专业人员指导和服务。

五：最奢侈，也最实惠。据记者咨询几家有知名度的月子中心，发现其服务费用虽高，然而却争先抢后的被预定，究其原因还是“性价比”，毕竟专业的护理和科学的服务方式，给产妇和宝宝提供着最良好的保障。

现代社会生活繁忙，小家庭人口简单，产妇生产坐月子，常找不着人照顾。婆婆、丈母娘若在身边可帮忙；若没有婆婆、丈母娘在身边，那可是麻烦事。因此聪明的业者推出坐月子中心，让产妇生产坐月子不再烦恼，实在不失为忙碌的现代家庭的好帮手。

随着时间推移和经济发展，月子中心各地开花，于是就催生了各种月子中心。例如美国月子中心，加拿大月子中心。这类月子中心又赋予了月子中心新的含义，因为随着社会的发展，月子中心不仅仅泛指单纯的坐月子了，其中也包涵了复杂的产业结构。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国月子中心市场前景研究与市场需求预测报告》共九章。首先介绍了月子中心相关概念及发展环境，接着分析了中国月子中心规模及消费需求，然后对中国月子中心市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国月子中心面临的机遇及发展前景。您若想对中国月子中心有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 月子中心相关概述 15

第一节 坐月子介绍 15

一、坐月子由来 15

二、坐月子原因 15

三、坐月子主要原则 15

四、坐月子注意事项 16

第二节 月子中心概述 18

一、月子中心介绍 18

二、月子中心优缺点 18

三、月子中心服务项目 19

四、月子中心业务流程 19

五、月子中心的选择 20

六、月子中心服务规范标准 20

第二章 中国月子中心市场发展环境分析 23

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析 23

一、2015年中国GDP增长情况分析 23

二、2015年工业经济发展形势分析 24

三、2015年全社会固定资产投资分析 28

四、2015年社会消费品零售总额分析 30

五、2015年城乡居民收入与消费分析 31

六、2015年对外贸易的发展形势分析 34

第二节 政策环境分析 36

一、医疗保健相关政策分析 36

二、妇幼医院行业监管体制 36

三、妇幼卫生相关政策分析 39

第三节 社会环境分析 45

一、中国人口环境分析 45

二、中国女性人口统计 46

三、中国人口出生率统计 46

四、中国婴幼儿区域分布 48

五、居民健康理念转变 49

六、婚前保健服务需求 51

第三章 中国妇幼保健事业发展状况分析 54

第一节 全球妇幼保健事业现状分析 54

一、全球妇女保健事业回顾 54

二、国际妇女保健发展趋势 54

三、妇女保健事业现存问题 55

四、全球新生儿死亡数占比 56

第二节 中国妇幼保健服务状况分析 56

一、妇女健康状况分析 56

二、儿童健康状况分析 57

三、妇女保健服务情况 58

(一) 妇女保健服务综述 58

(二) 孕产妇保健服务需求 59

(三) 孕产妇保健服务现状 60

四、儿童保健服务情况 60

第三节 中国妇幼卫生事业发展分析 61

一、妇幼卫生法律法规逐步完善 61

二、妇幼卫生服务体系不断健全 62

三、妇幼卫生信息化建设得到加强 62

四、医药改革不断强化妇幼卫生工作 62

- 五、妇幼卫生开展国际合作与交流 62
- 六、妇女儿童重大健康问题逐步得以解决 63

第四章 中国月子中心市场发展分析 63

第一节 中国月子中心市场发展情况 63

- 一、月子中心市场规模统计 63
- 二、月子中心市场发展特点 64
- 三、月子中心市场供不应求 65
- 四、月子中心市场兴起原因 66
- 五、月子中心盈利模式分析 67
- 六、月子中心现存问题分析 70
- 七、月子中心市场规范建议 71
- 八、月子中心市场营销建议 72

第二节 月子中心市场调查情况 72

- 一、月子中心目标顾客特征 72
- 二、月子中心调研群体特征 73
- 三、月子中心项目喜好调研 75
- 四、选择月子中心主要缘由 76
- 五、月子服务质量存隐忧 77
- 六、服务市场监管应加强 77

第三节 市场热点解读 78

- 一、赴港产子 78
 - (一) 现象背景 78
 - (二) 事件起因 79
 - (三) 发展现状 80
 - (四) 事件影响 81
 - (五) 事件评价 82
- 二、赴美生子 82
 - (一) 目标人群 82
 - (二) 机构规模 88
 - (三) 产业链分析 89
 - (四) 存在问题 93

(五) 赴美产子迅速走俏 94

第五章 中国月子中心重点区域市场分析 95

第一节 上海市月子中心市场发展情况 95

一、上海市月子中心发展环境 95

(一) 上海市人口规模结构 95

(二) 上海市居民收入水平 97

(三) 上海市消费支出水平 98

(四) 上海居民医疗保健支出 98

(五) 上海妇幼医院发展规模 99

二、上海市月子中心规模统计 99

三、上海市月子中心资质分析 100

四、上海市月子中心消费调查 100

五、上海市月子中心竞争现状 101

六、上海市月子中心现存问题 102

七、上海市月子服务市场潜力 104

第二节 北京市月子中心市场发展情况 106

一、北京市月子中心发展环境 106

(一) 北京市人口规模结构 106

(二) 北京市居民收入水平 106

(三) 北京市消费支出水平 106

(四) 北京居民医疗保健支出 107

(五) 北京妇幼医院发展规模 107

二、北京市月子中心规模统计 107

三、北京市月子中心资质分析 108

四、北京市月子中心报价分析 108

五、北京市月子中心发展走向 110

六、北京市月子中心现存问题 111

第三节 广东省月子中心市场发展情况 111

一、广东省月子中心发展环境 111

(一) 广东省人口规模结构 111

(二) 广东省居民收入水平 113

- (三) 广东省消费支出水平 113
- (四) 广东居民医疗保健支出 114
- (五) 广东妇幼医院发展规模 115
- 二、广州市月子中心市场分析 115
 - (一) 广州市月子中心现状调研 115
 - (二) 广州市月子中心收费情况 118
 - (三) 广州市月子中心最新动向 120
- 三、深圳市月子中心市场分析 121
 - (一) 深圳市月子中心发展历程 121
 - (二) 深圳市月子中心规模统计 122
 - (三) 深圳市月子中心市场需求 122
 - (四) 深圳月子中心主要赢利点 122
 - (五) 深圳市月子中心现存问题 125
- 第四节 其他区域月子中心市场发展情况 126
 - 一、青岛月子中心引发月子经济 126
 - 二、厦门市月子中心最新动向 127
 - 三、中山市月子中心特色服务 128
 - 四、济南的月子中心市场前景广阔 128

第六章 中国妇女医疗保健服务市场发展分析 129

第一节 中国妇幼医院发展分析 129

- 一、中国妇幼医院发展历程 129
- 二、中国妇幼医院发展现状 130
- 三、中国妇幼医院发展规模 131
 - (一) 妇幼医院数量统计 131
 - (二) 妇幼医院分布情况 131
 - (三) 妇幼医院人员统计 132
 - (四) 妇幼医院床位数量 132
 - (五) 妇幼医院设备情况 133
 - (六) 妇幼医院建筑面积统计 133
- 四、妇幼医院门诊服务分析 134
 - (一) 妇幼医院就诊人次统计 134

(二) 妇幼医院门诊服务情况	134
五、妇幼医院住院服务分析	135
第二节 中国妇产(科)医院供给及经营分析	136
一、妇产(科)医院规模分析	136
(一) 妇产(科)医院数量统计	136
(二) 妇产(科)医院床位数量	136
(三) 妇产(科)医院人员统计	137
二、妇产(科)医院经营情况分析	137
(一) 妇产(科)医院盈利能力分析	137
(二) 妇产(科)医院偿债能力分析	138
(三) 妇产(科)医院运营能力分析	138
(四) 妇产(科)医院发展能力分析	139
第三节 中国妇幼保健院供给及经营分析	139
一、妇幼保健院概况	139
(一) 妇幼保健院概念	139
(二) 妇幼保健院职能	139
二、中国妇幼保健院规模分析	140
(一) 妇幼保健院数量统计	140
(二) 妇幼保健院床位统计	141
(三) 妇幼保健院人员统计	141
三、中国妇幼保健院经营情况分析	142
(一) 妇幼保健院盈利能力分析	142
(二) 妇幼保健院偿债能力分析	142
(三) 妇幼保健院运营能力分析	142
(四) 妇幼保健院发展能力分析	143
第七章 中国孕婴产业发展情况分析	143
第一节 中国孕婴产业发展概况	143
一、孕婴行业发展历程回顾	143
二、孕婴产业发展现状分析	144
三、孕婴产业发展水平分析	145
第二节 中国孕婴产业市场营销分析	145

一、孕婴产业消费者特点	145
二、孕婴产业销售终端分析	146
三、孕婴产业制造厂商分析	148
四、孕婴产业消费需求分析	149
五、孕婴产业营销模式创新	150
第三节 中国孕婴产业市场发展预测	150
一、孕婴行业市场容量预测	150
二、孕婴行业竞争趋势预测	152
三、孕婴行业投资前景预测	153
第四节 中国孕婴行业品牌建设策略	156
1产品质量保证	156
2生产技术提升	156
3产品结构调整	157
4产品销售网络	157
5品牌宣传策略	157
6销售服务策略	158
7品牌保护策略	158
8品牌发展战略分析	159

第八章 中国月子中心市场重点企业发展分析 161

第一节 月子喜喜	161
一、企业主要概况	161
二、企业发展历程	161
三、企业团队建设	162
四、企业服务特色	162
五、企业发展规模	163
六、企业收益业绩	165
七、企业经营模式	165
八、企业战略规划	165
第二节 爱帝宫	167
一、企业主要概况	167
二、企业发展历程	167

三、企业团队建设	168
四、企业市场定位	168
五、企业发展规模	168
六、企业收益业绩	169
七、企业收费模式	170
第三节 馨月汇	170
一、企业主要概况	170
二、企业发展历程	171
三、企业服务范围	171
四、企业团队建设	172
五、企业市场定位	172
六、企业发展规模	172
第四节 广禾堂	172
一、企业主要概况	172
二、企业发展历程	172
三、企业团队建设	173
四、企业业务范围	173
五、企业所备资质	174
六、企业战略合作	174
七、企业品牌效应	174
八、企业战略规划	178
第五节 优艾贝国际月子会所	179
一、企业主要概况	179
二、企业地理优势	179
三、企业专业优势	180
四、企业服务范围	181
五、企业服务特色	181
六、企业所备资质	181
七、企业最新动向	182
第六节 广州伊丽莎白妇产医院	182
一、企业主要概况	182
二、医疗模式分析	183

三、企业市场定位	183
四、企业发展规模	183
五、企业服务特色	183
七、企业合作情况	184
八、企业战略规划	184
第七节 美梦洛城	184
一、企业主要概况	184
二、企业发展历程	184
三、企业经营理念	184
四、企业服务体系	185
五、企业竞争优势	185
六、企业发展规模	187
七、企业服务理念	187
第八节 安恩贝月子会所	187
一、企业主要概况	187
二、企业业务范围	187
三、品牌优势分析	188
四、投资优势分析	188
第九节 薇妮之家月子中心	189
一、企业主要概况	189
二、企业服务项目	189
三、企业团队建设	189
四、企业组织架构	189
五、企业竞争优势	190
第十节 馨月馆	190
一、企业主要概况	190
二、企业服务特色	190
三、企业服务优势	191
四、企业理念	192
第十一节 HOME月子中心	193
一、企业主要概况	193
二、企业业务范围	193

三、企业服务团队	193
四、企业智能化服务	194
五、企业竞争实力	195
第十二节 月儿湾	195
一、企业主要概况	195
二、企业品牌文化	195
三、企业所备资质	196
四、企业服务范围	196
五、企业盈利分析	196
六、企业加盟政策	196
第十三节 锦月皇廷国际月子会所	197
一、企业主要概况	197
二、企业团队建设	197
三、企业服务范围	197
四、企业竞争优势分析	198
第十四节 月来悦好	198
一、企业主要概况	198
二、企业服务范围	198
三、企业团队建设	199
四、企业市场定位	199
五、企业文化	199
六、企业相关新闻	199
第十五节 滋味堂月子会所	199
一、企业主要概况	199
二、企业服务项目	200
三、企业竞争优势	200
四、企业市场定位	200
第十六节 巍阁	201
一、企业主要概况	201
二、企业品牌历程	201
三、企业团队建设	201
四、企业服务范围	202

第十七节 月安月子会所 203

一、企业主要概况 203

二、企业服务范围 203

三、企业特色服务 204

四、居住环境优势 205

五、企业相关配套 205

第十八节 金月汇精致 205

一、企业主要概况 205

二、企业发展历程 206

三、企业服务特色 206

四、企业市场定位 207

五、企业专业团队 208

第十九节 中智月子会所 209

一、企业主要概况 209

二、企业环境优势 209

三、企业服务体系 209

四、企业配套设施 210

第二十节 金摇篮 211

一、上海站主要概况 211

二、常州站主要概况 211

三、南宁站主要概况 212

四、张家港站主要概况 212

五、连云港站主要概况 212

六、贵阳站主要概况 212

第九章 2017-2022年中国月子中心市场前景及投资战略分析 213

第一节 2017-2022年中国月子中心市场发展前景预测 213

一、孕产妇医疗需求前景 213

二、月子中心市场前景分析 214

三、月子中心市场潜力分析 215

四、月子中心市场发展空间 215

五、月子中心市场容量预测 215

六、月子中心投资收益预测	216
第二节 2017-2022年中国月子中心投资风险分析	217
一、行业政策风险	217
二、服务质量风险	219
三、人力资源风险	220
四、单位信誉风险	220
第三节 2017-2022年中国月子中心投资机会分析	220
一、月子中心市场投资环境	220
二、月子中心市场进入门槛	222
三、月子中心市场SWOT分析	223
四、月子中心市场投资机会分析	223
五、月子中心细分市场投资分析	225
第四节 2017-2022年中国月子中心市场发展战略	225
一、月子中心市场投资战略	225
二、月子中心市场竞争战略	227
第五节 2017-2022年中国月子中心市场发展建议	228
一、加大研发和人员的投入，提高技术创新能力	228
二、进行全面的创新	228
三、更好地接近顾客，了解顾客的需求	229
四、提高整合能力	229

图表目录：

图表：2009-2015年中国GDP数据表	23
图表：2006-2015年中国GDP走势图	23
图表：2012年-2015年全国固定资产投资数值表	29
图表：2008年-2015年全国固定资产投资走势图	29
图表：2015年11月到2015年我国经济部分指标环比增长数据	30
图表：2015年中国社会消费品零售总额走势图	31
图表：2012年到2015年我国消费价格指数CPI情况	33
图表：2012年-2015年中国进出口贸易数据表	35
图表：2008年-2015年中国进出口贸易走势图	35
图表：中国历年人口出生率	46

图表：中国历年人口出生总数统计 47

图表：2010年第六次全国人口普查分省概况（千人） 48

图表：2010-2015年中国月子中心市场规模统计 63

图表：2015年中国月子中心目标顾客要求特征 72

图表：2015年中国月子中心目标顾客年龄特征 73

图表：2015年中国月子中心调研群体收入特征 73

图表：2015年中国月子中心调研群体个性特征 74

图表：2015年中国月子中心最高预算特征 74

图表：2015年中国月子中心项目喜好调研 75

图表：2015年中国月子中心项目坐月子方式调研 75

图表：2015年中国选择月子中心主要缘由 76

图表：2015年中国月子服务质量存隐忧 77

图表：2015年中国月子中心服务市场监管应加强的地方 77

图表：2010年-2015年上海妇幼医院发展规模 99

图表：2010-2015年上海市月子中心市场规模统计 99

图表：2015年海市月子中心资质分析 100

图表：2010-2015年北京妇幼医院发展规模 107

图表：2010-2015年北京市月子中心市场规模统计 107

图表：2015年北京市月子中心资质分析 108

图表：2015年广东省及各市城镇居民人均可支配收入和人均消费性支出 113

图表：2010-2015年广东妇幼医院发展规模 115

图表：2010-2015年深圳市月子中心规模统计 122

图表：2010-2015年深圳市月子中心市场需求统计 122

图表：2011—2015年中国妇幼医院数量 131

图表：2015年我国各主要省市妇幼医院分布情况比例表 131

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/R4380255E0.html>