

2017-2022年中国月子中心 行业市场分析与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国月子中心行业市场分析与投资趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201701/23-224643.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

随着月子中心的火爆，越来越多的80后时尚辣妈选择在月子中心“坐月子”。产妇由于分娩时出血多，加上出汗、腰酸、腹痛，非常耗损体力，气血、筋骨都很虚弱，这时候很容易受到风寒的侵袭，需要一段时间的调补，因此产后必须坐月子才能恢复健康。坐月子的目的是在这段期间内作适度的运动与休养、恰当的食补与食疗，能使子宫恢复生产前的大小，气血经过调理也都能恢复至最好状态。

近年在大陆兴起的月子中心发展速度迅猛，上海、北京、广州等经济发达地区已有月子中心近200家。在国内一线城市的“月子中心”也在短短几年内迅速发展起来。如今，成都、青岛、济南等二三线城市的“月子中心”也开办得有声有色。单独二胎政策更是为月子中心的发展带来了无限商机，单独二胎政策使得每年多增加200到300万人口，而想生二胎多是大陆社会经济实力较强人士。2016年，我国将迎来“第四次人口高峰”。随着“85后”、“90后”独生子女陆续进入育龄期，母婴护理服务需求水涨船高。我国母婴市场每年约有800亿元的规模，这其中，月嫂服务市场容量约为23亿元，月子会所市场容量或可超过30亿元。

不过现今阶段对于月子中心的监管还有很多属于是空白的领域，所以选择月子中心一定要仔细谨慎。准妈妈最好在入住前先实地考察一番，因为坐月子的主体是产妇和新生儿，因此对休养的环境有严格的要求。要看休养的环境是否具备避免交叉感染的条件，婴儿的喂养器具、衣物、澡盆，游泳桶是否单人专用，成人的餐具是否共用，居室空气是否24小时保持清新环保状态，能否实现母婴同室等。

报告目录：

第一章 2016年中国月子中心行业宏观环境分析

第一节 月子中心行业定义分析

一、行业定义

二、行业分类

第二节 2016年月子中心行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 2014-2016年中国月子中心行业经济指标分析

第一节 2014-2016年月子中心行业发展概述

一、2016年月子中心行业发展概述

二、2016年月子中心行业发展概述

三、2016年月子中心行业发展概述

第二节 2014-2016年月子中心行业经济运行状况

一、月子中心行业企业数量分析

二、月子中心行业资产规模分析

三、月子中心行业利润总额分析

第三节 2014-2016年月子中心行业成本费用分析

一、月子中心行业营销成本分析

二、月子中心行业管理费用分析

三、月子中心行业财务费用分析

第四节 2014-2016年月子中心行业运营效益分析

一、月子中心行业盈利能力分析

二、月子中心行业运营能力分析

三、月子中心行业偿债能力分析

四、月子中心行业成长能力分析

第三章 2016年中国月子中心行业市场与竞争分析

第一节 月子中心行业上下游市场分析

一、月子中心行业产业链简介

二、上游供给市场分析

(一) 上游一

(二) 上游二

(三) 上游三

三、下游需求市场分析

(一) 下游一

(二) 下游二

(三) 下游三

第二节 2016年月子中心行业市场供需分析

一、月子中心行业供应总量

二、月子中心行业市场总量

(一) 市场需求总量

(二) 市场容量及变化

三、月子中心行业价格分析

第三节 月子中心行业五力竞争分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 月子中心行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第四章 中国月子中心行业传统商业模式分析

第一节 月子中心行业原料采购模式

第二节 月子中心行业经营模式

第三节 月子中心行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第五章 中国月子中心行业商业模式构建与实施策略

第一节 月子中心行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

(一) 行业价值模式

(二) 战略模式

(三) 市场模式

(四) 营销模式

(五) 管理模式

(六) 资源整合模式

(七) 资本运作模式

(八) 成本模式

(九) 营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 月子中心行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

(一) 转变商业思维

(二) 客户隐性需求

(三) 客户价值主张

二、产业价值链再定位

(一) 客户价值公式

(二) 产业价值定位

(三) 商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 月子中心行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

(一) 高效率

(二) 高品质

(三) 持续创新

(四) 快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

(一) 组织结构系统

(二) 企业控制系统

三、企业文化建设

第六章 中国月子中心行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

(一) 构成平台模式的6个条件

- (二) 平台模式的战略定位
- (三) 平台模式成功的四大要素
- (四) 平台模式案例

二、免费模式

- (一) 免费商业模式解析
- (二) 免费战略的实施条件
- (三) 免费战略的类型
 - (1) 产品模式创新型
 - (2) 伙伴模式创新型
 - (3) 族群模式创新型
 - (4) 渠道模式创新型
 - (5) 沟通模式创新型
 - (6) 客户模式创新型
 - (7) 成本模式创新型
 - (8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

- (一) 软硬一体化商业模式案例
- (二) 软硬一体化模式受到市场追捧
- (三) 软硬一体化模式是一项系统工程
- (四) 成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- (一) O2O模式爆发巨大力量
- (二) O2O模式分类
- (三) O2O模式的盈利点分析
- (四) O2O模式的思考

五、品牌模式

- (一) 品牌模式的内涵及本质
- (二) 成功的移动互联网品牌
- (三) 如何推进品牌经营

六、双模模式

- (一) 双模模式概述
- (二) 移动互联网：用户规模是关键

（三）双模模式案例

七、速度模式

（一）什么是速度模式

（二）速度模式的主要表现

（三）速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下月子中心行业商业模式选择

一、月子中心行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下月子中心行业商业模式选择

第七章 2016年月子中心行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第四节 企业四

- 一、企业发展基本情况
 - 二、企业主营业务分析
 - 三、企业经营情况分析
 - 四、企业销售渠道网络
 - 五、企业经营模式分析
 - 六、企业发展战略规划
- 第五节 企业五

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第六节 企业六

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第七节 企业七

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第八节 企业八

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第九节 企业九

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第十节 企业十

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第八章 2017-2022年中国月子中心行业发展前景预测分析

第一节 2017-2022年月子中心行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2017-2022年月子中心行业发展前景预测

一、2017-2022年月子中心行业市场规模预测

二、2017-2022年月子中心行业盈利前景预测

第九章 2017-2022年中国月子中心行业投融资战略规划分析

第一节 月子中心行业关键成功要素分析

第二节 月子中心行业投资壁垒分析

一、月子中心行业进入壁垒

二、月子中心行业退出壁垒

第三节 月子中心行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 月子中心行业融资渠道与策略

一、月子中心行业融资渠道分析

二、月子中心行业融资策略分析

图表目录：

图表 2014-2016年月子中心行业企业数量分析

图表 2014-2016年月子中心行业资产规模分析

图表 2014-2016年月子中心行业销售收入分析

图表 2013-2016年月子中心行业利润总额分析

图表 2013-2016年中国月子中心行业利润总额统计

图表 2014-2016年中国不同规模的月子中心企业利润比较

图表 2016年中国不同规模的月子中心企业利润所占份额图

图表 2013-2016年中国不同性质的月子中心企业利润比较

图表 2016年中国不同性质的月子中心企业利润所占份额图

图表 2016年中国月子中心细分行业供利润总额统计

图表 2016年中国月子中心行业细分行业利润结构图

图表 2016年中国各地区的月子中心企业利润比较

图表 2016年中国各地区的月子中心企业利润比较

图表 2014-2016年中国月子中心行业成本费用结构构成情况

图表 2016年中国月子中心行业成本费用结构图

图表 2014-2016年中国月子中心行业管理费用统计

图表 2014-2016年中国月子中心行业管理费用增长趋势图

图表 2014-2016年中国月子中心行业财务费用统计

图表 2014-2016年中国月子中心行业财务费用增长趋势图

图表 2017-2022年中国月子中心市场规模预测

图表 2017-2022年我国月子中心供应情况预测

图表 2017-2022年我国月子中心需求情况预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201701/23-224643.html>