

# 2017-2022年中国月嫂服务 行业市场分析与投资趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国月嫂服务行业市场分析与投资趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201704/05-228574.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](mailto: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

近些年中国每年新生婴儿数量大约1500-2000万，若其中有1/3的母婴采取该服务，那也有约500-700万组的客户群体。计划生育政策使“6+1”型结构的家庭模式成为普遍，宝宝成为家庭消费的重心。为了宝宝将来有更强的体力和更高的智力，多数家长愿意为自己孩子高额投入。同时，国内消费者有一种传统的观念“再苦不能苦孩子”，所以虽然一些家长在经济上并不富裕，但是为了能让孩子成长的更好，宁愿倾其所有，让孩子享受最好的生活。据当前市场情况调查，新生代母婴群体人均年消费高达5000元至1.8万元。

母婴护理是一种新兴的服务行业，指对孕妇分娩后的心理、健康、饮食、体形及婴儿成长发育、健康成长等的一种服务。目前，主要存在家政公司外派月嫂和月子会所(有的称“月子中心”)两种服务方式。

孕婴护理的服务对象为孕妇、产妇和新生儿，大部分如“月子”服务仅仅为婴儿出生后一个月，针对某一单独客户的服务时间较短。也就意味着，从事该行业的企业开发新客户的频率非常频繁。由于母婴市场需要较专业的服务人员和要求较严格的服务场所，且面对的大多是高端客户，所以母婴护理企业的前期运营投入较大。

目前母婴护理由大城市向中小城市扩散。北京上海等一线城市，人口基数相对较大、人口密度高，人均收入和人均消费都居全国前列，各种新兴产业也最开始在这里萌芽。母婴护理行业也是如此。当前，约70%以上的母婴护理服务分布在一线大城市。

随着行业的发展和中小城接受能力的提高，目前省会城市的母婴护理服务也越来越多，并逐渐向更小的城市渗透。

报告目录：

### 第一章 月嫂服务行业相关概述

#### 1.1 服务的内涵与特征

##### 1.1.1 服务的内涵

##### 1.1.2 服务的特征

#### 1.2 月嫂服务行业相关概述

##### 1.2.1 月嫂服务行业的定义

##### 1.2.2 月嫂服务行业的分类

##### 1.2.3 月嫂服务行业的产业链结构

##### 1.2.4 月嫂服务行业在国民经济中的地位

### 1.3 月嫂服务行业统计标准介绍

#### 1.3.1 行业统计部门和统计口径

#### 1.3.2 行业主要统计方法介绍

#### 1.3.3 行业涵盖数据种类介绍

## 第二章 中国月嫂服务行业发展环境

### 2.1 中国月嫂服务行业政策法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 政策环境对行业的影响

### 2.2 中国月嫂服务行业经济环境分析

#### 2.2.1 宏观经济形势分析

#### 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3 中国月嫂服务行业社会环境分析

#### 2.3.1 行业社会环境分析

#### 2.3.2 社会发展对行业的影响分析

### 2.4 中国月嫂服务行业消费环境分析

#### 2.4.1 行业消费驱动分析

#### 2.4.2 行业消费需求特点

#### 2.4.3 行业消费群体分析

#### 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

## 第三章 中国月嫂服务行业发展概述

### 3.1 中国月嫂服务行业发展状况分析

#### 3.1.1 中国月嫂服务行业发展阶段

#### 3.1.2 中国月嫂服务行业发展总体概况

#### 3.1.3 中国月嫂服务行业发展特点分析

#### 3.1.4 中国月嫂服务行业商业模式分析

### 3.2 2014-2016年月嫂服务行业发展现状

#### 3.2.1 2014-2016年中国月嫂服务行业市场规模

#### 3.2.2 2014-2016年中国月嫂服务行业发展分析

#### 3.2.3 2014-2016年中国月嫂服务企业分析

### 3.3 2014-2016年中国月嫂服务行业市场供需分析

#### 3.3.1 中国月嫂服务行业供给分析

#### 3.3.2 中国月嫂服务行业需求分析

#### 3.3.3 中国月嫂服务行业供需平衡

## 第四章 中国月嫂服务行业发展前景分析

### 4.1 2017-2022年中国月嫂服务市场发展前景

#### 4.1.1 2017-2022年月嫂服务市场发展潜力

#### 4.1.2 2017-2022年月嫂服务市场发展前景展望

#### 4.1.3 2017-2022年月嫂服务细分行业发展前景分析

### 4.2 2017-2022年中国月嫂服务市场发展趋势预测

#### 4.2.1 2017-2022年月嫂服务行业发展趋势

#### 4.2.2 2017-2022年月嫂服务市场规模预测

#### 4.2.3 2017-2022年月嫂服务行业应用趋势预测

#### 4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

### 4.3 2017-2022年月嫂服务行业投资风险分析

#### 4.3.1 行业政策风险

#### 4.3.2 宏观经济风险

#### 4.3.3 市场竞争风险

#### 4.3.4 关联产业风险

#### 4.3.5 其他投资风险

### 4.4 2017-2022年中国月嫂服务行业面临的困境及对策

#### 4.4.1 中国月嫂服务行业面临的困境及对策

##### 1、中国月嫂服务行业面临困境

##### 2、中国月嫂服务行业对策探讨

#### 4.4.2 中国月嫂服务企业发展困境及策略分析

##### 1、中国月嫂服务企业面临的困境

##### 2、中国月嫂服务企业的对策探讨

#### 4.4.3 国内月嫂服务企业的出路分析

## 第五章 中国月嫂服务行业服务领域分析

### 5.1 月嫂服务行业服务领域概况

5.1.1 行业主要服务领域

5.1.2 行业服务结构分析

5.1.3 服务发展趋势分析

5.1.4 服务策略建议

5.2 服务领域一

5.2.1 市场发展现状概述

5.2.2 行业市场应用规模

5.2.3 行业市场需求分析

5.3 服务领域二

5.3.1 市场发展现状概述

5.3.2 行业市场应用规模

5.3.3 行业市场需求分析

5.4 服务领域三

5.4.1 市场发展现状概述

5.4.2 行业市场应用规模

5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章 中国月嫂服务行业市场竞争格局分析

6.1 月嫂服务行业竞争格局分析

6.1.1 月嫂服务行业区域分布格局

6.1.2 月嫂服务行业企业规模格局

6.1.3 月嫂服务行业企业性质格局

6.2 月嫂服务行业竞争状况分析

6.2.1 月嫂服务行业上游议价能力

6.2.2 月嫂服务行业下游议价能力

6.2.3 月嫂服务行业新进入者威胁

6.2.4 月嫂服务行业替代产品威胁

6.2.5 月嫂服务行业内部竞争分析

6.3 月嫂服务行业投资兼并重组整合分析

6.3.1 投资兼并重组现状

6.3.2 投资兼并重组案例

6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章 中国月嫂服务行业企业经营分析

### 7.1 企业一

#### 7.1.1 企业发展简况分析

#### 7.1.2 企业经营情况分析

#### 7.1.3 企业经营优劣势分析

### 7.2 企业二

#### 7.2.1 企业发展简况分析

#### 7.2.2 企业经营情况分析

#### 7.2.3 企业经营优劣势分析

### 7.3 企业三

#### 7.3.1 企业发展简况分析

#### 7.3.2 企业经营情况分析

#### 7.3.3 企业经营优劣势分析

## 第八章 互联网对月嫂服务行业的影响分析

### 8.1 互联网对月嫂服务行业的影响

#### 8.1.1 智能服务设备发展情况分析

##### 1、智能服务设备发展概况

##### 2、主要服务APP应用情况

#### 8.1.2 服务智能设备经营模式分析

##### 1、智能硬件模式

##### 2、服务APP模式

##### 3、虚实结合模式

##### 4、个性化资讯模式

#### 8.1.3 智能设备对月嫂服务行业的影响分析

##### 1、智能设备对月嫂服务行业的影响

##### 2、服务智能设备的发展趋势分析

### 8.2 互联网+服务发展模式分析

#### 8.2.1 互联网+服务商业模式解析

##### 1、商业模式一

###### (1) 服务模式

(2) 盈利模式

2、商业模式二

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

8.2.2 互联网+服务案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

8.3 互联网背景下月嫂服务行业发展趋势分析

第九章 月嫂服务企业市场营销策略探讨

9.1 服务营销的特点

9.1.1 服务产品的无形性

9.1.2 服务的不可分离性

9.1.3 服务产品的可变性

9.1.4 服务产品的易失性

9.2 月嫂服务企业的营销策略

9.2.1 内部营销与交互作用营销

9.2.2 差别化管理

9.2.3 服务质量管理

9.2.4 平衡供求的策略

9.3 月嫂服务企业提高服务质量的营销策略

9.3.1 服务质量的主要影响因素模型

9.3.2 服务质量影响因素关系分析

9.3.3 月嫂服务企业提高服务质量的营销策略分析

9.4 月嫂服务企业的品牌营销

9.4.1 月嫂服务企业品牌营销中存在的问题

1、品牌营销处于初级阶段

2、缺乏品牌塑造意愿

3、服务品牌理念脱离实质

4、品牌营销定位不具备持续价值

9.4.2 月嫂服务企业品牌营销策略分析



- 1、实行差异化的服务
- 2、树立服务品牌营销意识
- 3、提高顾客满意度与忠诚度
- 4、打造高品质的企业服务文化

## 第十章 研究结论及建议

### 10.1 研究结论

### 10.2 建议

#### 10.2.1 行业发展策略建议

#### 10.2.2 行业投资方向建议

#### 10.2.3 行业投资方式建议

## 图表目录

图表：月嫂服务行业服务特点

图表：月嫂服务产业链分析

图表：月嫂服务行业生命周期

图表：月嫂服务行业商业模式

图表：2014-2016年中国月嫂服务行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国月嫂服务行业市场规模预测

&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201704/05-228574.html>