

2017-2022年中国母婴保健 行业分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国母婴保健行业分析与发展前景预测报告》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/R10/R1006/201704/07-228864.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

近年来，以母婴服务为主营的母婴会所逐渐出现在国内的婴童市场之上，在给众多消费者带来特色体验的同时，也为整个母婴行业提供了一个完善、便捷、多样、高效和健康的发展方式。随着社会分工的细化，城市家庭结构的小型化，人口的老龄化和生活的现代化，这些因素都促使国人们对母婴护理的要求越来越高。

母婴服务行业属于新型服务行业，目标群体十分突出，消费能力比较强，也没有季节性之分，并且市场缺口比较大，正规的母婴服务机构相当少。并且目前国内母婴服务行业尚属初级发展阶段，发展潜力比较大，市场也较为广阔。

新医改政策的不断落地，促进了医疗健康产业群持续升温。以母婴月子会所为集中体现的母婴服务业作为大健康产业群的细分行业，经过初期沉浸之后爆发出了强势的潜力。虽然针对母婴服务行业的定位、行业特点、从业人员的资质等认证和监管体系还未健全，却不影响政策红利带来的蓬勃景象。

根据国家统计局公布的数据，我国每年大约有1500-2000万的新生儿，也就是说，每年有1500-2000万以上的产妇，这些产妇中有1/3是有需求也有能力接受母婴护理服务的。2015年母婴服务行业年产值超过650亿。在全面放开二孩政策后，新一轮生育高峰从2016年开始，持续到2028年达到峰值，届时，这一产值还有望持续呈现出爆发式的增长。

随着母婴行业的快速发展，母婴会所也作为一个新兴行业肩负着母婴健康的重任。自从前不久单独二胎政策公布之后，就有专家预测，未来的两到五年内，我国将会迎来一个新的婴儿潮，80后成为生育主体。在当前的养育模式中，母婴消费能力极强，这也使得母婴会所市场潜力巨大，此时进入该领域发展将会有着非常好的前景。

报告目录

第一章 母婴保健行业报告摘要

1.1 母婴保健行业报告研究范围

1.1.1 母婴保健行业专业名词解释

1.1.2 母婴保健行业研究范围界定

1.1.3 母婴保健行业分析框架简介

1.1.4 母婴保健行业分析工具介绍

1.2 母婴保健行业报告研究摘要

1.2.1 母婴保健行业发展现状分析

- 1.2.2 母婴保健行业市场规模分析
- 1.2.3 母婴保健行业发展趋势预测
- 1.2.4 母婴保健行业投资前景展望

第二章 母婴保健行业概述

- 2.1 母婴保健行业基本概述
 - 2.1.1 母婴保健行业基本定义
 - 2.1.2 母婴保健行业主要分类
 - 2.1.3 母婴保健行业市场特点
- 2.2 母婴保健行业商业模式
 - 2.2.1 母婴保健行业商业模式
 - 2.2.2 母婴保健行业盈利模式
 - 2.2.3 母婴保健行业互联网+模式
- 2.3 母婴保健行业产业链
 - 2.3.1 母婴保健行业产业链简介
 - 2.3.2 母婴保健行业上游供应分布
 - 2.3.3 母婴保健行业下游需求领域
- 2.4 母婴保健行业发展特性
 - 2.4.1 母婴保健行业季节性
 - 2.4.2 母婴保健行业区域性
 - 2.4.3 母婴保健行业周期性

第三章 中国母婴保健行业发展环境分析

- 3.1 母婴保健行业政策环境分析
 - 3.1.1 行业主管部门及监管体制
 - 3.1.2 主要产业政策及主要法规
- 3.2 母婴保健行业经济环境分析
 - 3.2.1 2014-2016年宏观经济分析
 - 3.2.2 2017-2022年宏观经济形势
 - 3.2.3 宏观经济波动对行业影响
- 3.3 母婴保健行业社会环境分析
 - 3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 母婴保健行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际母婴保健行业发展经验借鉴

4.1 美国母婴保健行业发展经验借鉴

4.1.1 美国母婴保健行业发展历程分析

4.1.2 美国母婴保健行业运营模式分析

4.1.3 美国母婴保健行业发展趋势预测

4.1.4 美国母婴保健行业对我国的启示

4.2 英国母婴保健行业发展经验借鉴

4.2.1 英国母婴保健行业发展历程分析

4.2.2 英国母婴保健行业运营模式分析

4.2.3 英国母婴保健行业发展趋势预测

4.2.4 英国母婴保健行业对我国的启示

4.3 日本母婴保健行业发展经验借鉴

4.3.1 日本母婴保健行业发展历程分析

4.3.2 日本母婴保健行业运营模式分析

4.3.3 日本母婴保健行业发展趋势预测

4.3.4 日本母婴保健行业对我国的启示

4.4 韩国母婴保健行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国母婴保健行业发展历程分析

4.4.2 韩国母婴保健行业运营模式分析

4.4.3 韩国母婴保健行业发展趋势预测

4.4.4 韩国母婴保健行业对我国的启示

第五章 中国母婴保健行业发展现状分析

5.1 中国母婴保健行业发展概况分析

5.1.1 中国母婴保健行业发展历程分析

- 5.1.2 中国母婴保健行业发展总体概况
- 5.1.3 中国母婴保健行业发展特点分析
- 5.2 中国母婴保健行业发展现状分析
 - 5.2.1 中国母婴保健行业市场规模
 - 5.2.2 中国母婴保健行业发展分析
 - 5.2.3 中国母婴保健企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国母婴保健行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国母婴保健行业面临的困境及对策
 - 1、中国母婴保健行业面临困境
 - 2、中国母婴保健行业对策探讨
 - 5.3.2 中国母婴保健企业发展困境及策略分析
 - 1、中国母婴保健企业面临的困境
 - 2、中国母婴保健企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内母婴保健企业的出路分析

第六章 中国互联网+母婴保健行业发展现状及前景

- 6.1 中国互联网+母婴保健行业市场发展阶段分析
 - 6.1.1 互联网+母婴保健行业发展阶段的研究
 - 6.1.2 互联网+母婴保健行业细分阶段的分析
- 6.2 互联网给母婴保健行业带来的冲击和变革分析
 - 6.2.1 互联网时代母婴保健行业大环境变化分析
 - 6.2.2 互联网给母婴保健行业带来的突破机遇分析
 - 6.2.3 互联网给母婴保健行业带来的挑战分析
 - 6.2.4 互联网+母婴保健行业融合创新机会分析
- 6.3 中国互联网+母婴保健行业市场发展现状分析
 - 6.3.1 中国互联网+母婴保健行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+母婴保健行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+母婴保健行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+母婴保健行业投资业务布局
 - 6.3.2 母婴保健行业目标客户互联网渗透率分析
 - 6.3.3 中国互联网+母婴保健行业市场规模分析
 - 6.3.4 中国互联网+母婴保健行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+母婴保健行业参与者结构
- 2、中国互联网+母婴保健行业竞争者类型
- 3、中国互联网+母婴保健行业市场占有率
- 6.4 中国互联网+母婴保健行业市场发展前景分析
- 6.4.1 中国互联网+母婴保健行业市场增长动力分析
- 6.4.2 中国互联网+母婴保健行业市场发展瓶颈剖析
- 6.4.3 中国互联网+母婴保健行业市场发展趋势分析

第七章 中国母婴保健行业运行指标分析

- 7.1 中国母婴保健行业市场规模分析及预测
- 7.1.1 2014-2016年中国母婴保健行业市场规模分析
- 7.1.2 2017-2022年中国母婴保健行业市场规模预测
- 7.2 中国母婴保健行业市场供需分析及预测
- 7.2.1 中国母婴保健行业市场供给分析
- 1、2014-2016年中国母婴保健行业供给规模分析
- 2、2017-2022年中国母婴保健行业供给规模预测
- 7.2.2 中国母婴保健行业市场需求分析
- 1、2014-2016年中国母婴保健行业需求规模分析
- 2、2017-2022年中国母婴保健行业需求规模预测
- 7.3 中国母婴保健行业企业数量分析
- 7.3.1 2014-2016年中国母婴保健行业企业数量情况
- 7.3.2 2014-2016年中国母婴保健行业企业竞争结构
- 7.4 2014-2016年中国母婴保健行业财务指标总体分析
- 7.4.1 行业盈利能力分析
- 7.4.2 行业偿债能力分析
- 7.4.3 行业营运能力分析
- 7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国母婴保健行业应用领域分析

- 8.1 中国母婴保健行业应用领域概况
- 8.1.1 行业主要应用领域
- 8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国母婴保健行业竞争格局分析

9.1 母婴保健行业竞争五力分析

9.1.1 母婴保健行业上游议价能力

9.1.2 母婴保健行业下游议价能力

9.1.3 母婴保健行业新进入者威胁

9.1.4 母婴保健行业替代产品威胁

9.1.5 母婴保健行业内部企业竞争

9.2 母婴保健行业竞争SWOT分析

9.2.1 母婴保健行业优势分析（S）

9.2.2 母婴保健行业劣势分析（W）

9.2.3 母婴保健行业机会分析（O）

9.2.4 母婴保健行业威胁分析（T）

9.3 母婴保健行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国母婴保健行业领先企业竞争力分析

10.1 北京靓康爱婴科贸有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 天津市圣爱家族专业母婴健康服务机构

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 杭州欣子母婴护理有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 北京舒添母婴服务中心

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 上海市小阿华母婴健康机构

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 北京小阿华母婴健康机构

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 深圳洋洋母婴服务机构

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 山东省妇幼保健所婴幼儿健康促进与护理中心

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 济南市韵田母婴服务中心

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 北京天使之家母婴护理中心

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 中国母婴保健行业经典案例分析

11.1 经典案例一

11.1.1 基本信息分析

11.1.2 经营情况分析

11.1.3 产品/服务分析

11.1.4 商业模式分析

11.2 经典案例二

11.2.1 基本信息分析

11.2.2 经营情况分析

11.2.3 产品/服务分析

11.2.4 商业模式分析

11.3 经典案例三

11.3.1 基本信息分析

11.3.2 经营情况分析

11.3.3 产品/服务分析

11.3.4 商业模式分析

第十二章 2017-2022年中国母婴保健行业发展前景及趋势预测

12.1 2017-2022年中国母婴保健市场发展前景

12.1.1 2017-2022年母婴保健市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年母婴保健市场发展前景展望

12.1.3 2017-2022年母婴保健细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国母婴保健市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年母婴保健行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年母婴保健行业应用趋势预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国母婴保健市场影响因素分析

12.3.1 2017-2022年母婴保健行业发展有利因素

12.3.2 2017-2022年母婴保健行业发展不利因素

12.3.3 2017-2022年母婴保健行业进入壁垒分析

第十三章 2017-2022年中国母婴保健行业投资机会分析

13.1 母婴保健行业投资现状分析

13.1.1 母婴保健行业投资规模分析

13.1.2 母婴保健行业投资资金来源构成

13.1.3 母婴保健行业投资项目建设分析

13.1.4 母婴保健行业投资资金用途分析

13.1.5 母婴保健行业投资主体构成分析

13.2 母婴保健行业投资机会分析

13.2.1 母婴保健行业产业链投资机会

13.2.2 母婴保健行业细分市场投资机会

13.2.3 母婴保健行业重点区域投资机会

13.2.4 母婴保健行业产业发展的空白点分析

第十四章 2017-2022年中国母婴保健行业投资风险预警

14.1 母婴保健行业风险识别方法分析

14.1.1 专家调查法

14.1.2 故障树分析法

14.1.3 敏感性分析法

14.1.4 情景分析法

14.1.5 核对表法

14.1.6 主要依据

14.2 母婴保健行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 母婴保健行业投资风险预警

14.3.1 2017-2022年母婴保健行业市场风险预测

- 14.3.2 2017-2022年母婴保健行业政策风险预测
- 14.3.3 2017-2022年母婴保健行业经营风险预测
- 14.3.4 2017-2022年母婴保健行业技术风险预测
- 14.3.5 2017-2022年母婴保健行业竞争风险预测
- 14.3.6 2017-2022年母婴保健行业其他风险预测

第十五章 2017-2022年中国母婴保健行业投资策略建议

- 15.1 提高母婴保健企业竞争力的策略
 - 15.1.1 提高中国母婴保健企业核心竞争力的对策
 - 15.1.2 母婴保健企业提升竞争力的主要方向
 - 15.1.3 影响母婴保健企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 15.1.4 提高母婴保健企业竞争力的策略
- 15.2 对我国母婴保健品牌的战略思考
 - 15.2.1 母婴保健品牌的重要性
 - 15.2.2 母婴保健实施品牌战略的意义
 - 15.2.3 母婴保健企业品牌的现状分析
 - 15.2.4 我国母婴保健企业的品牌战略
 - 15.2.5 母婴保健品牌战略管理的策略
- 15.3 母婴保健行业建议
 - 15.3.1 行业发展策略建议
 - 15.3.2 行业投资方向建议
 - 15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：母婴保健产业链分析
- 图表：母婴保健上游供应分布
- 图表：母婴保健下游需求领域
- 图表：母婴保健行业生命周期
- 图表：2014-2016年母婴保健行业市场规模分析
- 图表：2017-2022年母婴保健行业市场规模预测
- 图表：2014-2016年中国母婴保健行业供给规模分析
- 图表：2017-2022年中国母婴保健行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国母婴保健行业需求规模分析

图表：2017-2022年中国母婴保健行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国母婴保健行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国母婴保健行业企业竞争结构

图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度

图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2004-2016年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国母婴保健行业投资风险分析

图表：中国母婴保健行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201704/07-228864.html>