

2020-2026年中国月子中心 市场深度分析与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国月子中心市场深度分析与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202002/151961.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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，也称为月子会所，是为孕妇提供分娩后的心理、健康、饮食、体形及婴儿成长发育、健康成长等服务的专门机构。月子会所一般是为生产母亲提供专业产后恢复（即坐月子）服务的场所，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。

随着社会进步和女性地位的提高、对产后护理的重视等因素，部分现代产妇选择到月子会所消费。月子会所能满足产妇饮食营养调理、药膳食补、婴儿护理等需求，也分担了产妇哺育婴儿及家庭照顾产妇和婴儿的责任与压力。

月子会所经过近几年的发展市场规模已经从2010年的10.25亿元发展到2019年的百亿规模年均增速超过26%，这也是近几年大量月子会所兴起的原因，但是同样行业红利也给行业竞争带来较大压力从业企业应注意竞争带来的企业经营风险。

随着大量资本纷纷进入，我国月子会所行业整体竞争逐渐加剧。纵观整条母婴服务产业链，产后护理美容、营养月子餐和宝宝护理这三个子行业具有针对性强、专业度高和盈利模式成熟的特点。在日趋激烈的竞争格局下，做好这三个子行业的经营项目，有利于月子会所打造特色化服务、形成核心竞争力。母婴群体由于其自身的特殊性，对产品和服务的要求更高，因此有资金实力和品牌基础的月子会所更加具备纵向延伸母婴全产业链的优势和实力，有望从这几块日益增大的蛋糕中分得一杯羹，并借此进一步强化自身的竞争优势。

截至2019年6月7日我国月子会所在工商局登记数量已达1443家,其中存续962家,吊销37家,注销200家行业近几年新增企业数量较快，从业企业应注意竞争加剧风险。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国月子中心市场深度分析与市场调查预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一部分 产业环境透视

| | |
|-------------------------------|----|
| 第一章 月子会所行业概述 | 1 |
| 第一节 月子会所的概述 | 1 |
| 一、月子会所行业定义 | 1 |
| 二、月子会所的优缺点 | 1 |
| 三、月子会所服务项目 | 4 |
| 四、月子会所业务流程 | 4 |
| 五、月子会所服务规范标准 | 5 |
| 六、母婴保健服务场所通用要求 | 8 |
| 第二节 行业经济指标分析 | 11 |
| 一、赢利性 | 11 |
| 1、ROE | 11 |
| 2、净利率 | 12 |
| 二、成长速度 | 13 |
| 1、营业收入增长率 | 13 |
| 2、净资产增长率 | 14 |
| 三、附加值的提升空间 | 15 |
| 四、进入壁垒 / 退出机制 | 15 |
| 五、风险性 | 16 |
| 六、行业周期 | 16 |
| 第三节 月子中心行业地位分析 | 18 |
| 一、月子中心行业对经济增长的影响 | 18 |
| 二、月子中心行业对人民生活的影响 | 18 |
| 第四节 产业价值链的结构分析及产业价值链的整体竞争优势分析 | 19 |
| 一、产业价值链的构成 | 19 |
| 1、产业链定义 | 19 |
| 2、产业链分析 | 25 |
| 二、产业价值链的竞争优势与劣势分析 | 25 |
| 1、优势 | 25 |
| 2、劣势 | 27 |
| 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 | 28 |
| 三、中国月子会所行业参与国际竞争的战略市场定位 | 28 |

第二章 2020-2026年中国月子会所行业发展环境分析 29

第一节 宏观经济环境分析 29

一、国内经济水平分析 29

1、中国GDP分析 29

2、消费价格指数分析 29

3、城乡居民收入分析 30

4、社会消费品零售总额 30

5、全社会固定资产投资分析 31

6、进出口总额及增长率分析 32

二、国内收入水平分析 33

第二节 月子中心行业政策环境分析 37

一、行业“十三五”规划解读 37

二、行业相关标准概述 39

第三节 月子中心行业社会环境发展分析 44

一、人口数量分析 44

1、人口数量概述 44

2、女性人口数量 45

3、十三五人口规模 46

二、“十三五”城镇化趋势与进程 48

二、城镇化水平 49

三、消费习惯和消费观念分析 50

四、社会环境对行业的影响分析 51

第四节 “十三五”经济与社会环境发展研究 52

一、“十三五”国民经济增长形势预测 52

二、“十三五”工业经济发展形势分析 53

三、“十三五”社会固定资产投资形势 62

四、“十三五”社会消费品零售额预测 63

五、“十三五”人口发展战略政策研究 63

六、“十三五”扩大消费需求增长研究 67

七、“十三五”健康保障发展问题研究 73

八、“十三五”公共服务和民生保障研究 74

第五节 月子中心行业技术环境分析 79

一、国际服务水平发展趋势 79

二、国内服务水平现状 79

第二部分 行业深度分析

第三章 国内外月子会所行业发展状况分析 81

第一节 美国月子会所行业发展状况分析 81

一、美国月子会所市场规模分析 81

二、美国月子会所竞争格局分析 82

三、美国月子会所经营模式分析 83

四、美国月子会所发展经验借鉴 83

第二节 台湾月子会所行业发展状况分析 84

一、台湾月子会所市场规模分析 84

二、台湾月子会所竞争格局分析 84

三、台湾月子会所监管情况分析 87

四、台湾月子会所发展经验借鉴 88

第三节 中国月子会所行业发展状况分析 89

一、中国月子会所行业发展概况 89

1、月子会所发展历程分析 89

2、月子会所行业发展特点 90

3、月子会所行业发展现状 90

二、中国月子会所行业市场规模 91

1、月子会所数量增长情况 91

2、月子会所市场规模分析 92

三、中国月子会所存在问题分析 92

1、月子会所存在的问题 92

2、月子会所发展建议 93

四、中国月子会所盈利模式分析 94

1、月子会所业务成本分析 94

2、月子会所盈利模式分析 94

第四节 中国月子会所市场需求调研分析 95

一、月子会所目标顾客特征 95

二、选择月子会所主要缘由 95

| | |
|----------------------------|-----|
| 三、月子会所偏好选择调研 | 96 |
| 四、月子会所项目偏好调研 | 97 |
| 五、月子服务质量存隐忧 | 97 |
| 六、月子会所最核心的服务 | 98 |
| 七、月子会所的护理模式调研 | 98 |
| | |
| 第四章 2015-2019年月子中心行业产业链分析 | 99 |
| 第一节 2015-2019年月子中心行业上游运行分析 | 99 |
| 一、月子中心行业上游介绍 | 99 |
| 1、妇产机构 | 99 |
| 2、孕妇学校 | 99 |
| 3、胎教中心 | 99 |
| 二、月子中心行业上游发展状况分析 | 99 |
| 1、妇产机构 | 99 |
| 2、孕妇学校 | 100 |
| 3、胎教中心 | 100 |
| 三、月子中心行业上游对月子中心行业影响力分析 | 101 |
| 第二节 月子中心行业下游服务人群分析 | 101 |
| 一、月子中心行业主要服务人群 | 101 |
| 1、产妇 | 101 |
| 2、新生儿 | 101 |
| 二、服务人群数量分析 | 102 |
| 1、出生人口 | 102 |
| 2、孕妇数量 | 103 |
| 三、服务人群年龄结构 | 104 |
| 四、服务人群学历分析 | 104 |
| 五、服务人群收入水平分析 | 104 |
| 六、需求人群对行业影响力分析 | 104 |
| 1、市场渗透率低，行业成长空间巨大 | 104 |
| 2、市场需求催生行业分化 | 105 |
| 第三节 月子中心行业进入壁垒和驱动因素 | 105 |
| 一、资金壁垒 | 105 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、资质壁垒 | 105 |
| 三、品牌壁垒 | 105 |
| 第四节 上下游行业影响及趋势分析 | 106 |
| 一、上下游行业影响概述 | 106 |
| 二、发展趋势 | 106 |
| | |
| 第五章 中国月子会所企业经济运行分析 | 108 |
| 第一节 2015-2019年中国月子会所行业财务指标总体分析 | 108 |
| 一、行业盈利能力分析 | 108 |
| 二、行业偿债能力分析 | 108 |
| 1、流动比率 | 108 |
| 2、速动比率 | 109 |
| 3、资产负债率 | 109 |
| 三、行业营运能力分析 | 110 |
| 四、行业发展能力分析 | 110 |
| 第二节 2015-2019年中国月子会所行业服务情况分析 | 111 |
| 一、我国月子会所行业销售收入 | 111 |
| 二、我国月子会所行业营业规模 | 112 |
| 1、月子会所从业人员 | 112 |
| 2、行业资产规模 | 112 |
| 3、月子中心行业床位数量状况分析 | 113 |
| 4、行业敏感性分析 | 113 |
| 三、我国月子会所行业利润情况 | 114 |
| 第三节 中国月子会所行业市场供需平衡预测分析 | 114 |
| 一、月子会所需求分析 | 114 |
| 二、需求影响因素 | 115 |
| 三、2020-2026年供需平衡预测 | 116 |
| | |
| 第三部分 竞争格局分析 | |
| 第六章 中国月子会所行业市场竞格局分析 | 117 |
| 第一节 中国月子会所竞争格局分析 | 117 |
| 一、中国月子会所行业竞争层次分析 | 117 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 1、市场集中度 | 117 |
| 2、企业集中度 | 117 |
| 3、区域集中度 | 118 |
| 二、中国月子会所品牌竞争格局分析 | 119 |
| 1、月子会所 | 119 |
| 2、细分领域 | 120 |
| 3、各细分市场占总市场的结构比例 | 120 |
| 4、领先企业所有制结构 | 121 |
| 5、品牌认可度 | 122 |
| 第二节 中国月子会所五力模型分析 | 123 |
| 一、行业现有竞争者分析 | 123 |
| 1、新成立的高端月子会所 | 123 |
| 2、早年从事家政服务行业转而成立的月子会所 | 124 |
| 3、家庭式月子会所 | 124 |
| 二、行业潜在进入者威胁 | 124 |
| 三、行业替代品威胁分析 | 125 |
| 1、传统的在家做月子 | 126 |
| 2、请月嫂帮忙做月子 | 126 |
| 四、行业供应商议价能力分析 | 127 |
| 1、酒店 | 127 |
| 2、护理仪器厂商 | 127 |
| 3、专业护理人员 | 127 |
| 4、合作医院 | 128 |
| 5、日用品供应商 | 128 |
| 五、行业购买者议价能力分析 | 128 |
| 六、行业竞争情况总结 | 128 |
| 第三节 中国月子会所企业竞争策略 | 129 |
| 一、月子会所服务策略分析 | 129 |
| 二、月子会所竞争策略分析 | 130 |
| 三、2020-2026年月子中心行业竞争格局展望 | 130 |
| 四、2020-2026年月子中心行业竞争策略分析 | 131 |
| 第四节 中国月子会所营销推广模式 | 132 |

| | |
|---------------------|-----|
| 一、月子会所营销推广模式对比 | 132 |
| 二、月子会所医务渠道分析 | 133 |
| 1、医务渠道介绍 | 133 |
| 2、医务渠道优劣势 | 134 |
| 3、医务渠道案例分析 | 134 |
| 三、月子会所网络渠道分析 | 134 |
| 1、网络渠道介绍 | 134 |
| 2、网络渠道优劣势 | 134 |
| 3、网络渠道案例分析 | 134 |
| 四、月子会所商家合作渠道分析 | 135 |
| 1、商家合作渠道介绍 | 135 |
| 2、商家合作渠道优劣势 | 135 |
| 3、商家合作渠道案例分析 | 135 |
| 五、月子会所其他渠道分析 | 135 |
| 1、其他渠道介绍 | 135 |
| 2、其他渠道优劣势 | 135 |
| 3、其他渠道案例分析 | 136 |
| | |
| 第七章 中国月子会所行业经营模式分析 | 137 |
| 第一节 月子会所行业经营模式对比 | 137 |
| 一、月子会所经营模式及特点 | 137 |
| 二、月子会所经营模式趋势分析 | 137 |
| 第二节 酒店服务式月子会所市场分析 | 138 |
| 一、酒店服务式月子会所概述 | 138 |
| 二、酒店服务式月子会所市场规模 | 139 |
| 三、酒店服务式月子会所投资分析 | 139 |
| 四、酒店服务式月子会所建设要点 | 139 |
| 五、酒店服务式月子会所典型企业 | 140 |
| 六、酒店服务式月子会所前景分析 | 140 |
| 第三节 独栋建筑园区式月子会所市场分析 | 141 |
| 一、独栋建筑园区式月子会所概述 | 141 |
| 二、独栋建筑园区式月子会所市场规模 | 141 |

| | |
|--------------------|-----|
| 三、独栋建筑园区式月子会所投资分析 | 141 |
| 四、独栋建筑园区式月子会所建设要点 | 142 |
| 五、独栋建筑园区式月子会所典型企业 | 142 |
| 六、独栋建筑园区式月子会所前景分析 | 142 |
| 第四节 互联网+月子会所经营模式分析 | 143 |
| 一、互联网+月子会所经营模式概述 | 143 |
| 二、互联网+月子会所盈利模式分析 | 143 |
| 三、互联网+月子会所典型案例分析 | 143 |
| 四、互联网+月子会所市场前景预测 | 143 |
| | |
| 第八章 月子会所行业区域需求分析 | 144 |
| 第一节 上海市月子会所市场需求分析 | 144 |
| 一、上海市月子会所发展环境 | 144 |
| 1、上海市人口规模结构 | 144 |
| 2、上海市居民收入水平 | 148 |
| 3、上海市消费支出水平 | 149 |
| 4、上海居民医疗保健支出 | 149 |
| 5、上海妇幼医院发展规模 | 150 |
| 二、上海市月子会所规模统计 | 150 |
| 三、上海市月子会所资质分析 | 150 |
| 四、上海市月子会所消费调查 | 151 |
| 五、上海市月子会所竞争现状 | 151 |
| 六、上海市月子会所现存问题 | 152 |
| 七、上海市月子服务市场潜力 | 152 |
| 第二节 北京市月子会所市场需求分析 | 152 |
| 一、北京市月子会所发展环境 | 152 |
| 1、北京市人口规模结构 | 152 |
| 2、北京市居民收入水平 | 154 |
| 3、北京市消费支出水平 | 157 |
| 4、北京居民医疗保健支出 | 159 |
| 5、北京妇幼医院发展规模 | 159 |
| 二、北京市月子会所规模统计 | 160 |

| | |
|-------------------|-----|
| 三、北京市月子会所资质分析 | 160 |
| 四、北京市月子会所消费调查 | 160 |
| 五、北京市月子会所竞争现状 | 160 |
| 六、北京市月子会所现存问题 | 161 |
| 七、北京市月子服务市场潜力 | 161 |
| 第三节 广州市月子会所市场需求分析 | 161 |
| 一、广州市月子会所发展环境 | 161 |
| 1、广州市人口规模结构 | 161 |
| 2、广州市居民收入水平 | 163 |
| 3、广州市消费支出水平 | 163 |
| 4、广州居民医疗保健支出 | 163 |
| 5、广州妇幼医院发展规模 | 164 |
| 二、广州市月子会所规模统计 | 164 |
| 三、广州市月子会所资质分析 | 164 |
| 四、广州市月子会所消费调查 | 165 |
| 五、广州市月子会所竞争现状 | 165 |
| 六、广州市月子会所现存问题 | 165 |
| 七、广州市月子服务市场潜力 | 165 |
| 第四节 深圳市月子会所市场需求分析 | 166 |
| 一、深圳市月子会所发展环境 | 166 |
| 1、深圳市人口规模结构 | 166 |
| 2、深圳市居民收入水平 | 166 |
| 3、深圳市消费支出水平 | 167 |
| 4、深圳居民医疗保健支出 | 168 |
| 5、深圳妇幼医院发展规模 | 168 |
| 二、深圳市月子会所规模统计 | 168 |
| 三、深圳市月子会所资质分析 | 168 |
| 四、深圳市月子会所消费调查 | 169 |
| 五、深圳市月子会所竞争现状 | 169 |
| 六、深圳市月子会所现存问题 | 169 |
| 七、深圳市月子服务市场潜力 | 169 |
| 第五节 杭州市月子会所市场需求分析 | 170 |

| | |
|---------------|-----|
| 一、杭州市月子会所发展环境 | 170 |
| 1、杭州市人口规模结构 | 170 |
| 2、杭州市居民收入水平 | 170 |
| 3、杭州市消费支出水平 | 170 |
| 4、杭州居民医疗保健支出 | 171 |
| 5、杭州妇幼医院发展规模 | 171 |
| 二、杭州市月子会所规模统计 | 172 |
| 三、杭州市月子会所资质分析 | 172 |
| 四、杭州市月子会所消费调查 | 172 |
| 五、杭州市月子会所竞争现状 | 172 |
| 六、杭州市月子会所现存问题 | 173 |
| 七、杭州市月子服务市场潜力 | 173 |

第九章 2020-2026年月子会所行业领先企业经营形势分析 174

第一节 上海喜喜母婴护理服务股份有限公司 174

| | |
|--------------|-----|
| 一、企业发展简况分析 | 174 |
| 二、企业经营情况分析 | 175 |
| 三、企业竞争优势分析 | 180 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 181 |

第二节 悦子阁（上海）健康服务有限公司 182

| | |
|--------------|-----|
| 一、企业发展简况分析 | 182 |
| 二、企业经营情况分析 | 182 |
| 三、企业竞争优势分析 | 183 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 184 |

第三节 优艾贝国际月子中心 184

| | |
|--------------|-----|
| 一、企业发展简况分析 | 184 |
| 二、企业经营情况分析 | 184 |
| 三、企业竞争优势分析 | 185 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 186 |

第四节 舒月母婴 186

| | |
|------------|-----|
| 一、企业发展简况分析 | 186 |
| 二、企业经营情况分析 | 186 |

| | |
|----------------|-----|
| 三、企业竞争优势分析 | 186 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 187 |
| 第五节 雅朵人文国际月子会所 | 187 |
| 一、企业发展简况分析 | 187 |
| 二、企业经营情况分析 | 187 |
| 三、企业竞争优势分析 | 187 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 187 |
| 第六节 馨月汇 | 188 |
| 一、企业发展简况分析 | 188 |
| 二、企业经营情况分析 | 188 |
| 三、企业竞争优势分析 | 188 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 189 |
| 第七节 上海百佳妇产医院 | 190 |
| 一、企业发展简况分析 | 190 |
| 二、企业经营情况分析 | 190 |
| 三、企业竞争优势分析 | 191 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 191 |
| 第八节 泰衡养生月子中心 | 192 |
| 一、企业发展简况分析 | 192 |
| 二、企业经营情况分析 | 192 |
| 三、企业竞争优势分析 | 196 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 197 |
| 第九节 妈咪漾 | 197 |
| 一、企业发展简况分析 | 197 |
| 二、企业经营情况分析 | 197 |
| 三、企业竞争优势分析 | 197 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 199 |
| 第十节 悦悦满月中心 | 199 |
| 二、企业经营情况分析 | 201 |
| 三、企业竞争优势分析 | 202 |
| 四、企业最新发展动向分析 | 202 |

第四部分 发展前景展望

第十章 2020-2026年月子会所行业发展趋势预测分析 203

第一节 我国月子会所行业前景与机遇分析 203

一、我国月子会所行业发展前景 203

二、我国月子会所行业发展竞争力分析 203

1、优势分析 203

2、劣势分析 204

3、机会分析 206

4、风险分析 208

三、2020-2026年月子会所行业的发展机遇分析 209

第二节 2020-2026年中国月子会所市场趋势分析 210

一、2019年月子会所行业市场趋势总结 210

二、2020-2026年月子会所行业发展趋势分析 210

三、2020-2026年月子会所市场发展空间 211

四、2020-2026年月子会所产业政策趋向 211

五、2020-2026年月子会所行业技术革新趋势 212

第三节 未来月子会所市场规模预测 213

一、2020-2026年月子会所行业消费需求预测 213

二、2020-2026年月子会所市场供给规模预测 214

第十一章 2020-2026年月子会所行业投资机会与风险防范 215

第一节 影响月子会所行业发展的主要因素 215

一、有利因素分析 215

三、不利因素分析 216

第二节 月子会所行业投资机会分析 218

一、月子会所行业投资项目分析 218

二、可以投资的月子会所模式 218

1、股权投资 218

2、申请牌照 218

三、2019年月子会所行业投资机会 218

第三节 2020-2026年月子会所行业发展预测分析 219

一、未来月子会所行业发展分析 219

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、未来月子会所行业技术开发方向 | 219 |
| 三、总体行业“十三五”整体规划及预测 | 219 |
| 第四节 行业投资收益率比较及分析 | 222 |
| 一、2019年相关产业投资收益率比较 | 222 |
| 二、2020-2026年行业投资收益率分析 | 222 |
| 第五节 月子会所行业投资风险及控制策略分析 | 222 |
| 一、2020-2026年月子会所行业市场风险及控制策略 | 222 |
| 二、2020-2026年月子会所行业政策风险及控制策略 | 223 |
| 三、2020-2026年月子会所行业经营风险及控制策略 | 224 |
| 四、2020-2026年月子会所行业技术风险及控制策略 | 226 |
| 五、2020-2026年月子会所行业同业竞争风险及控制策略 | 227 |
| 六、成本风险及规避措施 | 228 |
| 七、医疗纠纷风险及规避措施 | 228 |
| 八、人才风险及规避措施 | 229 |
| 第六节 中国月子会所行业投资建议 | 229 |
| 一、月子会所行业未来发展方向 | 229 |
| 二、月子会所行业主要投资建议 | 229 |
| 三、中国月子会所企业融资分析 | 230 |
| 1、中国月子会所企业IPO融资分析 | 230 |
| 2、中国月子会所企业再融资分析 | 231 |
| 第十二章 研究结论及投资建议 | 232 |
| 第一节 月子会所行业研究结论及建议 | 232 |
| 一、产业发展的空间 | 232 |
| 二、投资回报率较高的方式 | 233 |
| 三、新进入者应注意的壁垒 | 233 |
| 第二节 月子会所子行业研究结论及建议 | 234 |
| 第三节 中研普华月子会所项目投资建议 | 235 |
| 一、技术应用注意事项 | 235 |
| 二、项目投资注意事项 | 236 |
| 1、雄安新区 | 236 |
| 2、上海张江区 | 236 |

三、生产开发注意事项 237

四、销售注意事项 237

附件

一、国务院关于加强发展服务业的若干意见 238

二、中华人民共和国人口与计划生育法 248

三、中国儿童发展纲要（2011-2020年） 255

四、中华人民共和国母婴保健法 277

五、单独二孩政策 283

六、国家人口发展规划（2016—2030年） 284

图表目录

图表：月子会所服务项目 4

图表：月子会所产妇服务流程 4

图表：月子会所行业赢利性指标分析 13

图表：月子会所行业成长速度指标分析 14

图表：产业生命周期一览表 16

图表：产业链概念示意图 20

图表：产业链形成图 21

图表：产业链三维双立体对接 22

图表：2019年一季度国内生产总值 29

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比） 31

图表：居民消费价格上涨情况 31

图表：2019年固定资产投资（不含农户） 32

图表：工业生产者出厂价格上涨情况 33

图表：2015-2019年一季度国内收入水平 33

图表：2019年一季度居民人均消费支出及构成 34

图表：全国居民人均可支配收入 35

图表：2019年中国人口环境情况分析 44

图表：中国女性人口规模变动趋势 45

图表：1949-2019年男性人口比女性人口的差值 46

图表：2007-2019年中国城镇化率变化趋势分析 49

| | |
|-------------------------|----|
| 图表：2015-2019年美国月子会所市场规模 | 81 |
| 图表：2015-2019年台湾月子会所市场规模 | 84 |
| 图表：台湾主要县市月子会所数量 | 87 |
| 图表：台湾和内地月子会所对比 | 89 |
| 图表：2015-2019年月子新增会所数量 | 91 |
| 图表：2015-2019年月子会所市场规模 | 92 |
| 图表：月子会所盈利模式分阶段解读 | 94 |
| 图表：消费者对行业产品的品牌偏好调查 | 96 |
| 图表：月子会所消费结构分析 | 97 |
| 图表：月子会所的护理模式 | 98 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151961.html>