

2019-2025年中国月嫂行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国月嫂行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/440228.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

月嫂是母婴护理师的俗称，主要是专业护理产妇与新生儿，服务的内容以月子护理为主，新生儿的护理占80%，产妇的护理占20%。月嫂属于高级家政人员，不同于一般的家政护理员。通常情况下，月嫂工作集护士、营养师、新生儿护理工作性质于一身。通常月嫂服务时间是12小时。且大多月嫂是在客户家里提供服务。

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 月嫂行业的基本介绍19

1.1 行业界定19

1.1.1 行业定义19

1.1.2 范围界定19

1.2 行业在国民经济中的地位20

1.2.1 行业政策定位20

1.2.2 对国民经济贡献度21

1.2.3 对相关行业影响程度22

第二章 中国月嫂行业竞争环境分析23

2.1 政策环境分析23

2.1.1 行业重点政策分析23

2.1.2 行业发展规划分析25

2.1.3 政策发展趋势分析28

2.2 经济环境分析31

2.2.1 中国经济运行现状31

2.2.2 中国国民收入情况32

2.2.3 中国经济发展趋势34

2.3 社会环境分析38

2.3.2 中国工业发展水平38

2.3.3 中国人口规模现状40

2.3.1 居民收入消费水平41

2.4 技术环境分析43

2.4.1 行业技术术语解释43

2.4.2 行业主要生产技术45

2.4.3 行业技术发展趋势47

第三章 世界月嫂产业竞争格局及经验借鉴49

3.1 国际月嫂产业的发展49

3.1.1 世界月嫂产业发展综述49

3.1.2 全球月嫂产业竞争格局49

3.1.3 全球月嫂产业发展特点49

3.2 主要国家地区月嫂产业发展分析50

3.2.1 欧洲50

3.2.2 亚洲51

3.2.3 美国51

3.3 2019-2025年世界月嫂产业竞争趋势及前景分析52

3.3.1 月嫂技术发展及趋势分析52

3.3.2 月嫂产业发展趋势分析52

3.3.3 月嫂产业竞争趋势分析53

第四章 中国月嫂市场发展现状综合分析54

4.1 中国月嫂市场产品销售情况分析54

4.1.1 经营现状分析54

4.1.2 主要经营区域分析54

4.2 行业容量分析及预测55

4.2.1 市场容量现状55

4.2.2 未来容量趋势预测57

4.3 需求分析及预测58

4.3.1 需求总量分析58

4.3.2 需求结构变化分析59

4.3.3 2019-2025年需求预测59

4.4 市场分析及预测59

4.4.1 供需平衡分析及预测59

4.4.2 价格变化分析及预测60

4.5 月嫂市场发展驱动因素分析61

4.5.1 产品优势61

4.5.2 政策扶持61

4.5.3 产业化的可能性62

4.6 月嫂生产集中度分析63

4.6.1 月嫂产品企业集中度分析63

4.6.2 月嫂产品生产地区集中度分析63

第五章 中国月嫂所属行业经营状况分析65

5.1 所属行业经营效益分析65

5.2 所属行业盈利能力分析65

5.3 所属行业营运能力分析66

5.4 所属行业偿债能力分析66

第六章 中国月嫂行业分区域竞争格局分析67

6.1 北京月嫂行业竞争分析67

6.1.1 行业总体现状67

6.1.2 企业性质格局67

6.1.3 企业规模格局68

6.1.4 产业集中度情况69

6.2 上海月嫂行业竞争分析69

6.2.1 行业总体现状69

6.2.2 企业性质格局70

6.2.3 企业规模格局70

6.2.4 产业集中度情况71

6.3 江苏省月嫂行业竞争分析72

6.3.1 行业总体现状72

6.3.2 企业性质格局73

6.3.3 企业规模格局73

6.3.4 产业集中度情况74

6.4 浙江省月嫂行业竞争分析75

6.4.1 行业总体现状75

6.4.2 企业性质格局76

6.4.3 企业规模格局77

6.4.4 产业集中度情况77

6.5 广东月嫂行业竞争分析79

6.5.1 行业总体现状79

6.5.2 企业性质格局81

6.5.3 企业规模格局81

6.5.4 产业集中度情况82

第七章 中国月嫂市场品牌构成85

7.1 中国月嫂市场主要品牌分析85

7.1.1 国外主要企业品牌分析85

7.1.1.1 品牌数量及所占份额85

7.1.1.2 主要品牌在华发展历程及经验分析85

7.1.2 国内主要品牌分析85

7.2.1.1 品牌数量及所占份额85

7.2.2.2 主要品牌在华发展历程及经验分析86

第八章 月嫂行业市场竞争格局分析89

8.1 月嫂行业企业竞争整体状况89

8.2 月嫂行业企业竞争特点分析89

8.3 企业构成及区域分布分析90

8.3.1 企业数量规模90

8.3.2 企业区域分布构成分析90

8.4 月嫂行业市场集中度分析91

8.5 月嫂行业企业兼并重组情况分析92

第九章 月嫂行业竞争结构分析93

9.1 国际市场竞争格局93

9.2 中国市场竞争结构94

9.2.1 行业内现有企业的竞争94

9.2.2 新进入者的威胁94

9.2.3 替代品的威胁95

9.2.4 供应商的讨价还价能力95

9.2.5 购买者的讨价还价能力96

第十章 月嫂企业产品调查96

10.1 行业重点企业产品市场占有率96

10.2 行业重点企业产品核心竞争力97

10.3 企业产品策略分析98

10.3.1 新产品开发策略98

10.3.2 产品组合优化策略99

10.3.3 产品品牌策略100

10.3.4 产品包装策略101

第十一章 月嫂企业技术研发调查103

11.1 行业重点企业企业技术研发组织架构103

11.2 行业重点企业新产品开发周期与人员投入103

11.3 行业重点企业研发投入和主要成果104

11.4 2019-2025年行业重点企业研发计划105

第十二章 月嫂企业生产状况调查107

12.1 行业重点企业生产能力调查107

12.1.1 设施配置及基本规模107

12.1.2 企业生产人员管理模式107

12.1.3 企业产品质量体系108

12.2 行业重点企业生产成本调查108

12.3 行业重点企业生产技术评价108

12.4 行业重点企业投资项目与技术改造109

12.5 2019-2025年行业重点企业生产规划110

第十三章 月嫂企业营销调查111

13.1 行业重点企业产品营销模式调查111

13.1.1 直销式111

13.1.2 区域总经销商式115

13.1.3 区域多家经销商式116

13.2 行业重点企业产品销售渠道调查118

13.2.1 企业产品销售渠道架构及规模118

13.2.2 各营销渠道销售份额对比119

13.2.3 营销渠道建设规划120

13.3 行业重点企业下游典型客户调查121

13.3.1 客户分类特点121

13.3.2 客户分类规模122

13.3.3 客户需求特点123

13.4 行业重点企业产品销售价格调查124

第十四章 月嫂企业综合评价126

14.1 企业综合竞争力评价126

14.2 企业价值评估126

14.3 企业存在问题分析127

14.4 与企业相关的投资机会128

14.4.1 合作交流机会128

14.4.2 并购机会128

14.5 行业企业排名129

第十五章 国内月嫂业标杆企业竞争力分析130

15.1 标杆企业整体对比分析131

15.1.1 主营业务对比分析132

15.1.2 经营状况对比分析134

15.1.3 竞争优势对比分析136

15.1.4 发展前景对比分析137

15.2 莆田市巧阿姨家政服务有限公司138

15.2.1 企业发展简况分析139

15.2.2 企业经营情况分析140

15.2.3 企业经营优劣势分析142

15.3 武汉市武昌区阳光骄子家政服务144

15.3.1 企业发展简况分析145

15.3.2 企业经营情况分析146

15.3.3 企业经营优劣势分析148

15.4 沈阳百强家政有限公司149

15.4.1 企业发展简况分析150

15.4.2 企业经营情况分析151

15.4.3 企业经营优劣势分析152

15.5 合肥暖欣家政有限公司153

15.5.1 企业发展简况分析156

15.5.2 企业经营情况分析159

15.5.3 企业经营优劣势分析160

15.6 福州市台江区靓婴堂教育咨询有限公司161

15.6.1 企业发展简况分析164

15.6.2 企业经营情况分析169

15.6.3 企业经营优劣势分析175

第十六章 2019-2025年中国月嫂企业产销模式渠道竞争力提升对策177

16.1 月嫂行业企业经营发展分析及建议177

16.1.1 月嫂行业经营模式177

16.1.2 月嫂行业生产模式179

16.2 行业主要销售渠道与策略180

16.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题180

16.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略181

16.3 月嫂行业营销模式分析及建议182

16.3.1 月嫂行业营销模式182

16.3.2 月嫂行业营销策略183

16.4 中国月嫂市场销售品牌研究184

16.4.1 区域热卖品牌184

16.4.2 龙头企业动态184

16.5 中国月嫂市场标杆企业销售模式分析185

16.5.1 国外品牌企业185

16.5.2 国内龙头企业186

16.6 影响中国月嫂目标市场策略因素分析187

16.6.1 企业的资源特点187

16.6.2 产品及市场特点188

16.6.3 竞争者策略选择189

16.7 中国月嫂目标市场营销策略189

16.7.1 无差别性市场营销策略189

16.7.2 差别性市场营销策略190

16.7.3 集中性市场营销策略190

第十七章 2019-2025年中国月嫂行业企业营销策略建议191

17.1 月嫂产品生命周期策略191 (AK LT)

17.1.1 月嫂产品生命周期研究191

17.1.2 月嫂产品生命周期营销策略192

17.2 月嫂新产品定位策略193

17.2.1 月嫂新产品的界定193

17.2.2 月嫂新产品开发策略194

17.2.3 月嫂新产品定位策略194

17.3 月嫂产品价格策略研究	195
17.3.1 月嫂产品价格机制形成及特征	195
17.3.2 月嫂产品定价程序研究	196
17.3.3 月嫂产品定价策略	196
17.4 中国专家策略建议	197
17.4.1 月嫂产品策略应用要点及注意事项	197
17.4.2 月嫂产品策略建议	197

图表目录：

图表 1 2014年—2018年国内生产总值季度累计同比增长率（%）	31
图表 2 2014-2018年全国居民人均可支配收入	33
图表 3 2018年全国居民人均消费支出及构成	33
图表 4 2014年—2018年工业增加值月度同比增长率（%）	38
图表 5 2018年年末人口数及其构成	40
图表 6 2014-2018年全国居民人均可支配收入	42
图表 7 2018年全国居民人均消费支出及构成	42
图表 8 家政市场经营现状	54
图表 9 2014-2018年我国月嫂行业销售收入及增长情况	55
图表 10 2014-2018年我国月嫂行业销售收入及增长对比	55
更多图表见正文……	

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/440228.html>