

2018-2024年中国月嫂市场深度调查评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国月嫂市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/365505.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 3.32018-2024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

4.3.32018-2024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

第五章中国月嫂行业经营状况分析65 5.1行业经营效益分析65 5.2行业盈利能力分析65

5.3行业营运能力分析66 5.4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	11.42018-2024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	
12.52018-2024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2018-2024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2018-2024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 (AKLT)		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12014年—2018年国内生产总值季度累计同比增长率(%) 31		
图表22014-2018年全国居民人均可支配收入33		
图表32018年全国居民人均消费支出及构成33		
图表42014年—2018年工业增加值月度同比增长率(%) 38		
图表52018年年末人口数及其构成40	图表62014-2018年全国居民人均可支配收入42	

图表72018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92014-2018年我国月嫂行业销售收入及增长情况55

图表102014-2018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/365505.html>