

行業概覽

除另有說明外，載於本節的資料包括若干事實、統計數字及數據，取自我們委託編寫的弗若斯特沙利文報告及不同官方政府刊物和其他公開刊物。

董事認為，本節所載資料(包括所述有關未來期間的前瞻性資料)的來源乃屬恰當，且我們於摘錄和轉載有關資料時已合理審慎行事。董事並無理由認為有關資料在任何重要方面屬不實或具有誤導性，或遺漏任何事實導致有關資料在任何重要方面屬不實或具有誤導性。董事經合理審慎考慮後確認，就其所悉，市場資料自該委託報告日期起並無發生任何可能對本節所載資料造成限制、與之衝突或對其質量產生不利影響的不利變動。我們或任何[編纂](弗若斯特沙利文除外)並未獨立核證有關資料，且概不就其準確性、完整性或公正性發表任何聲明。有關資料及統計數據未必與其他來源所編撰或可獲得的其他資料及統計數據一致。因此，不應過分依賴有關資料。

家庭護理行業概覽

我們是在中國經營領先產後護理及修復業務的家庭護理品牌集團，提供一系列的優質服務及產品，以滿足注重生活方式的年輕一代對家庭護理日益增長的需求。我們的目標是成為亞洲領先的綜合家庭護理品牌集團，不斷發展品牌組合，具體做法是加強我們在現有業務板塊和運營市場的影響力，推出新產品以開拓養老護理服務等新板塊，以及在中國內地、香港、新加坡及美國的現有業務基礎上，將服務網絡擴展到有前景的市場。根據弗若斯特沙利文報告，我們為中國最大的產後護理及修復集團(以2023年超高端月子中心的收入計算)、中國增長最快的規模化產後護理及修復集團(以2021年至2023年收入增長率計算)以及中國內地首家拓展至中國內地以外地區的月子中心運營商。於2023年，以來自月子中心的收入計算，本集團於中國所有產後護理及修復集團中排名第二，佔市場份額約1.0%，而截至2024年6月30日止六個月，我們來自月子中心的收入已超越2023年排名第一的競爭對手。

定義及細分

家庭護理行業涵蓋了全面的健康服務及食品，旨在滿足男女老少家庭成員的需求。根據弗若斯特沙利文報告，家庭護理行業可分為以下主要行業板塊：

- **產後護理**：產後護理指近期分娩女性及其嬰兒的護理工作，主要包括健康監測，並提供相應的飲食護理、保健、分娩傷口護理等護理服務。市場參與者主要包括月子中心及月嫂。
- **產後修復**：產後修復服務幫助女性在產後的身心恢復，如骨盆康復、皮膚修復等幫助女性產後重獲健康和幸福的服務。
- **家庭兒童護理**：家庭兒童護理服務包括日常生活護理、早期教育和其他兒童護理相關服務。
- **保健食品**：保健食品行業圍繞支持整體健康的營養品、維生素和礦物質，針對荷爾蒙平衡、生殖健康、骨密度和整體活力。業內保健食品旨在補充膳食攝入

行業概覽

量，提供有助於調節身體的必需元素，滿足不同生命階段的個人營養需求，而非專注於治療特定的疾病或病症。

- **養老護理：**養老護理指專門為老年人提供日常護理、康復、心理支持等綜合服務。市場參與者主要包括養老院和其他養老服務提供者。

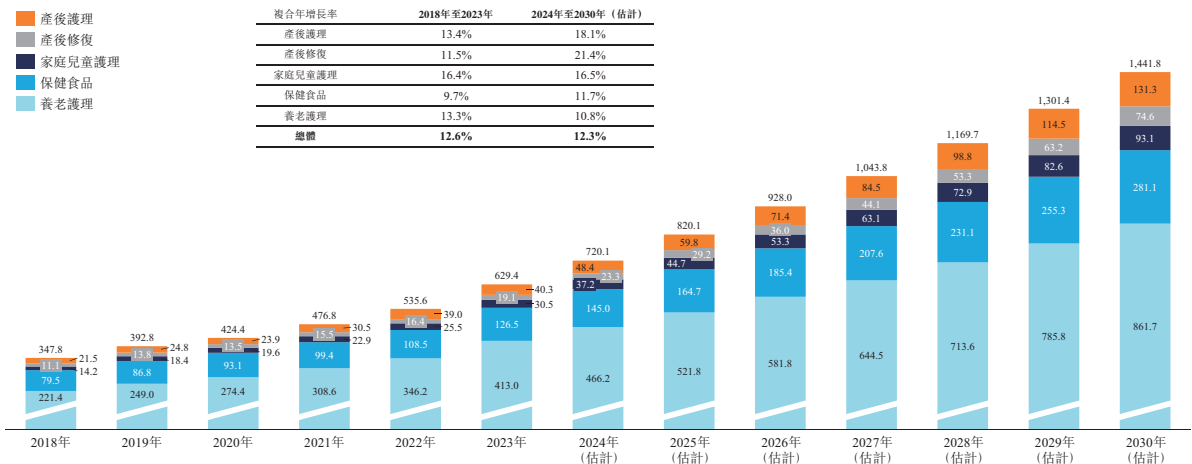
行業概覽

中國內地市場規模

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地家庭護理行業規模近年來持續增長，由2018年的人民幣3,478億元增長至2023年的人民幣6,294億元，複合年增長率為12.6%。預測顯示市場規模將出現持續上升趨勢，由2024年的人民幣7,201億元增至2030年的人民幣14,418億元，複合年增長率為12.3%。

下圖載列中國內地家庭護理行業市場規模的實際和預計增長：

家庭護理行業按收入計算的市場規模（按業務類型分析）
人民幣十億元，2018年至2030年（估計）



資料來源：國家統計局、國家衛生健康委員會、中國消費者協會、弗若斯特沙利文報告

客戶畫像

在中國內地，40歲以下人群是最大的育齡群體及家庭護理購買者。根據弗若斯特沙利文報告，年輕一代通常具有更現代化的生活方式和消費習慣，更注重優質家庭護理服務帶來的生活體驗提升。他們還普遍更加注重健康，傾向於接受利用創新技術的科學及專業的家庭護理方式。因此，他們對優質家庭護理服務普遍具有較高的接受度和需求。

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地資產在人民幣6百萬元以上的富裕家庭更有可能頻繁消費家庭護理服務。這一群體的特點是購買力較強，對產後護理和家庭育兒等家庭護理服務的需求較大。他們更偏好有實力、知名度高的家庭護理服務機構，相關機構配備的專業人員能夠提供高度專業化和定制化的服務。他們更願意為高端、專業和科學服務支付更高的價格。此外，他們對生活質量有更高的要求，希望有綜合方法滿足家庭的具體需求。

主要增長動力

根據弗若斯特沙利文報告，除富裕家庭的消費意識和消費意願在不斷提高外，預計以下因素將促進中國內地家庭護理行業的發展：

- **悅己消費產品和服務在女性中越來越受歡迎：**這一趨勢標誌著女性的消費模式正朝著個人成長和精神滿足方向發生重大轉變。如今，女性更加關注自己的內心需求，願意投資於能給自己帶來愉悅和滿足的產品和服務。隨著人們對健

行業概覽

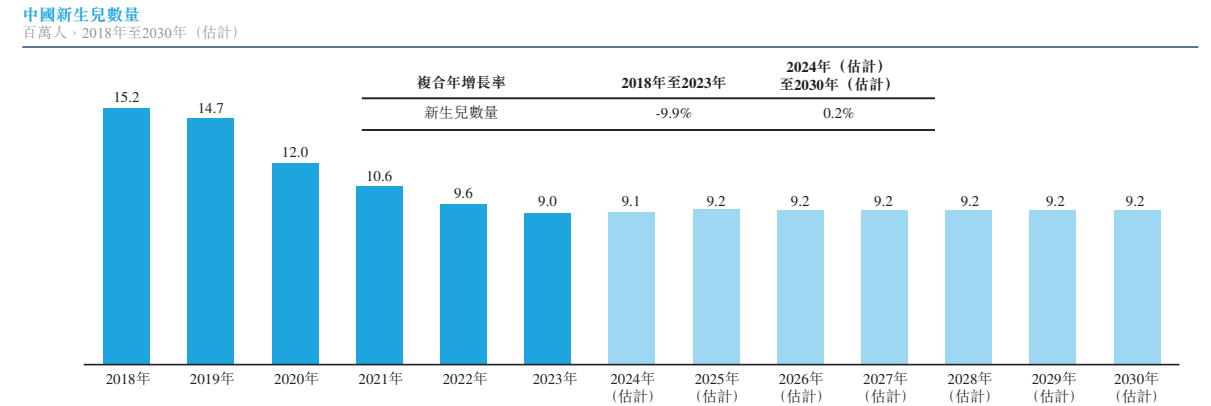
康和生活質量的認識不斷提高，女性開始將身心健康放在首位。她們願意在自己身上投入更多的時間和金錢，包括購買保健食品和使用專業保健服務。此外，由於她們要兼顧個人、職場人士、妻子、母親和女兒等不同角色，面臨著巨大

行業概覽

的壓力，需要情感支持。因此，女性更加重視悅己消費產品和服務的價值，也更願意聘請專業團隊來照顧自己或家人。

- **正在演變的家庭結構：**在中國內地，獨生子女政策已實施近三十年，近年來家庭人口結構已轉變為「4-2-1」（四個祖父母及外祖父母、兩個父母和一個孩子）家庭結構，撫養比上升。在中國內地，大多數家庭的父母雙方都從事全職工作。夫妻雙方需要撫養自己的孩子，同時照顧四位年邁父母。家庭結構的轉變將鼓勵更多的中國家庭尋求專業家庭護理服務供應商的額外支援。
- **生育年齡延後：**在中國內地，夫妻推遲組建家庭的現象越來越普遍。推遲原因多種多樣，如追求高等教育、職業發展及其他個人抱負。根據國家統計局發佈的《中國人口普查年鑒》，2010年到2020年，中國內地的平均初婚年齡由24.89歲提高至28.67歲。2010年，20至29歲人群的生育率最高。然而，到2020年，生育率最高的年齡段已轉移到25至34歲。生育年齡的推遲降低祖父母及外祖父母提供育兒支持的能力，導致對家庭兒童護理服務的需求不斷增長；後一年齡段的父母也更有能力承擔高質量的家庭護理服務。
- **為提高出生率而出台的有利政府政策(包括「三孩政策」)：**由於育齡婦女初婚延遲、生育成本上升以及住房負擔壓力，過往數年中國新生兒數量有所下降。於2011年實施二孩政策及2021年實施三孩政策後，新生兒數量和出生率出現短暫的上升。根據弗若斯特沙利文報告，隨著其他利好政策出台，包括於2021年頒佈的《中共中央國務院關於優化生育政策促進人口長期均衡發展的決定》(其目標是顯著降低生育、養育及教育相關成本)，預計自2024年起新生兒數量將趨於穩定。在中國內地出台一系列促進人口增長的政策後，二孩、三孩新生兒的生育率穩步上升，自2010年的10.42‰上升到2020年的16.06‰。中國內地三孩生育率也從2010年的2.18‰上升到2020年的4.15‰。相較一孩家庭，有兩個或三個孩子的父母通常需要更多的支持，因此對家庭護理服務的需求也更高。下圖載列中國內地新生兒的實際和預計數量：

行業概覽



根據弗若斯特沙利文報告，扶持及鼓勵生育的戰略政策措施和具體執行措施雙管齊下，預計中國的出生率將趨於穩定。

首先，中國政府已制定明確的戰略目標，即逐步完善生育支持政策體系，提高家庭生育意願。2021年《國務院關於優化生育政策促進人口長期均衡發展的決定》對此進行概述，預計到2025年建立全面的生育支持政策體系。隨著這些政策的實施，預計生育意願會有所提高。

在具體實施方面，中央和地方政府一直在積極出台和加強有利的生育政策。例如，2024年《中共中央關於進一步全面深化改革、推進中國式現代化的決定》旨在通過降低生育、養育和教育成本，完善生育休假制度，建立生育補貼制度，提高基本生育和兒童醫療公共服務水平，建設生育友好型社會。此外，2023年《關於提高個人所得稅有關專項附加扣除標準的通知》將3歲以下嬰幼兒照護、子女教育的個人所得稅專項附加扣除標準提高了一倍。

地方政府還推出各種補貼計劃，直接支持多孩家庭。例如，杭州市政府為生育二孩及三孩的家庭提供一次性補助，深圳市政府計劃提供差異化遞進式的育兒補貼，鄭州市政府已實施育兒補貼制度，為每個孩子一次性支付大額補助金，哈爾濱市政府對二孩或以上的家庭每月發放育兒補貼，直至子女滿3週歲。

這些全面且有針對性的措施有望通過減輕家庭經濟負擔和創造更有利的育兒環境，共同助力穩定中國的出生率。

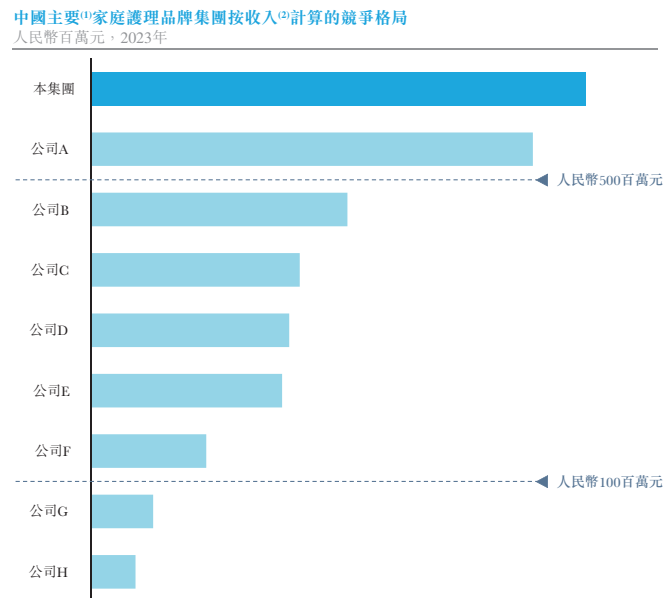
行業概覽

競爭格局

根據弗若斯特沙利文報告，中國的家庭護理行業相對分散，市場主要由一些中小型企業組成。大多數企業只在行業的某一板塊開展業務，只有少數領先集團擴展到多個業務領域。根據弗若斯特沙利文報告，在家庭護理行業的領先市場參與者中，本集團擁有最全面的業務矩陣，產後護理及修復業務在中國處於領先地位。「綜合家庭護理品牌集團」指在家庭護理行業中至少經營兩個業務板塊並自該等業務板塊產生收入的企業。根據弗若斯特沙利文報告，與可能只專注於單一板塊的同行相比，市場參與者能夠透過提供跨板塊的服務滿足更廣泛的家庭護理需求。透過提供更廣泛的服務及產品，綜合家庭護理服務供應商能夠提供全面的家庭護理服務，使客戶受益並滿足其不同需求。

行業概覽

下圖載列中國主要的綜合家庭護理品牌集團：



附註：

- (1) 主要選擇從事月子中心業務的領先家庭護理品牌集團；
- (2) 指2023年自家庭護理業務產生的收入。
- (3) 有關上述公司的概述，請參閱下文「產後護理及修復行業」。

中國內地以外的特定市場概覽

- 美國：根據弗若斯特沙利文報告，產後護理及修復服務的消費群體主要包括正在美國居住和分娩的中國家庭，但產後護理及修復服務在其他消費群體中也越來越受歡迎。在過去，美國的月子中心通常迎合海外中國家庭的需求。然而，隨著產後護理的重要性在美國逐漸受到重視，對這些服務的需求不斷增長。大量高端月子中心湧現，這些月子中心通常設在高端酒店，以輕資產模式運營，在為客戶提供豪華舒適的服務環境的同時，也實現了快速擴張。

根據弗若斯特沙利文報告，2023年美國產後護理及修復行業的市場規模已超過約40億美元，預計未來隨著美國產後護理意識的不斷提高，月子中心的消費群體將繼續增長，並進一步推動市場規模的持續擴張。

行業概覽

- **中國香港：**與中國內地類似，香港也保留了坐月子的傳統文化，因此香港消費者使用產後護理及修復服務也相對普遍。

近年來，與其他產後護理服務相比，月子中心提供的環境更佳且服務更加專業，吸引了更多的香港消費者，進一步推動了市場規模的擴大。根據弗若斯特沙利文報告，2023年香港產後護理及修復行業的市場規模已超過70百萬美元，預計未來將持續增長。

產後護理及修復行業

中國月子中心的發展

坐月子是中國自古以來的習俗，產婦分娩後會有一段坐月子和休養的時間。產婦以往主要在家中坐月子，部分產婦會聘請月嫂提供產後護理服務。坐月子至今仍是一種常態，月子中心和月嫂是目前兩種類型的產後護理服務供應商。

1999年中國台灣首家月子中心成立。在中國內地，雖然月嫂仍佔據大部分市場份額，但自21世紀開始，月子中心的數量逐漸增加，一些連鎖月子中心品牌開始擴張。近年來，一二線城市乃至更多低線城市的月子中心市場規模迅速擴大。月子中心的服務範圍更加多元化，服務更加專業化，頂級企業的市場地位日益凸顯。如今，許多月子中心已成為提供產後護理及修復服務的集中服務場所。

在這一背景下，考慮到截至2023年，我們擁有競爭者中最龐大的具有相關專業資質的護理專家團隊，且我們已經建立服務標準及編製母嬰護理標準操作規程(SOP)，這也有利於業務擴展，我們相信我們有能力在競爭中取得成功。

根據弗若斯特沙利文報告，截至2023年12月31日，中國約有6,000家月子中心。截至同日，中國從事月子中心、產後修復及月嫂業務的團體分別約有1,500個、2,500個及6,000個。

行業概覽

中國的月子中心有兩種經營模式，即重資產及輕資產模式。重資產經營者主要利用自有或租賃的場所，一開始便需要投入大量資金用於建造或全面翻新。相比之下，輕資產經營者主要利用差不多可立即入住的場所，只需投入少量資金用於升級及定製化。根據弗若斯特沙利文報告，主要從事月子中心及產後修復業務的產後護理及修復團體中超過70%採用輕資產模式。因此，採用輕資產模式符合中國產後護理及修復行業的行業規範。

月子中心及月嫂的比較

下表載列該兩種產後護理服務供應商的比較：

行業概覽

	月子中心	月嫂
專業性：	專業性較高：月子中心通常為客戶配備具有多樣化技能的專業從業者及更舒適寬敞的生活療養環境，因此能夠提供專業及標準化的服務。	專業性較低：月嫂通常更依賴於過往個人護理經驗的積累而缺少系統或科學的產婦護理知識及培訓。此外，月嫂通常提供上門服務，且缺少專業設備支持。
服務交付：	專業場所：月子中心的特點是服務與場所的混合提供，在住宅、酒店、醫院、商業樓宇、公寓等場所提供產後護理服務和其他相關服務。	家庭式服務：月嫂通常居住於僱主家中提供產後護理服務。
服務範圍：	多樣化的服務矩陣：月子中心通常為母親及嬰兒提供全方位服務，包括產後護理及修復服務。	簡化的服務：由於專業知識有限，月嫂通常只能提供基本產婦護理及日常生活服務，服務範圍有限且質量參差不齊。
服務時長：	人員配備充足以提供不間斷服務：月子中心通常配備多名護士、營養師、心理諮詢師、物理治療師、早教啟蒙老師及安保人員，並有多名僱員輪崗工作，確保母親及嬰兒的24小時不間斷健康監測及服務保障。	有限的服務時長：需要休息時間限制了月嫂提供24小時服務的能力。
服務費：	服務費及服務質量較高：由於服務矩陣更完善及多樣的一站式服務套餐，月子中心的每位客戶平均服務費通常更高。	消費價格較低：由於月嫂所提供的服務相對有限，每位客戶平均服務費通常低於月子中心。

月子中心和月嫂都在產後的關鍵時期為新手媽媽及新生兒提供產後護理及支持。他們的服務對象相同。雖然月子中心與月嫂之間存在一定程度的競爭，但由於專業性、專業知識、價格區間、服務定位、服務矩陣及服務時間的不同，月子中心團體與月嫂所針對的客戶群體也不盡相同。與月嫂相比，中高收入家庭普遍更加青睞月子中心，他們有意願且有能力購買價格較高的產後護理服務，追求科學的方式、多樣化的產品矩陣、人員配備充足的護理專家和始終如一的服務品質。月子中心及月嫂服務的目標客戶群體特點鮮明，限制了兩類服務供應商之間的競爭程度。

行業概覽

產後護理及修復行業的市場規模及滲透率

市場規模

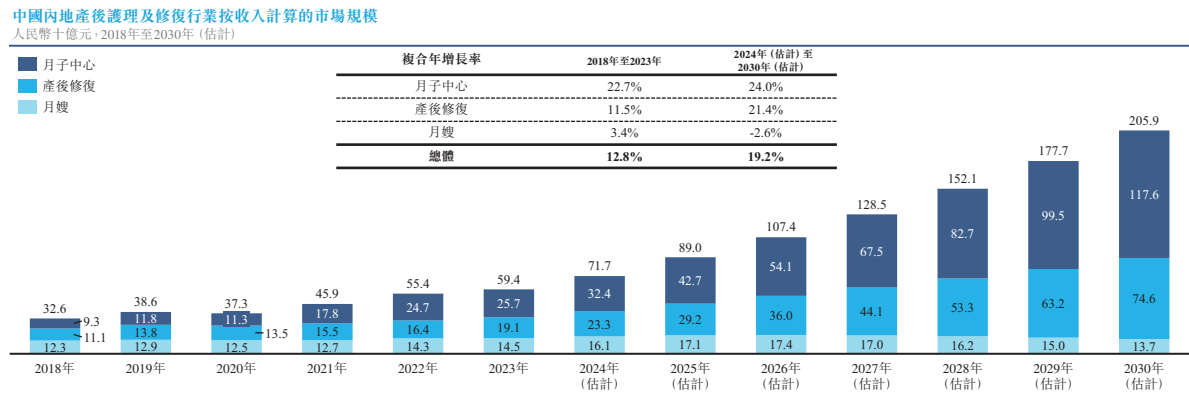
根據弗若斯特沙利文報告，2018年至2023年，隨著產後護理及修復的接受度提升以及連鎖產後護理機構的擴張，中國內地產後護理及修復行業持續擴張，市場規模由2018年的約人民幣326億元增至2023年的人民幣594億元，複合年增長率為12.8%。2020年，受COVID-19爆發影響，部分中小型月子中心暫停營運，產後護理行業的市場規模略有縮小，而該等參與者退出後，市場集中度略有上升。

就本行業的產後護理服務板塊而言，根據弗若斯特沙利文報告，中國內地的滲透率由2018年的6.9%大幅上升至2023年的16.2%，其中月子中心的滲透率由2018年的1.0%上升至2023年的5.5%；然而，上述滲透率遠低於其他成熟亞洲市場的滲透率。例如，根據弗若斯特沙利文報告，韓國及中國台灣的產後護理服務滲透率高達約60%。這表明中國內地擁有廣闊的發展空間。

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地產後修復服務的市場規模預期也將大幅增長，2024年至2030年的複合年增長率為21.4%。

行業概覽

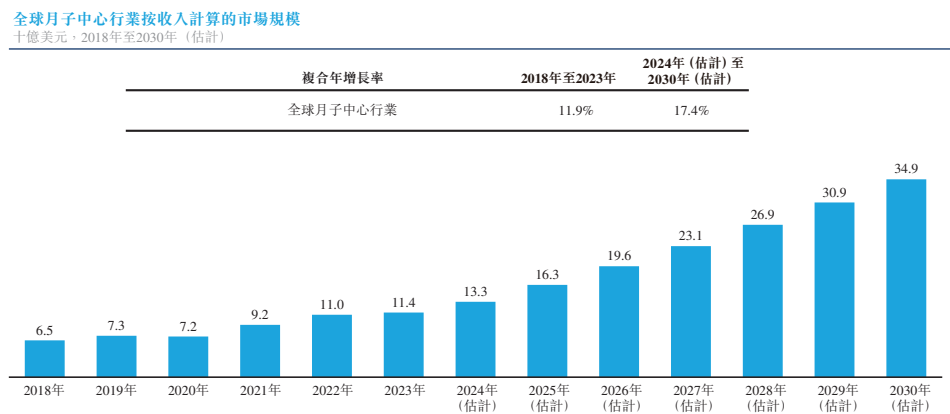
下圖載列按服務供應商劃分之中國內地產後護理及修復行業市場規模的實際和預計增長：



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，近年來，產後護理服務在越來越多的國家和地區得到普及，全球月子中心市場持續增長。例如，在美國，近年來出現了越來越多在高端酒店設立的高端月子中心，這與消費者對產後護理服務認識的不斷提高一致。此外，在東南亞一些經濟發達的國家，例如新加坡，更多的女性傾向於選擇月子中心而不是月嫂來幫助她們度過產後的關鍵階段，這促進了當地月子中心市場的快速發展。因此，全球月子中心市場穩步增長，2023年總市場規模達約114億美元。預計未來全球月子中心行業市場規模將持續增長，2024年至2030年的複合年增長率約為17.4%，於2030年達到349億美元。

下圖列示全球月子中心市場規模的實際及預測增長：



按品牌板塊劃分的中國內地月子中心行業市場規模

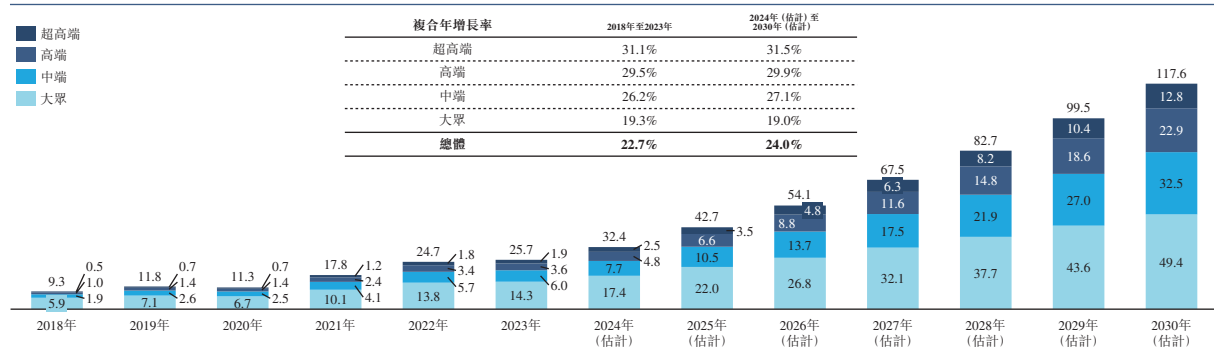
根據弗若斯特沙利文報告，2018年至2023年間，中國內地月子中心行業的市場規模發展迅速，複合年增長率為22.7%。特別是，高端市場板塊的增長率高於大眾市場板塊且預期繼續保持這種形勢。具體而言，超高端及高端板塊預計增速最快，2024年至2030年的市場規模預計分別按31.5%及29.9%的複合年增長率增長。

行業概覽

下圖載列按品牌板塊劃分之中國內地月子中心行業市場規模的實際和預計增長。

中國內地月子中心行業按收入計算的市場規模 (按品牌板塊分析)

人民幣十億元，2018年至2030年（估計）



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文報告

附註：超高端、高端、中端及大眾市場板塊分別指平均價格人民幣150,000元以上、人民幣100,000-150,000元、人民幣60,000-100,000元及人民幣60,000元以下的中心。

主要增長動力

根據弗若斯特沙利文報告，如今，越來越多的女性願意投入更多的金錢和精力來保持和改善自己的健康和體貌，這刺激了對產後護理及修復服務需求的增長。除傳統面部美容外，人們越來越重視形體美和健康。在此背景下，月子中心提供多樣化及專業化的服務，兼顧健康恢復和產後形體塑造，促進消費者越來越多地選擇月子中心服務而不是月嫂服務。此外，月嫂及其他家政服務人員的供應不足以滿足中國內地市場需求。月子中心的出現有效地填補這一市場需求缺口。

根據弗若斯特沙利文報告，近年來中國內地居民的可支配收入保持增長趨勢。具體而言，於2018年至2023年，資產淨值為人民幣6百萬元的富裕家庭、資產淨值為人民幣10百萬元的高淨值家庭、資產淨值為人民幣100百萬元的超高淨值家庭及資產淨值為30百萬美元的國際超高淨值家庭的數量總體呈上升趨勢。這些群體構成我們超高端及高端月子中心服務的主要目標人群。此外，根據國家統計局的資料，2023年中國高淨值人群消費價格總水平上升5.4%，超過較2023年上升0.2%的全國居民消費價格指數。這表明高淨值家庭繼續保持強勁的消費能力和熱情。

此外，一二線城市的消費者對服務的要求更專業化及多樣化，配備專業人才、科學及系統的護理及修復服務方式及先進設備的高端產後護理機構能夠滿足消費者對專業產後護理服務的潛在需求。此外，根據弗若斯特沙利文報告，在中國內地的高淨值人群中，資產更多的人更願意生育超過一孩。因此，根據弗若斯特沙利文報告，在消費者對優質服務需求變多的推動下，高端市場板塊預計將以高於整體月子中心行業的速度增長。

進入壁壘

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地產後護理及修復行業有以下進入壁壘：

行業概覽

- **專業的員工和周全的SOP系統：**業內領先的公司通常不僅有專業穩定的員工團隊，他們具備專業知識和技能提供專業的護理及修復服務，還擁有完善的培訓流程、完善的標準操作規程，能夠根據多年來積累的經驗提供標準化的優質服務；而此行業的新進入者需要花費大量資源來改進工作流程，並招聘或培訓專業人員。
- **品牌知名度和認知度：**由於機會成本高、價格昂貴、決策週期長，客戶打算選擇信譽良好的月子中心。許多顧客在選擇月子中心時，會依賴熟人和KOL的過

行業概覽

往經驗作出決策。口碑推薦對月子中心的經營者至關重要。新進入者很難在短時間內建立品牌知名度和積累聲譽。

- **行業知識、資源和經驗：**經驗豐富的月子中心經營者掌握大量行業知識，還能從與供應商和業務夥伴建立的關係中獲益。經驗豐富的月子中心一般還擁有較大的客戶數據庫，可以利用數據庫獲得對消費者的需求和偏好的寶貴見解，進而加深對消費者趨勢和需求的了解。
- **嚴格的政府監管：**從長遠來看，中國內地產後護理及修復行業的發展預期受益於政府監管的加強。2013年以來，中國政府陸續出台相關監管和規範政策，如母嬰保健服務場所通用要求和關於促進3歲以下嬰幼兒照護服務發展的指導意見，鼓勵行業健康發展。隨著行業統一建議標準的不斷完善，機構業務和相關從業人員的規範化程度不斷加強，市場准入壁壘有所提高。在此情況下，應對監管要求和市場監管有困難的機構可能會逐步淘汰；而資質齊全、運營規範的領先產後護理及修復企業市場份額有望提升。

未來趨勢

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地產後護理及修復行業有以下發展趨勢：

- **專業化品牌和人員：**為滿足消費者日益增長的需求，越來越多的月子中心開始建立自身的員工培訓體系，注重培訓和提高僱員的基本能力、專業技能和服務意識。建立有效的員工培訓體系是專業護理及修復服務的基礎，可提升市場聲譽及客戶認可度。因此，擁有更好及更多專業服務的市場參與者往往可以在消費者中形成更好的品牌認知度和聲譽，從而獲得更多收入和市場份額。
- **多樣化的服務：**隨著產後護理及修復行業的快速發展，市場參與者所能提供的增值服務有望成為影響消費者選擇月子中心的重要因素。因此，越來越多的月子中心運營商正日益注重提供更加多元化的服務矩陣，培育自身差異化的競爭優勢。
- **數字化：**隨著市場參與者繼續投資於技術創新和數字化，產後護理及修復行業的發展預計將以引入新技術為特色。例如，通過互聯網平台和智能管理系統的應用，市場參與者可以提高服務效率和質量，更準確、更高效地滿足客戶需求。
- **市場整合：**隨著中國內地產後護理及修復行業的不斷發展和日趨成熟，規模較大的市場參與者有望開始嶄露頭角，是由於規模較小的經營者無法從競爭對手的市場地位和與供應商及合作夥伴關係所帶來的規模經濟效益中獲益。此外，規模較大的市場參與者通常也更有能力遵守相關法律法規、積累品牌知名度並提供專業服務。

行業概覽

- 海外擴張：隨著全球女性意識的提升，產後護理及修復等應對女性健康問題的服務越來越受到重視，月子中心的業務模式有望在中國以外的海外市場更受歡迎。預期有不斷增長的機會供業內領先的市場參與者通過建立海外分支機構或收購當地參與者拓展海外市場。

競爭格局

下表載列按2023年超高端月子中心所產生收入計算的中國前五大產後護理及修復集團排名：

排名	公司	2023年收入 (附註1)	直營 超高端中心數量 (附註2)	覆蓋 城市數量 (附註3)
1	本集團	人民幣254百萬元	15	7
2	公司G	人民幣72百萬元	6	3
3	公司I	人民幣53百萬元	5	5
4	公司H	人民幣50百萬元	9	4
5	公司J	人民幣13百萬元	2	2

附註：

- (1) 收入來自超高端月子中心的產後護理及修復服務。
- (2) 截至2023年12月31日中國直營的超高端月子中心數量。
- (3) 指截至2023年12月31日中國直營的超高端月子中心覆蓋的城市數量。
- (4) 公司G為一家2020年成立的私營公司，專注於運營超高端、輕資產月子中心，僅在中國內地一線城市運營。
- (5) 公司I為一家2019年成立的私營公司，主要以獨棟別墅月子中心的形式提供產後護理服務。
- (6) 公司H為一家2022年成立的私營公司，主要從事提供智能母嬰護理解決方案及運營超高端月子中心。
- (7) 公司J為一家2020年成立的私營公司，主要以酒店式月子中心的形式運營超高端月子中心。

根據弗若斯特沙利文報告，按2023年月子中心產生的收入計，本集團是中國第二大的產後護理及修復集團，我們的收入於2024年上半年超過公司A。下表載列按2023年月子中心收入計算的中國前五大產後護理及修復集團排名：

排名	公司	2023年收入 (附註1)	按收入計算 的市場份額 (2023年)	收入複合年 增長率 (2021-2023年) (附註1)	直營中心數量 (附註2)	覆蓋城市數量 (附註3)
1	公司A	人民幣482百萬元	1.1%	-5.8%	16	8
2	本集團	人民幣450百萬元	1.0%	41.0%	40	16
3	公司B	人民幣288百萬元	0.6%	19.7%	17	3
4	公司D	人民幣224百萬元	0.5%	8.7%	7	4
5	公司E	人民幣216百萬元	0.5%	6.7%	4	2

行業概覽

附註：

- (1) 收入來自產後護理及修復服務。
- (2) 截至2023年12月31日中國直營月子中心數量。

行業概覽

- (3) 指截至2023年12月31日中國直營月子中心覆蓋的城市數量。
- (4) 公司A為一家2007年成立的香港上市公司，主要經營高端月子中心，為消費者提供產後修復服務。
- (5) 公司B為一家2008年成立的私營公司，為消費者提供產後護理及修復服務，主要針對中國大眾市場。
- (6) 公司D為一家2008年成立的私營公司，主要以酒店式月子中心的形式提供產後護理及修復服務。
- (7) 公司E為一家2010年成立的私營公司，隸屬於一家民營醫院集團，主要以獨棟別墅月子中心的形式提供產後護理服務。

下表載列按2021年至2023年產後護理及修復服務所產生收入的增長率計算的中國前五大規模化產後護理及修復集團(即規模化經營年收入超過人民幣100百萬元之月子中心業務板塊的集團)排名：

排名	公司	收入複合年增長率 (2021-2023年) (附註1)
1	本集團	41.0%
2	公司B	19.7%
3	公司C	16.3%
4	公司D	8.7%
5	公司E	6.7%

附註：

- (1) 收入來自產後護理及修復服務。
- (2) 公司C為一家2016年成立的私營公司，以醫院附屬月子中心的形式為消費者提供產後護理及修復服務。

家庭兒童護理行業

中國內地市場規模及滲透率

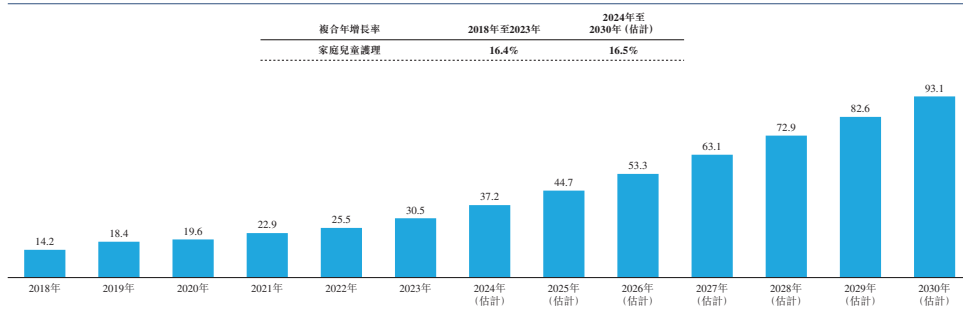
根據弗若斯特沙利文報告，中國內地家庭兒童護理市場實現大幅增長，由2018年的人民幣142億元增至2023年的人民幣305億元，複合年增長率為16.4%。在2024年至2030年估計複合年增長率為16.5%的推動下，預計市場將繼續保持增長勢頭並於2030年攀升至人民幣931億元。目前的市場滲透率仍然較低，約為1.2%，表明市場潛力巨大。

根據弗若斯特沙利文報告，目前，中國內地的家庭兒童護理行業呈現出高度分散的特點，具有鮮明的區域特色。然而，隨著人們越來越重視基於專業培訓和工作流程的更高品質服務，預計這將支持具有主導市場地位和規模的頂級市場參與者的出現。

下圖載列中國內地家庭兒童護理行業市場規模的實際和預計增長：

行業概覽

中國內地家庭兒童護理行業按收入計算的市場規模
人民幣十億元(2018年至2030年(估計))



資料來源：弗若斯特沙利文報告

主要增長動力及未來趨勢

根據弗若斯特沙利文報告，下列因素預計推動中國內地家庭兒童護理行業的增長：

- **憑藉專業服務促進女性悦己消費：**專業兒童護理服務的興起使女性能夠將部分養育子女的責任委託給專業人士，從而騰出時間和精力進行悦己和自我發展。在專業兒童護理服務的支持下，女性可以優先考慮個人發展、追求興趣愛好、提高職業技能，或者只是享受一個人的寧靜時光。這些機會不僅提高了女性的生活質量，還有助於她們的整體福祉和幸福。隨著女性體驗到專業的家庭護理，並有機會認識到自我需求，她們的心態會發生轉變，從而鼓勵她們接受家庭護理提供者提供的更多專業幫助。她們會更願意在這些服務和產品上投資，並將這些支出視為自我完善和悦己過程中必要的組成部分。
- **對科學和專業化方法的認可度不斷提高：**聯合國兒童基金會表示，兒童早期發展(ECD)包括兒童的全面成長，0至3歲被視為體格、認知、情感、社會及語言綜合發展的重要「機會窗口期」。根據弗若斯特沙利文報告，上述情況導致對專業家庭兒童護理供應商的需求不斷增加，供應商在提供專業護理及促進兒童智力成長方面發揮著重要作用。隨著消費者需求的增加，新穎的兒童護理方法不斷湧現。當今兒童護理專家預期應具備的技能包括嬰幼兒成長、熟練掌握基本醫療知識及具備提供科學餵養及日常護理的能力。科學育兒方法的日益普及正推動服務水平的專業化及高級化。

消費者意識轉變也進一步推動該行業的標準化及發展。例如，消費者日益重視家庭兒童護理專業人員參加系統全面的培訓計劃以及確保服務提供者具備提供高質量護理所必需的技能、專業知識及最新知識的認證程序。行業也正朝著建立標準化服務流程的方向發展。這涉及制定清晰系統的工作流程，概述家庭兒童護理(包括健康、營養、安全及早教)各方面的程序。

- **政策支持及制定國家標準：**政府對擴大家庭服務的高度重視和支持體現在一系列政策中。中國人力資源和社會保障部已採取措施規範及加強兒童護理行業。出台「保育師國家職業技能標準」，旨在為保育師職業成長提供指導框架，並對

行業概覽

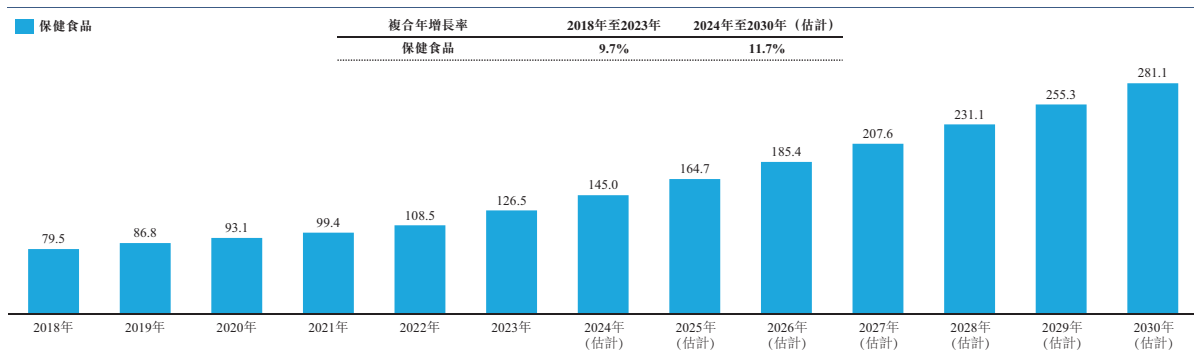
該職業的責任、必要技能及培訓標準提出要求。這些政策驅動因素為家庭兒童護理行業提供了強力支持，促進行業快速發展，服務質量不斷提高及市場規模不斷擴大。同時，制定國家標準有望提高消費者對兒童護理專業人員服務質量的期望。

保健食品行業

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地的保健食品行業市場規模由2018年的人民幣795億元增至2023年的人民幣1,265億元，複合年增長率為9.7%。預期有關市場規模將於2030年增至人民幣2,811億元，2024年至2030年的複合年增長率為11.7%。根據弗若斯特沙利文報告，保健食品行業的持續發展主要受現代人日益注重採取更健康的生活方式和接受悅己消費所推動。隨著健康和悅己意識的不斷增強，人們越來越意識到，優先考慮個人健康不僅僅是特定時期的短期需要，更是貫穿一生的長期投資。從青春期到更年期，在人生的各個階段，人們都會經歷不同的生理和心理變化，每種變化都需要特定的營養需求。

下圖載列中國內地保健食品行業市場規模的實際和預計增長：

中國保健食品行業按收入計算的市場規模
人民幣十億元，2018年至2030年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

養老護理行業

中國養老護理行業概覽

中國正在步入老齡化社會，老年人口(60歲以上)不斷增加，2023年達297百萬人，佔該年總人口約21.1%。因此，中國養老服務需求不斷增加，養老護理服務行業規模由2018年的人民幣2,214億元增至2023年的人民幣4,130億元，複合年增長率為13.3%，且預計2030年將達到人民幣8,617億元，複合年增長率為10.8%。

根據弗若斯特沙利文報告，雖然中國有自理、介助及介護級標準，但該等標準在養老護理機構的實際運營中鮮少用到。根據弗若斯特沙利文報告，中國養老護理行業普遍缺乏成熟、經驗豐富的養老護理服務運營團隊。根據弗若斯特沙利文報告，在此背景下，我們是中國首家也是唯一一家與日本當地養老護理服務領導者簽署諒解備忘錄的參與者。

行業概覽

主要增長動力及未來趨勢

根據弗若斯特沙利文報告，預計以下因素將促進中國養老護理行業的發展：

- **龐大且不斷增長的老年人口：**中國龐大且不斷增加的老年人口為養老護理行業提供了龐大的用戶基礎。2022年，中國的老年撫養比為21.8%，預計這一比率還將繼續上升，這意味著每單位勞動適齡人口平均需要贍養的老人數量在增加。同時，空巢老人問題（即老人與家庭成員分開獨自生活）隨著大量中青年人口為學習及工作背井離鄉而變得突出。據民政部統計，2022年，空巢老人佔中國老年人口的50%以上，在一些城市和農村地區，空巢老人的比例甚至超過70%。這一現象日益突出，將鼓勵更多家庭選擇可提供安全環境和專業護理服務的養老服務供應商，從而推動中國養老護理服務市場的發展。
- **有利的政策支持：**近年來，中國政府出台多項利好政策支持養老護理服務行業發展。例如，頒佈政策提出要全面開放及發展養老護理服務市場，支持民間力量興辦養老護理服務機構，鼓勵發展智慧養老護理。此外，還有多項政策鼓勵運用公私合作模式(PPP)並為企業提供土地、稅費等方面的優惠，鼓勵社會資本進入養老護理服務行業，促進行業參與者增加及規模擴大。

資料來源

我們就[編纂]委聘弗若斯特沙利文進行詳盡分析，並編製有關中國家庭護理行業的行業報告。弗若斯特沙利文為一家於1961年成立且總部設於美國的全球獨立市場研究及諮詢公司。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準以及各行業的戰略及市場規劃。

我們將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本文件，原因是我們認為有關資料有助於潛在投資者了解家庭護理行業。弗若斯特沙利文進行一手及二手研究，取得有關目標研究市場行業趨勢的知識、統計數據、信息及行業見解。一手研究涉及訪問領先的市場參與者、供應商、客戶及知名第三方行業協會等業內人士。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自有研究數據庫的數據。

我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付人民幣800,000元的費用。支付有關款項並不取決於我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的內容。除弗若斯特沙利文報告外，我們並未就[編纂]委託編製任何其他行業報告。我們採取合理審慎措施後確認，自弗若斯特沙利文所編製的報告日期起，市場資料概無出現會使本節所載資料存有保留意見、與本節所載資料相抵觸或於任何重大方面對本節所載資料造成影響的不利變動。