

医疗行业： 月子中心研究——政策利好，居民收入增加，月子中心前景良好

行业走势图



医疗研究团队

李乐怡 分析师

赵玉玲 分析师

邮箱: cs@leadleo.com

相关热点报告

- 医疗服务系列深度研究报告——中国民营医院行业深度研究报告
- 生物医药系列行业概览——2020年中国 EGFR 抑制剂疗法行业概览
- 生物医药系列行业概览——2020年中国 CTLA-4 抑制剂疗法行业概览

报告摘要

月子中心是为需要产后照护的妈妈提供专业护理的地方。月子中心为新妈妈们提供居住的场所，并且提供专人服务照顾其饮食起居，为其提供日常检查、催乳按摩服务和婴儿照护等一系列的服务。近年来，月子中心服务体系朝着专业性、科学性、系统性发展，伴随居民消费水平的日益提高，月子中心已经被越来越多的生育家庭认可，在全国多个区域加速扩张。头豹预计未来五年，中国月子中心行业仍将保持约 16.9% 的年复合增长率持续高速增长，到 2023 年，市场规模有望达到 201.8 亿元人民币。

热点一：支付能力增强，母婴消费意识先进

居民提高生活质量的意识增强，市场成长空间大。2014 年至 2018 年居民人均生活用品及服务支出占人均消费总支出的比重从 6.14% 上涨至 6.16%，反映居民注重改善生活质量，消费升级换代，生活方式转变。伴随居民对生活品质追求的提高，产妇对月子中心的消费意愿增强，月子中心市场规模进一步扩大。

热点二：服务项目丰富，商业模式成熟

月子中心商业模式初步发展成熟，具备扩张能力。部分品牌月子中心服务项目体系成熟，形成稳定的盈利模式，目前具有直营和连锁加盟的商业模式，月子中心可通过分支机构扩张提高市场渗透率，月子中心市场范围有望从一线城市和部分二线城市向二、三线城市发展扩大。

热点三：线上与线下加速结合

移动互联网的发展为人类的生活带来了极大的便利，同样也为月子中心行业提升内部运营效率带来了契机，近年来月子中心线上运营模式逐步兴起。线上与线下结合的商业模式丰富了月子中心的推广渠道，未来月子会所 APP 的功能将伴随月子中心产业链覆盖程度实现多元化发展。

目录

1	方法论.....	5
1.1	研究方法.....	5
1.2	名词解释.....	6
2	中国月子中心行业市场综述.....	7
2.1	月子中心的定义.....	7
2.2	中国月子中心行业的发展历程.....	8
2.3	中国月子中心行业的市场规模.....	9
2.4	月子中心产业链分析.....	11
2.4.1	上游分析.....	12
2.4.2	下游分析.....	13
3	中国月子中心行业驱动因素分析.....	15
3.1	政策红利释放，推动行业有序、快速发展.....	15
3.2	支付能力增强，母婴消费意识先进.....	16
3.3	服务项目丰富，商业模式成熟.....	18
4	中国月子中心行业制约因素分析.....	20
4.1	缺乏监管.....	20
4.2	资金投入大.....	20
4.3	专业人才缺乏.....	21
5	中国月子中心行业发展趋势分析.....	22
5.1	线上与线下加速结合.....	22
5.2	多产业协同发展.....	23

5.3	业务趋向多元化发展	24
6	中国月子中心行业市场竞争格局	25
6.1	市场竞争现状	25
6.2	典型企业介绍	26
6.2.1	苏州喜之家母婴护理服务股份有限公司（喜之家）	26
6.2.2	上海喜喜母婴护理服务有限公司（喜喜母婴）	28

图表目录

图 2-1 中国月子中心分类	8
图 2-2 中国月子中心发展历程	9
图 2-3 中国月子中心行业市场规模，2014-2023 预测	10
图 2-4 中国月子中心行业产业链	11
图 3-1 中国月子中心行业相关政策	16
图 3-2 中国居民人均可支配收入、消费支出与生活用品及服务支出占总消费支出比重， 2014-2018	17
图 6-1 喜之家商业模式	27
图 6-2 喜喜母婴商业模式	29

1 方法论

1.1 研究方法

沙利文研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医疗服务行业，信息科技行业，新能源行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 3 月完成。

1.2 名词解释

- 月子中心：为需要产后照护的妈妈提供专业护理的地方。月子中心为新妈妈们提供居住的场所，并且提供专人服务照顾其饮食起居，为其提供日常检查、催乳按摩服务和婴儿照护等一系列的服务。
- 坐月子：孕妇产后用一个月或多月的时间进行综合调养和恢复的过程。
- 产妇：在分娩期或产褥期中的妇女。
- 直营：由公司总部直接投资经营，以一个品牌为主导，在各地投资设立分公司或子公司的经营管理模式。
- 加盟：连锁总公司与加盟店之间形成契约关系，即连锁总公司为加盟店提供独特的商业特权，并提供人员培训、管理、技术等方面的支持，加盟店向连锁总公司支付加盟费的模式。

头豹
LeadLeo

FROST & SULLIVAN
沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



2 中国月子中心行业市场综述

2.1 月子中心的定义

月子中心是为需要产后照护的妈妈提供专业护理的地方。月子中心为新妈妈们提供居住的场所，并且提供专人服务照顾其饮食起居，为其提供日常检查、催乳按摩服务和婴儿照护等一系列的服务。根据经营场所不同，月子中心可分为医院附属式、酒店式、独栋式和公寓式（见图 2-1）。

- 医院附属式月子中心是医院的附属机构，距离医院近，有利于消费者快速取得医疗保障；
- 酒店式月子中心租用酒店开展业务，偏向轻资产模式，有助于节约建设成本，主要覆盖低端和中端市场；
- 独栋式选择整栋建筑或别墅作为营业场所，偏向重资产模式，走高端品牌路线，私密性较好；
- 公寓式月子中心租用或重建公寓中的几层或房间作为营业场所，多数位于环境优美的街区中。

目前，月子中心以酒店式和独栋式为主。

根据商业模式不同，月子中心可分为加盟模式和直营模式。直营模式月子中心通常为医院附属式和独栋式，在经营、投资和管理方面由总公司掌控，统一管理分店，有利于保持良好的品牌形象。加盟模式月子中心通常为酒店式或公寓式，加盟商利用品牌商的品牌进行商业活动，品牌商收取加盟金后向加盟商提供总部的形象、品牌、培训和管理等支持，这种模式有利于品牌商快速积累资金，用较少的成本快速扩大公司规模，提高品牌影响力。

图 2-1 中国月子中心分类



来源：头豹研究院编辑整理

2.2 中国月子中心行业的发展历程

中国月子中心行业经历了初具萌芽、积极探索和快速发展三大时期（见图 2-2）。

➤ 初具萌芽（1999 年-2005 年）

月子中心开始在中国起步。1999 年，北京新妈妈月子中心成立，成为国内首家专业月子中心，同时也是第一家采用集中式护理模式的月子中心，宣告中国母婴迎来现代化的坐月子时代。

初步兴起的月子中心创始团队多为资深医护人员，配以简单的母婴护理服务，盈利模式单一。月子中心仅在一线城市布局，区域特征明显。这是由于月子中心在中国的认知度低，而在一线城市，消费群体经济收入水平高、消费意识较先进，对月子中心的需求较高。

➤ 积极探索（2006 年-2015）

月子中心市场开始发展，行业新进入者增多，第一批品牌月子中心诞生。2006 年，巍阁月来月好月子会所在北京成立，致力于为国内高端消费人群提供高品质的专业化、个性化月子服务，是具有代表性的酒店服务式月子中心。2007 年，爱帝宫现代母婴健康管理有限公司在深圳成立，成为月子中心行业中高端、独栋式月子中心的鼻祖，为产妇提供高私密性的居住环境。

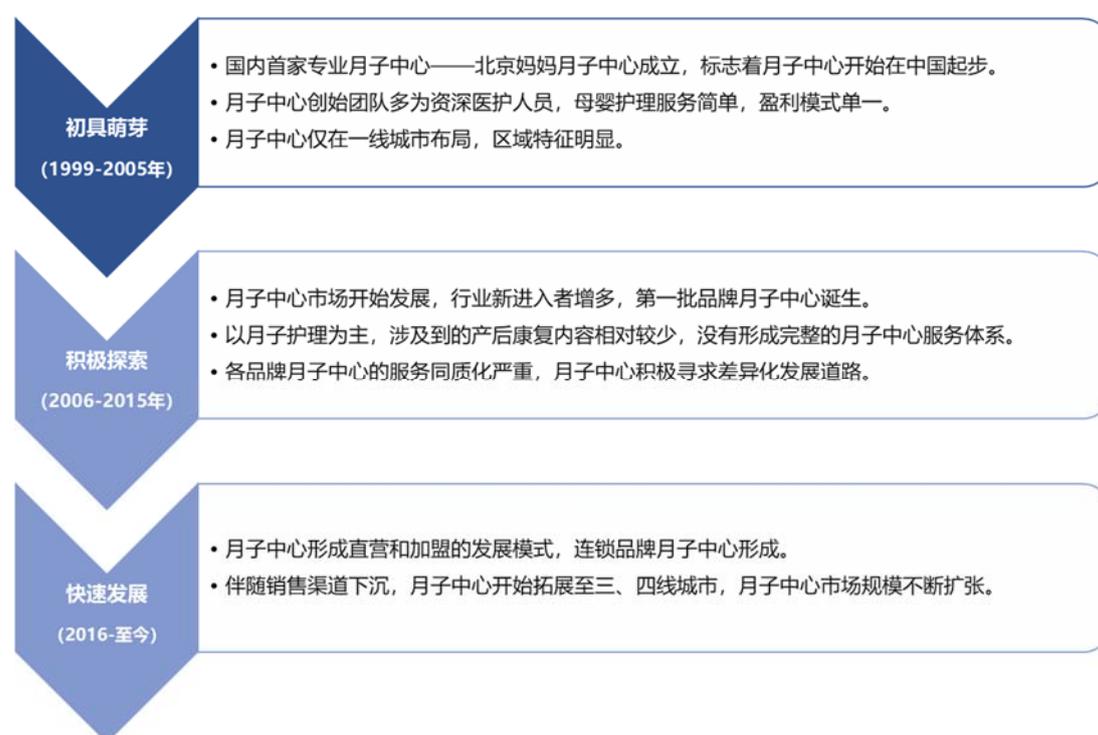
这一阶段以月子护理为主，涉及到的产后康复内容相对较少，没有形成完整的月子中心

服务体系，各品牌月子中心的服务同质化严重，月子中心积极寻求差异化发展道路。

➤ 快速发展（2016年-至今）

月子中心形成直营与加盟的发展模式，连锁品牌月子中心在该阶段形成。伴随销售渠道下沉，月子中心开始拓展至三、四线城市，市场规模不断扩张。2016年，成立于2007年的上海喜喜母婴护理服务有限公司宣布在新三板挂牌上市。作为直营连锁品牌，其自主研发了线上、线下相结合的O2O运营理念，通过网络开展新型零售经营模式。

图 2-2 中国月子中心发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国月子中心行业的市场规模

近年来，月子中心服务体系朝着专业性、科学性、系统性发展，伴随居民消费水平的日益提高，月子中心已经被越来越多的生育家庭认可，在全国多个区域加速扩张。据沙利文数据显示，2014年，中国月子中心行业市场规模为46.2亿元人民币。2014-2018年期间，中国月子中心行业以19.0%的年复合增长率高速增长，到2018年，中国月子中心市场规模

达到 92.5 亿元人民币（见图 2-3）。据《中国保健服务产业发展蓝皮书》数据，北上广深等一线城市住月子中心的产妇比例在 5%-8%之间，大陆其他地区产妇选择月子中心的不足 3%，远低于台湾地区 63%的渗透率，彰显中国大陆月子中心市场仍具有巨大的成长空间。

沙利文预计未来五年，中国月子中心行业仍将保持约 16.9%的年复合增长率持续高速增长，到 2023 年，市场规模有望达到 201.8 亿元人民币。市场规模持续快速增长，受到以下三个因素影响：

- (1) 国家中央政府、地方政府先后出台了多个政策鼓励和引导月子中心的发展，如对母婴康复保健机构的组织架构、服务体系和运营内容进行了详细的界定、完善月子中心的设立标准和规范、加强月子中心监管等，有助于引导月子中心行业健康、快速发展，从而推动月子中心市场增长。
- (2) 经济快速发展，国民可支配收入提高，消费意识转变，居民追求更高品质的生活。而生活消费意识前卫的 80 后和 90 后产妇成为母婴消费的中坚力量，为月子中心需求增加提供更多可能性。
- (3) 月子中心服务项目专业、丰富，能有效补充月嫂护理模式的不足，在一定程度上弥补母婴产后护理市场的空缺。同时，月子中心商业模式逐步发展成熟，布局呈现从区域向全国扩张的趋势，行业市场规模将进一步扩大。

图 2-3 中国月子中心行业市场规模，2014-2023 预测



来源：头豹研究院编辑整理

2.4 月子中心产业链分析

月子中心产业链上游资源供应商包括土地供应商，劳动力供应商，日用品供应商和设施供应商。产业链中游为月子中心，为消费者提供专业的月子服务，包括对产妇的调养和对婴儿的照护。产业链下游由母婴群体消费者构成，包括产妇和婴儿（见图 2-4）。

图 2-4 中国月子中心行业产业链



<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=5fbc6cbce8dbdc61c8914f0b>

来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

土地方面，月子中心的选址和建设装修较大程度影响了消费者满意度，场地租赁费用是资金投入的重要支出。部分月子中心采用轻资产模式，租用酒店开展业务，满足清洁和餐饮制作的需求，同时节省建设和装修成本。也有月子中心走高端路线，选择整栋建筑或别墅作为经营场所，为消费者提供隐私保护和舒适的生活环境。月子中心根据自身发展定位确定经营场所，以保障长久经营，实现盈利。

劳动力方面，月子中心服务的专业性和科学性要求其护理人员具备一定的执业资质、医疗背景和服务经验，其劳动力主要来源于医疗机构的护理医生及护士、医学院校的护理专业学生和家政中心的月嫂。为保障月子中心服务的标准水平，月子中心对招聘进来的人员通常会进行统一培训，包括护理的理论和实际操作。目前部分月子中心已形成较成熟的员工培训体系，具备对外输送专业护理人员的能力。

日用品方面，月子中心倾向于挑选材质舒适、安全卫生、质量过关和具有简单保护设计的日用品，采购的日用品包括睡衣、拖鞋、哺乳衣服、尿片、奶瓶等日用品等，品类丰富，采购量较大。月子中心通过与品牌供应商达成长期的合作伙伴关系，实现批量采购，能有效降低采购成本，并保障日用品供应的稳定性。

设备方面，月子中心的配套设备反映月子中心服务的专业度，整体上决定了品牌形象和用户体验。为了给客户营造舒适、安全和便捷的环境，月子中心里设有育婴室、孕妇护理室、哺乳室等多种功能房，并配备先进的设备，如多功能升降病床、移动餐台、紫外线消毒设备和制氧机等。产后的母婴群体体质差，抵抗力弱，月子中心以医疗标准为前提，对设备的选购要求严格，如选用三甲医院级的医疗洁净板，材质便于消毒的床垫等。同时，智能化的服务设备也在月子中心采购的范围内，月子中心以此提高行业竞争力。

2.4.2 下游分析

“坐月子”是中国传统，产妇通常在预产期前几个月便开始筹备坐月子的事宜。坐月子涉及产妇的调养和婴儿的养护，需要多人参与。其中，家人照顾、月嫂服务和月子中心疗养是最主要的几种途径。产妇通常会综合考虑多种因素，包括坐月子期间的消费水平、生活质量、调养专业性和便捷程度等。

坐月子时间短，但其质量水平影响母婴群体的健康，因此产妇在考虑坐月子事宜倾向于采纳他人的建议，包括医院和妇幼保健院的医护人员、网络平台、母婴用品商家和身边的熟人等。

处于产业链中游的月子中心根据下游的消费群体的消费特点，在套餐定价、营销推广和服务方面形成差异化的发展战略，具体如下：

套餐定价方面，月子中心具有客单价高的特点，入住率极大程度影响盈利水平，长期保持高昂的价格让部分消费者对其敬而远之。为了较大程度覆盖母婴群体的需求，月子中心对产品进行差异化定价，设置不同价位的套餐，配以不同大小的房型、护理模式、产妇修复程度和月子餐食材品种等。下游的消费群体可根据自己的需求选择适合的套餐，消费意愿增强，有助于提高订单成交率。

营销推广方面，月子中心开发新客户的频率高，加之中国月子中心知晓度低，需加速提高市场认可度，因此中游月子中心普遍在营销推广方面投入较高的成本。目前推广模式以医务渠道和网络渠道为主。在医务渠道方面，月子中心与医院和妇幼保健院携手合作，通过医护人员为产妇灌输科学坐月子的观念和提供月子中心品牌，以此提高品牌知名度；在网络渠道方面，通过母婴平台和社交网站宣传品牌，有以往客户和网红 KOL 图文并茂的推荐文章加持，月子中心的知晓度随着曝光度快速提高。此外，老客户对月子中心的口碑宣传可信度较高，能迅速获得产妇的信赖，因此月子中心为老客户提供一些列的增值服务以留下更好的

印象，为“以老带新”的推广打下基础。

服务方面，中游的月子中心为下游的消费者提供产妇调养和婴儿照护等服务，在服务同质化、价格竞争激烈的背景下，各大月子中心采取服务内容差异化竞争战略，将服务范围扩大，创新服务内容，如提供产前培训、产后回家调养月嫂上门服务。

3 中国月子中心行业驱动因素分析

3.1 政策红利释放，推动行业有序、快速发展

中国政府发布一系列政策鼓励建设月子中心，并确立月子中心建设的标准和规范，以确保月子中心健康发展（见图 3-1）。

国家中央政府和相关行业协会对母婴护理机构的发展提出规范性要求，通过建立月子中心机构建设标准，引导月子中心健康发展，2013 年 9 月，国务院颁布《关于促进健康服务业发展的若干意见》，文件中指出要规范发展母婴照料服务。2015 年 7 月，国家标准委颁布《家政服务母婴生活护理服务质量规范》，对母婴生活护理服务的服务机构、人员、服务内容与要求、档案管理、服务质量评价等进行统一规定，有助于提高母婴生活护理服务质量。同年 11 月，妇幼保健协会颁布《产后母婴康复机构行业管理与服务指南》，突出强调了母婴权益，对母婴康复保健机构的组织架构、服务体系和运营内容进行了详细的界定，明确了产后母婴监测的频率，新增了乳房肿胀的评估标准和产后母婴康复机构医务室的建立标准，为产后母婴护理服务机构科学规划、规范经营、有序发展提供了重要技术依据。2017 年 5 月，国家质量监督检验检疫总局和国家标准委颁布《母婴保健服务场所通用要求》，基于国内母婴健康管理行业的特点，从安全、卫生、专业和舒适四大方面作出了要求，月子中心等母婴健康管理机构从此有了国家标准。

两会期间，全国人大代表、全国政协委员多次对月子中心监管提出建议，为相关法律法规建立提供借鉴。2018 年“两会”期间，全国人大代表李秉记提出《关于加强月子中心监管的建议》，具体内容包括明确统一的行业主管部门；规范行业服务管理标准；加强专业的医务人员指导；提高专业技术人员的技术水平和服务意识，完善相关服务保障机制和统一指导收费标准，明确服务项目、服务内容。2019 年“两会”期间，全国政协委员王晓萍建议

强力推进母婴护理行业标准规范的执行,具体内容包括尽快制定并推行具有强制力的政策标准,提高月子会所行业的准入门槛;设专门的主管部门,形成行业协会性质的管理机构;尊重、鼓励并支持专业医护人才进入母婴护理行业,优化行业就业环境等。“两会”代表提出的建议有助于推进月子中心监管措施具体落实。

多地地方政府积极响应国家鼓励月子中心发展的政策,提出一系列规划和规范意见,并积极落实。2016年6月,上海市人民政府颁布《上海市妇女儿童发展“十三五”规划》,提出健全家庭服务体系,研究制定月子会所行业规范,推进新兴业态健康发展。2018年,江西省人社厅和商务厅颁布《月子中心服务质量规范》,明确了月子中心应当具备的经营资质、开业条件、环境及设施设备要求基础性的统一要求,并对管理人员、专业服务人员、后勤人员的任职条件等提出了要求,为月子中心在服务质量方面提供了必要的标准技术保障,有利于保护消费者合法权益、加强行业规范化建设。2018年8月,广东省梅州市政府首次将月子中心纳入土地规划项目,在中国政府大力支持下,月子服务行业迎来发展契机。

图 3-1 中国月子中心行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于促进健康服务业发展的若干意见》	2013-09	国务院	文件中指出要规范发展母婴照料服务。
《家政服务母婴生活护理服务质量规范》	2015-07	国家标准委	对母婴生活护理服务的服务机构、人员、服务内容与要求、档案管理、服务质量评价等进行统一规定。
《产后母婴康复机构行业管理与服务指南》	2015-11	妇幼保健协会	突出强调了母婴权益,对母婴康复保健机构的组织架构、服务体系和运营内容进行了详细的界定;明确了产后母婴监测的频率、新生儿微量元素补充的流程管理;新增了乳房肿胀的评估标准和产后母婴康复机构医务室的建立标准。
《上海市妇女儿童发展“十三五”规划》	2016-06	上海市人民政府	提出健全家庭服务体系,研究制定月子会所行业规范,推进新兴业态健康发展。
《母婴保健服务场所通用要求》	2017-05	国家质量监督检验检疫总局、国家标准委	基于国内母婴健康管理行业的特点,《母婴保健服务场所通用要求》对母婴健康管理企业提供的服务,从安全、卫生、专业和舒适四大方面作出了要求。月子中心等母婴健康管理机构从此有了国家标准。
《月子中心服务质量规范》	2018-01	江西省人社厅和商务厅	明确了月子中心(包括月子会所、母婴会所等)应当具备的经营资质、开业条件、环境及设施设备要求基础性的统一要求,对管理人员、专业服务人员、后勤人员的任职条件等提出了要求。

来源:头豹研究院编辑整理

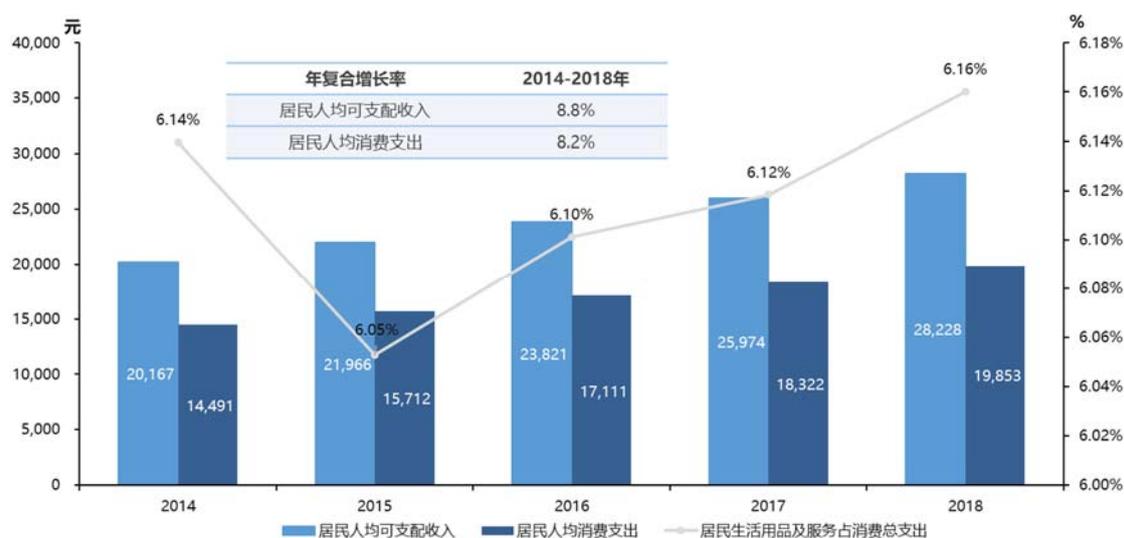
3.2 支付能力增强, 母婴消费意识先进

收入提高,月子中心的消费能力增强。据国家统计局数据,2014年-2018年中国居民

人均可支配收入从 20,167 元上涨至 28,228 元 (见图 3-2), 年复合增长率达到 8.8%。市面上的月子中心收费昂贵, 定价在 4 万至 36 万之间, 消费群体需要有较高的经济水平, 逐步增长的人均可支配收入为母婴群体接受月子中心服务提供了更坚实的物质基础。

提高生活质量的意识增强, 市场成长空间大。2014 年至 2018 年居民人均生活用品及服务支出占人均消费总支出的比重从 6.14% 上涨至 6.16%, 反映居民注重改善生活质量, 消费升级换代, 生活方式转变。月子中心提供丰富和科学的产后修复和婴儿照护的服务, 坐月子的环境优美, 符合产妇追求现代化的坐月子需求; 伴随居民对生活品质追求的提高, 产妇对月子中心的消费意愿增强, 月子中心市场规模进一步扩大。

图 3-2 中国居民人均可支配收入、消费支出与生活用品及服务支出占总消费支出比重, 2014-2018 年



来源: 国家统计局, 头豹研究院编辑整理

月子中心新生儿妈妈的年龄阶段主要为 20-40 岁, 是以 80 后和 90 后为主的母婴群体, 受教育程度较高。该群体产后调养和育儿观念与传统母婴群体 (60 后及其以前) 分歧较大, 其在产后保养护理、新生儿早教等方面的观念前卫, 对产后快速恢复身材以便重返工作岗位的需求较强, 因而对产后调养和婴儿照护的质量水平提出更高的要求。同时该群体具有较强的经济能力, 进行健康消费时, 产品安全和服务体验是其考虑的主要因素, 其愿意花较高的价钱接受更专业、更科学的月子服务。强劲的市场需求成为月子中心市场的最大外部驱动力

之一。

3.3 服务项目丰富，商业模式成熟

月子中心有效补充月嫂护理模式的不足。在服务项目方面，月嫂主要为母婴提供生活护理，月子中心除提供生活护理外，还具备提供彻底的身体检查、塑形美体、婴儿早期智力开发和健康教育等服务，服务项目更广泛、丰富，能满足母婴多元化的生活需求。在服务专业性方面，月子中心的护理通常由医生、护士或护士助理提供，具有医疗知识背景和临床经验，与单独雇佣月嫂相比，服务更加专业、可靠。近年来，家政服务公司的月嫂价格持续上涨，部分一二线城市月嫂雇佣费超过 1 万元，加之月嫂素质参差不齐，从业人员技能低、服务差的现象屡见不鲜。月嫂高昂的雇佣价格与其服务品质难以匹配，削弱潜在消费人群对月嫂的需求，月子中心作为月嫂的替代品能有效弥补母婴产后护理市场的空缺。

人才培养体系初步发展，有效保障服务质量。月子中心的人才整体素质对服务质量有至关重要的影响作用，素质参差不齐的护理人员将对企业和行业的口碑造成损害。随着市场的逐步发展，为了提高服务水平，越来越多的月子中心开始建立自己的员工培训体系，注重培训并提升从业人员的基本素质、专业技能及服务意识。员工培训体系的建立，有效保障月子中心服务的专业性，有利于提升市场声誉，吸引更多母婴群体主动接受月子中心的服务。

商业模式初步发展成熟，具备扩张能力。部分品牌月子中心服务项目体系成熟，形成稳定的盈利模式，目前具有直营和连锁加盟的商业模式，月子中心可通过分支机构扩张提高市场渗透率，月子中心市场范围有望从一线城市和部分二线城市向二、三线城市发展扩大。

前哨 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听

王煜全

海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人



扫码报名

微信咨询: InnovationmapSM
电话咨询: 157-1284-6605

4 中国月子中心行业制约因素分析

4.1 缺乏监管

中国月子中心发展时间较短，缺乏明确的监管规范。虽然，近年来中国政府提出母婴保健场所相关的营运要求和管理规范，但是月子中心运营仍缺乏具体的法规、明确的监管主体和行业规范。

进入门槛较低。月子中心作为母婴保健的其中一类服务机构，在《国民经济行业分类》中没有专门的经营范围、行业类别表述及注释，因此月子中心只需在工商部门注册登记后即可营业，在卫生部门没有登记备案，对卫生资质、消防安全、从业者资格证书和餐饮服务许可证等亦没有要求，进入门槛极低，为月子中心的营运埋下安全隐患。近几年数起月子中心发生的事故，如母婴红眼病交叉感染、轮状病毒感染、月子餐质量问题等，与月子中心场所卫生不规范、从业人员的医护水平不足有密切联系。相关法规空白导致月子中心进入门槛低，造成服务质量参差不齐、安全事故频发的问题，无疑为月子中心行业带来不良声誉。

缺乏明确监管主体。工商部门、药品监督管理局和卫生部门均为与月子中心营运有关的部门，但是目前缺乏一个法律规定的职能部门直接监管月子中心。直接监管的缺失一方面，难以保障月子中心符合规范和正常运营，漫天要价、卫生差、护理不专业等问题乱象丛生，难以管制；另一方面，当月子中心服务出现问题，消费者投诉无门，在一定程度上为月子中心经营问题恶性循环推波助澜。月子中心行业处于监管的边缘地带，存在的诸多问题，在一定程度上限制了行业的健康发展。

4.2 资金投入大

月子中心的开设从初期项目选址及设计，中期的设备采购及人才招聘，到后期的市场推

产期间，各个阶段的运作皆需要大量资金支持。

月子中心属于重资产投资，需要投入大量的场地租赁和设备采购费用开设。目前的月子中心服务以预售制为主，具有客单价高的特点，入住率的高低直接影响月子中心的盈利水平，一旦客房空置，企业将面临着较大的运营压力，由此导致的资金不足危机将影响企业正常运营，甚至面临倒闭的困境。加之，月子中心的知晓率较低和服务收费昂贵，营销推广困难，营销成本居高不下，进一步影响月子中心盈利水平。若行业新进入者低估月子中心常规运作所需的资金，有可能会影响其在各个阶段的进展，从而渐被市场所淘汰。

目前，市面上仅有少数月子中心实现盈利，反映出月子中心资金投入大，回收周期长，运营管理之困难令潜在进入者举步不前，潜在投资者信心不足。缺乏新鲜血液的注入和外部资本的支持，月子中心行业发展愈加缓慢。

4.3 专业人才缺乏

全面放开二孩政策后，市场对月子中心的需求旺盛，短期内月子中心规模迅速扩张，新开月子中心数量剧增，人才紧缺成为行业现状。月子中心营运和管理亟待全面、高素质人才。月子中心对养护人员的对专业技能有要求高，需要产科医生、儿科医生、育婴师、营养师、中医等共同形成专业的护理队伍，为母婴群体提供质量水平高的产后护理服务为保障月子中心正常盈利水平和实现战略扩张，月子中心需要营销推广能力强、营运和战略规划经验丰富的高素质人才。

为吸纳人才，各大月子中心开出较高的待遇，与医疗机构共同竞争医护人员。但是，月子中心在中国认知度及渗透率较低，在福利制度、职业发展等方面较医疗机构弱势，专业的医护人员更倾向于选择医疗机构的工作岗位，对月子中心望而却步。加之，月子中心的医护人员不仅需具备专业的护理知识，还需有较强的服务精神，招聘适合的护理人员面临较大困

难。

中国大陆月子中心发展时间短，在推广、经营管理和战略扩张方面缺乏相关经验，商业模式成熟度与台湾、韩国和日本存在较大差距，引进高素质的管理人才意味着高额的成本。在盈利困难的现状下，月子中心引进人才的资金压力大，从而影响月子中心行业进一步发展。

5 中国月子中心行业发展趋势分析

5.1 线上与线下加速结合

移动互联网的发展为人类的生活带来了极大的便利，同样也为月子中心行业提升内部运营效率带来了契机，近年来月子中心线上营运模式逐步兴起。

伴随月子中心市场的升温，一部分月子中心推出专属配套的 App（移动应用程序），一方面消费者可通 App 了解月子中心提供的各类套餐，并在线上进行服务定制，包括房型、月子餐、特殊需求等，不仅有助于降低劳务成本，还有助于提升服务效率，优化客户体验；另一方面，月子中心通过网络平台为用户解答母婴相关的护理和生活问题，提供资讯，为月子中心线下服务和协同产业服务导流。如爱馨汇月子会所推出的爱馨汇月子会所 APP，详细展示了月子会所的门店分布、产品信息和套餐介绍等，成为消费者了解月子中心的重要窗口、App 内收集的用户信息有助于月子会所进行数据分析为其精准营销提供依据。喜喜月子推出的“有孕道 APP”，为消费者提供备孕、怀孕和产后咨询服务、母婴产品购买、月子会所和月嫂联系等服务，新型的推广方式有效为喜喜月子中心导流。

线上与线下结合的商业模式丰富了月子中心的推广渠道，未来月子会所 APP 的功能将伴随月子中心产业链覆盖程度实现多元化发展。

5.2 多产业协同发展

母婴产业链条不断被扩展，逐渐呈现多元化发展的局面，月子中心可通过与其他母婴平台、母婴店等合作以实现客户引流。同时，月子中心热潮兴起，蕴含母婴新商机，成为多个产业合作投资的重要对象，促进多产业协同发展。

月子中心积极与其他产业携手合作。伴随互联网发展，内容运营和社区运营等模式的母婴平台兴起，集聚了大部分的母婴群体流量，对月子会所的目标群体有着广泛且深入的影响。为提升市场竞争力，部分月子会所将触角伸向母婴平台，寻求服务改进的突破。如 2016 年敦南真爱月子会所与中国最大的互联网母婴矩阵妈妈网形成战略合作关系，一方面，妈妈网利用自身流量为敦南真爱月子会所导流和进行品牌背书，并向敦南真爱月子会所提供旗下孕育管家 APP 积累的母婴数据，为敦南真爱月子会所产品、流程和标准优化提供参考依据。另一方面，敦南真爱月子会所提供母婴产后调养服务成为妈妈网流量变现的重要手段，丰富了母婴平台的盈利模式。

多产业合作整合资源，共筑月子会所。伴随二胎潮涌，母婴行业迎来发展新机遇，月子会所需求高涨，成为多个产业投资的关注对象，部分来自不同行业的企业通过携手建立月子会所，实现协同发展。如 2016 年母婴平台巨头企业妈妈网携携手碧桂园凤凰城酒店共同经营梧桐树-阅湖月子会所，其中，碧桂园凤凰城酒店定位高端，拥有优质的环境资源和五星级服务水平，妈妈网依托互联网经营模式，拥有流量入口优势和母婴产品供应链资源。打造“互联网+地产+母婴服务”的创新生态模式，有助于碧桂园凤凰城酒店摆脱高端消费下降带来的经营瓶颈，有助于妈妈网实现流量变现，提高盈利水平。通过两者强强联合，最终实现共赢。

多产业合作的生态经济打破了月子会所传统的经营模式，为月子会所行业探索新的发展道路提供方向。

5.3 业务趋向多元化发展

月子中心的竞争差异反映在硬件资源和软件资源上，硬件资源包括整体环境、配套设施等，软件资源体现在提供服务的丰富度和专业度。目前，通过租赁酒店的楼面基本能满足月子中心经营过程中保洁、餐饮制作等需求，月子中心的商业模式以轻资产的酒店式为主，配套设施无太大差异，因此月子中心硬件资源的同质化问题难以解决。为避免陷入价格混战，通过创新以增值服务，实现业务多元化，以寻求差异性定位将成为月子中心企业发展的必然趋势。

在提供全面、专业的基础性服务外，部分月子中心通过推出差异化的服务，增强竞争优势，具体如下：①扩大服务范围，将业务扩展到产前的怀孕期间。如，广州澳月子中心为孕妇提供产检预约、孕期体质辨识、营养调理和胎教咨询服务；②创新服务模式及流程，为孕产妇提供上门的家庭月子中心服务。如喜喜母婴为在家坐月子的客户提供月嫂上门服务，向客户收取居间费，辅以孕产期其他配套服务，实现盈利；③延长服务链条，为广大人群提供终身健康管理服务。如宏悦妇产月子中心对会员提供终身的健康管理服务，进行定期回访及健康指导等服务。

通过实现业务差异化发展，月子中心行业将实现多元化转型升级，满足更多母婴群体的需求。

6 中国月子中心行业市场竞争格局

6.1 市场竞争现状

中国月子中心行业市场集中度分散，行业竞争激烈。伴随二胎政策开放，人均收入水平提高和消费意识转变，月子中心的消费需求在短期内快速上升，加之月子中心的准入门槛低，吸引了大量的资本纷纷涌入。虽然全国月子中心数量多，但品牌市场份额较小，主要因为月子行业具有强烈的区域性特征，省内一二线城市的知名月子中心虽在本地占有较高的市场份额以及享有良好的声誉，但是短期内缺乏足够资金在全国不同省市发展业务，形成大型连锁月子中心，如爱帝宫、巍阁、禧月荟、馨月汇和圣贝拉等众多品牌。

当前，中国月子中心行业有四家企业完成新三板挂牌上市，分别为喜之家、喜喜母婴、福座母婴和大美股份。喜之家是中国首个在新三板挂牌的月子中心，凭着优质的服务和专业的护理，成为全国五星级保健服务机构之一的月子中心。喜喜母婴是中国最早实现连锁发展模式的月子中心品牌，其商业模式包括高端月子会所服务、月嫂居间服务和宝宝护理服务，覆盖了较完整的母婴产业链。福座母婴是山东省领先的月子会所品牌，依托中国保健协会、中国营养学会妇幼营养分会、山东省妇幼保健院等科研机构和医院，已建立成熟的月子服务标准和管理体系。大美股份创建新生儿家庭的“三段无忧”健康管理体系，服务范围涵盖从备孕、孕期、产褥期、到产后全过程的十大领域，是中国首个牵头成立全国城市级“月子中心”行业协会的月子会所。上市的月子中心采取差异化发展战略，从而在行业中脱颖而出。

未来，在中国政府加强月子中心监管的背景下，部分月子中心由于不符合市场规范要求或服务同质化严重，缺乏竞争力而被市场淘汰，月子中心行业将面临洗牌。部分运营能力突出的月子中心行业将积极转型升级。

6.2 典型企业介绍

6.2.1 苏州喜之家母婴护理服务股份有限公司（喜之家）

➤ 公司概况

苏州喜之家母婴护理服务股份有限公司（喜之家），成立于 2011 年，总部位于苏州，是一家为产妇及新生儿提供产后护理、产后康复及育儿辅导的专业化母婴健康管理咨询服务机构。

喜之家自主创立 3H 的经营理念，逐渐形成了孕期指导、月子呵护、产后康复、住家月嫂一站式健康管理服务。在母婴产业链中，喜之家横向选择直营连锁经营，纵向选择“前期医院合作+中期服务精耕（中高档不同客户差异化分离服务）+育婴师上门服务+中期月子套餐外卖+后期增值服务”的商业模式。目前喜之家已在苏州、南京、杭州、无锡、扬州、南昌等十几个城市先后建立了专业月子中心，并在苏州相城区和高新区先后成立产后康复中心。

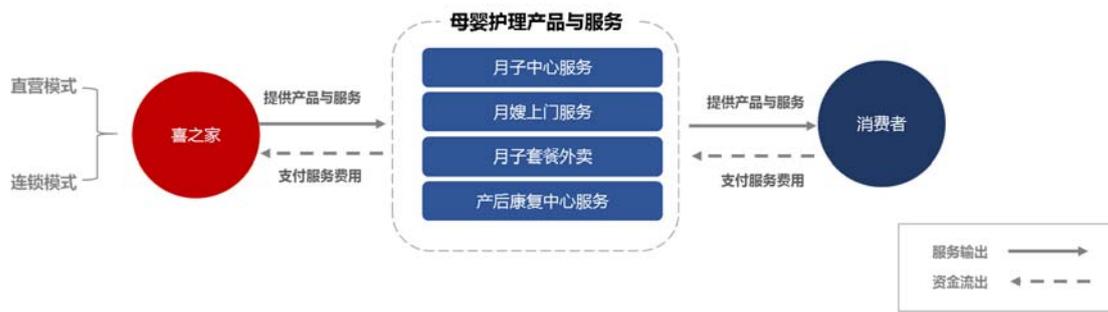
2015 年，喜之家正式挂牌“新三板”，证券代码为 832128。

➤ 商业模式

喜之家主要采取直营和连锁的商业模式，通过为消费者提供母婴护理产品与服务实现盈利（见图 6-1）。

月子中心服务包括专业护理、月子膳食和育儿早教等；产后康复中心服务包括制定产后康复计划，实行产业康复项目；月嫂上门服务主要包括育儿指导、科学喂养和新生儿训练等服务；月子套餐外卖则为住家坐月子的消费者提供月子餐产品。

图 6-1 喜之家商业模式



来源：头豹研究院编辑整理

➤ 竞争优势

① 品牌优势

喜之家是江苏省内第一家规模化运营的母婴健康服务机构,拥有月子会所和产后修复中心,自创产后妈妈康复体系,独特的康复护理手法、标准化的母婴护理康复流程,3H的核心理念支持喜之家为消费者提供专业化的护理康复服务,高品质的服务为喜之家在区域行业内树立领先的品牌声誉。

② 专业化团队优势

喜之家的管理人员具有多年的医科从业经验和相关的企业运营经验,医师具有多年临床工作经验,90%以上护理人员具有医科院校本科及其以上学历,多毕业于专业卫生院校的护理专业,并持有育婴师职业等级证书,为消费者提供专业和科学的护理服务提供支持。

③ 行业服务标准领先优势

喜之家是中华医学会妇产科学会产后康复协会副理事长单位和国家产后康复标准化委员会委员,参与起草国家标准 GB/T33855-2017 母婴保健服务场所通用要求,说明喜之家的产品与服务质量具备先进水平,在母婴服务行业的人员与设备投入及服务标准要求方面具有较强的竞争优势。

6.2.2 上海喜喜母婴护理服务有限公司（喜喜母婴）

➤ 公司概况

上海喜喜母婴护理服务有限公司（喜喜母婴）成立于 2007 年，总部位于上海是为产后女性及婴儿提供产褥期专业护理和系统健康管理服务的母婴生活护理服务机构。

喜喜母婴旗下有喜喜月子会所、扫 e 嫂和姿信妈妈等多个品牌，主营业务是母婴生活护理服务。目前，喜喜母婴已形成直营和加盟相结合的商业模式，成为中国最早实现连锁发展模式的月子中心品牌，现已在上海、北京、深圳等多个省市设有喜喜月子会所和妈妈产后服务中心。

2016 年，喜喜母婴正式挂牌“新三板”，证券代码为 836015。

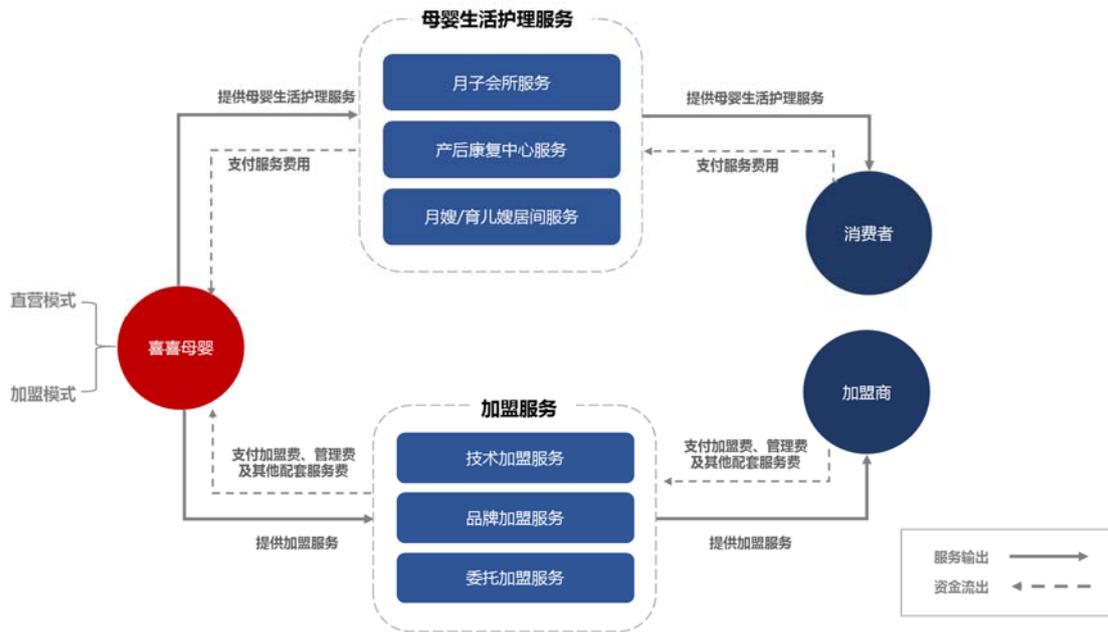
➤ 商业模式

喜喜母婴采取直营和加盟的商业模式，主要通过为母婴群体消费者提供母婴生活护理服务和为加盟商提供加盟服务实现盈利（见图 6-2）。

母婴生活护理活动主要包括月子会所服务提供的妈妈护理、新生儿护理和育婴指导；产后恢复中心提供的韩通乳房管理无痛开奶服务；为住家坐月子的消费者提供月嫂/育儿嫂居间服务。

加盟服务包括技术加盟、品牌加盟和委托加盟服务，即喜喜母婴给予加盟商信息、知识、技术等一整套经营系统及指导，或在技术加盟的基础上，喜喜母婴授予加盟商品牌名称使用权、ERP 系统、商标等一定区域内的垄断使用权，或由加盟商出资，喜喜母婴亲自运营，加盟商向喜喜母婴支付加盟费、管理费及其他配套服务费。通过加盟的方式，喜喜母婴形成品牌效应，加快市场扩张速度。

图 6-2 喜喜母婴商业模式



来源：头豹研究院编辑整理

➤ 竞争优势

① 品牌优势

喜喜母婴创建于上海，上海地区月子中心行业起源早、市场发展成熟、竞争激烈，加快喜喜母婴形成成熟的商业模式。于此，喜喜母婴以上海的品牌向全国复制，抢占战略高地，成为全国最早探索实施连锁经营模式并进行跨区域发展的月子中心品牌。目前，喜喜母婴在上海、深圳、北京多地都拥有直营月子中心和产后修复中心，服务客户累积超过 10000 名，形成了强大的口碑和品牌影响力。

② 团队优势

喜喜母婴管理层的董事、监事以及高级管理人员拥有多年母婴生活护理、健康服务产业从业经验或相关企业运营管理经验，统筹掌握公司运营管理，助力为公司稳定运营和战略扩张。同时喜喜母婴拥有一支具有专业资质的由母婴护理员、育婴师、催乳师、营养师等组成的高素质复合型产后护理服务团队，为产后女性、婴儿提供全方位、系统的产后护理服务，并形成成熟的员工培训体系，配合企业的业务扩展。

③ 产业链整合优势

喜喜母婴引进国内外各种先进的母婴生活护理服务技术,成功从韩国引进国际最先进的无痛开奶技术,以此延长产业链。目前喜喜母婴形成从备孕、孕期管理、坐月子解决方案、产后修复等完整产业链,占据了母婴服务产业较大的市场份额。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

郭先生：15121067239

李先生：18916233114