头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2025年中国孕产托育行业：从650亿到2,898亿的九年跃迁，托育服务CAGR 12.0%领跑，政策红利催生发展新机遇

2025 China’s Maternity and Childcare Industry
2025 中国マタニティケア産業

概览标签：政策红利，月子中心，托育机构

报告主要作者：林淑镱

2025/07

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01 父母育儿观念转型，基础照护正朝着高质量、专业化方向升级

- 自2016年后，中国出生人口数量持续下降，2023年达到历史低点。出生率与自然增长率持续走低，新生儿数量减少。人口老龄化、生育率下降等问题逐步导致行业整体需求总量面临结构性下行压力，传统型服务模式逐步失效。家长对科学育儿、早期启蒙、健康管理等内容的关注，将促使托育服务从基础照护向高质量、专业化、个性化方向升级。

02 孕产需求减少但趋高端化，政策推动普惠服务平衡需求

- 少子化与老龄化加剧，0-14岁人口比例持续下降，60+/65+老年人口显著上升，15-59岁劳动力规模收缩。少子化孕产需求减少但趋向高端化。人口老龄化导致隔代育儿支持减弱，双职工家庭被迫转向市场化托育服务，这类家庭对“全日托”与“应急托”的需求尤其激增，政策着力推动普惠托育服务以平衡需求。

03 中国孕产托育政策通过国家顶层设计与地方创新实践形成联动效应

- 中国孕产托育政策通过国家顶层设计与地方创新实践形成联动效应：国家层面以“二孩→三孩→普惠托育”政策递进释放生育潜力，地方层面则通过财政补贴、资源整合、社区嵌入与监管升级等构建“金字塔式”支撑体系，共同推动行业从成本降低、服务可及到质量规范的全链条优化，为人口长期均衡发展提供制度性红利。

消费驱动产业规模新增长，政策红利催生发展新机遇

从2020年至2029年，中国孕产托育行业市场规模呈现出持续增长的态势。2020-2024年每年稳步上升，到2029年预计市场规模达到2898.3亿元，显示出该行业具有较大的发展潜力和广阔的市场前景。托育服务市场规模在各年份均占据主导地位。2020年托育服务市场规模为613.4亿元，之后逐年增长，到2029年预计达到2,727.1亿元。这一显著增长表明随着社会发展，家庭对于托育服务的需求不断增加。孕产服务市场规模同样处于增长状态，但相较于托育服务，其规模相对较小。2020年孕产服务市场规模为37.4亿元，到2029年预计增长至171.2亿元。

©2025 LeadLeo

目录
CONTENTS

◆ 中国孕产托育行业综述 ---------- 7
- 定义与分类 ---------- 8
- 发展历程 ---------- 8
- 驱动因素 ---------- 9
- 市场规模 ---------- 11

◆ 中国孕产托育行业政策分析 ---------- 12
◆ 中国孕产托育行业产业链分析 ---------- 16
- 产业链图谱 ---------- 17
- 产业链分析 ---------- 18

◆ 中国孕产托育行业发展趋势分析 ---------- 27
◆ 中国孕产托育行业企业分析 ---------- 29
- 市场参与者 ---------- 30
- 绿城奇妙园 ---------- 32
- 优儿学堂 ---------- 33
- 圣贝拉 ---------- 34

◆ 方法论 ---------- 36
◆ 法律声明 ---------- 37

©2025 LeadLeo

目录
CONTENTS

- ◆ **Overview of China Maternity and Childcare Industry** ---------- 7
  - Definition and Classification ---------- 8
  - Industry History ---------- 8
  - Driving Force ---------- 9
  - Scale of Market ---------- 11
- ◆ **Analysis of China Maternity and Childcare Industry** ---------- 12
- ◆ **China Maternity and Childcare Industry Chain Analysis** ---------- 16
  - Industry Chain Mapping ---------- 17
  - Industry Chain Analysis ---------- 18
- ◆ **China Maternity and Childcare Industry Development Trend Analysis** ---------- 27
- ◆ **Analysis of Enterprises in China Maternity and Childcare Industry** ---------- 29
- ◆ **Methodology** ---------- 36
- ◆ **Legal Notices** ---------- 37

©2025 LeadLeo

图表目录
List of Figures and Tables

图表1：中国孕产托育行业定义及分类，2025年 ---------- 8
图表2：中国托育服务市场发展情况，2025年 ---------- 9
图表3：中国托育服务市场规模，2020-2030预测 ---------- 9
图表4：中国产后护理及修复市场发展情况，截至2024.12.31 ---------- 10
图表5：中国月子中心及月嫂两种产后护理服务供应商的比较，2024 ---------- 10
图表6：中国孕产托育行业市场规模，2020-2029年预测 ---------- 11
图表7：中国生育支持与托育支持政策情况，2016-2024年 ---------- 13
图表8：地方层面政策红利“金字塔模型”，2025年 ---------- 13
图表9：中国孕产托育行业相关政策，2019-2024年 ---------- 14
图表10：中国孕产托育行业相关政策分析，2023-2025 ---------- 15
图表11：中国孕产托育产业链图谱 ---------- 17
图表12：中国出生人口数量，1995-2024年 ---------- 18
图表13：中国人口出生率情况，2005-2024年 ---------- 18
图表14：人口年龄构成变化情况，1990-2024年 ---------- 19
图表15：中国年轻家长育儿目标的认知跃迁 ---------- 19
图表16：中国居民人均可支配收入变化，2005-2024年 ---------- 20
图表17：中国孕产行业服务机构类型，2025 ---------- 21
图表18：中国托育行业服务机构类型，2025 ---------- 22
图表19：中国月子中心行业消费者家庭经济水平与消费意愿的相关性分析，2024年 ---------- 23
图表20：中国月子中心消费关注点，2024年 ---------- 24
图表21：中国月子中心消费观念变化情况，2024年 ---------- 24
图表22：选择月子中心最看重的三个因素，2024年 ---------- 25
图表23：最希望月子中心有的服务内容，2024年 ---------- 25

©2025 LeadLeo

图表目录
List of Figures and Tables

图表24：最无法接受的月子中心负面反馈，2024年 ---------- 26
图表25：受访者了解月子中心的渠道，2024年 ---------- 26
图表26：中国孕产托育行业发展趋势 ---------- 27
图表27：中国月子中心品牌，2025年 ---------- 30
图表28：中国托育机构品牌，2025年 ---------- 31
图表29：绿城奇妙园企业分析 ---------- 32
图表30：优儿学堂 ---------- 33
图表31：圣贝拉 ---------- 34
图表32：禧月荟 ---------- 35

©2025 LeadLeo

第一章节：中国孕产托育行业综述

Industry Overview

行业综述

政策分析

产业链分析

发展趋势

企业分析

- 定义与分类
- 发展历程
- 驱动因素
- 市场规模

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业概述：定义及分类

孕产托育行业是指以产后母婴照护及0-3岁婴幼儿照护教育为核心的一体化服务体系，涵盖“产后照护—婴幼托育—早期教育”全链条服务。

中国孕产托育行业定义及分类，2025年

孕产托育服务行业

产后照护

- 月子中心服务
- 上门月嫂与母婴护理服务
- 产后健康管理

婴幼托育

- 全日托、半日托等模式的照护服务
- 健康管理与安全监测系统建设
- 亲子托育、家庭托育等多场景服务形式

早期教育

- 婴幼儿启蒙课程
- 早教中心与品牌连锁课程
- 家庭教育指导与数字内容平台

- **“双职工家庭”**逐渐成为主流，家庭育儿压力日益增加。
- 孕产托育行业成为社会关注的焦点，尤其是**产后护理修复、婴幼儿照护和早期教育**等服务需求日益突出。

- **孕产托育行业的发展受到人口抚养压力、居民可支配收入增加、初婚初育年龄上升以及政策侧对行业的规范和促进共同影响，目前仍存在较大增长空间。**

来源：中国政府网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业综述：托育市场发展情况

在政策与需求的双重驱动下，2020-2030年中国托育市场规模持续扩大，长期发展前景广阔，市场潜力正逐步释放。

中国托育服务市场发展情况，2025年

《关于加快推进普惠托育服务体系建设的意见》明确

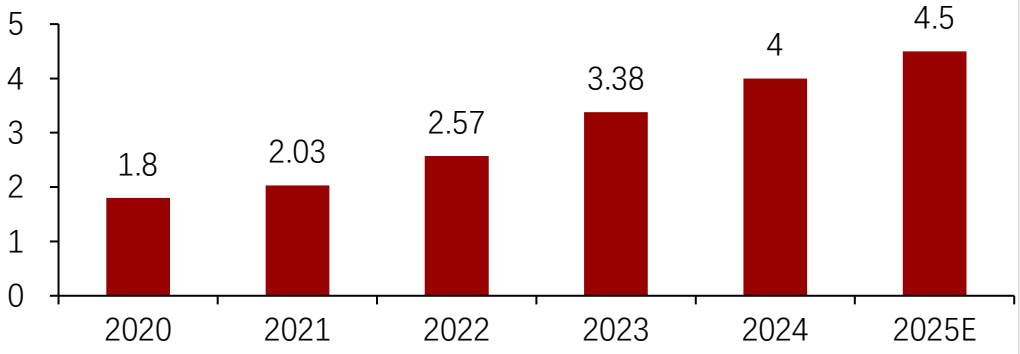
2025年，实现每千人口拥有3岁以下婴幼儿托位数

4.5个

2025年，实现新增普惠性托位

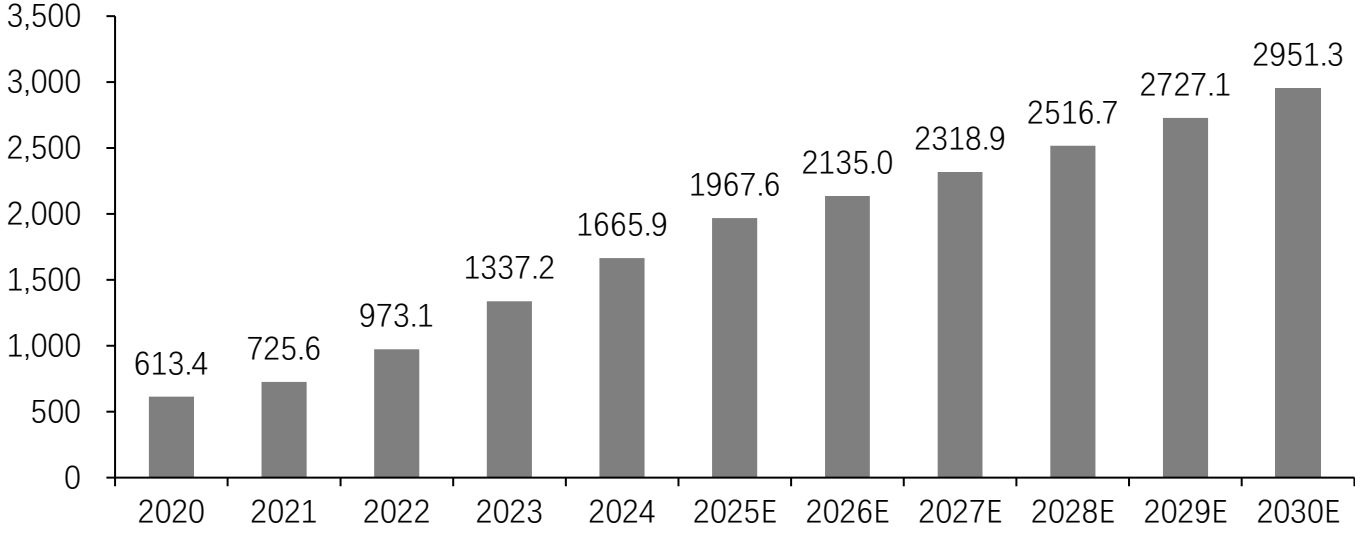
66万个

中国千人口托位数，2020-2025预测



中国托育服务市场规模，2020-2030预测

单位：[亿元]



- 2020-2030年，中国托育市场规模呈持续增长态势，彰显出该市场未来长期具备广阔发展前景，潜力持续释放。这一趋势得益于多重驱动因素：
- 政策驱动：国家通过补贴、税收优惠、场地支持等系列举措，鼓励社会力量投身托育服务供给。国家卫生健康委、国家发展改革委等七部门近期联合印发《关于加快推进普惠托育服务体系建设的意见》，明确2025年目标：实现每千人口拥有3岁以下婴幼儿托位数4.5个，新增普惠性托位66万个，为市场发展注入政策动力。
- 需求驱动：伴随生活节奏加快，双职工家庭增多，育儿观念迭代，家长对专业托育服务需求攀升，更倾向送孩子到专业机构化解育儿难题，从需求侧推动市场发展。

来源：中国政府网，国家统计局，头豹研究院

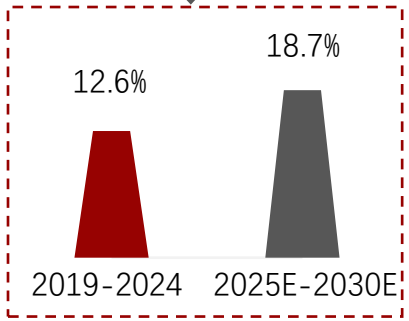
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业综述：月子中心发展情况

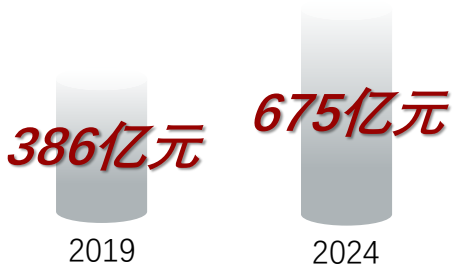
月子中心和月嫂都在产后关键时期为新手妈妈及新生儿提供产后护理及支持，服务对象相同。二者存在一定竞争，因专业性、专业知识、价格区间、服务定位、服务矩阵不同，所针对客户群体也不同。

中国产后护理及修复市场发展情况，截至2024.12.31

中国产后护理行业市场复合年增长率的变化情况

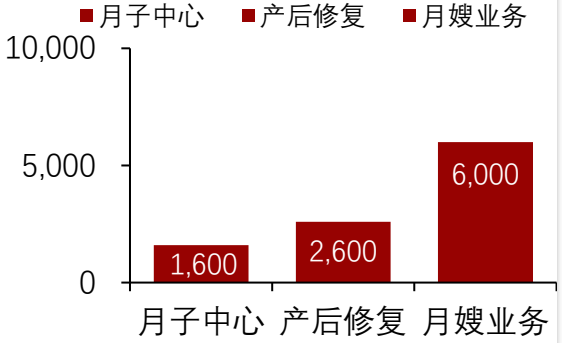


中国产后护理及修复行业市场规模情况



中国月子中心数量（截至2024.12.31）

中国从事产后护理及修复行业的团体机构情况（个），2024



中国月子中心及月嫂两种产后护理服务供应商的比较，2024

对比维度	月子中心	月嫂
专业性	专业性较高：通常为客户配备具多样化技能的专业从业者，有更舒适宽敞的生活疗养环境，能提供专业及标准化服务	专业性较低：更依赖过往个人处理经验，缺少系统或科学的产褥护理知识及培训；通常仅提供上门服务，缺少专业设备支持
服务交付	专业场所：特点是服务与场所混合提供，在住宅、酒店、医院、商业楼宇、公寓等场所提供产后护理服务及其他相关服务	家庭式服务：通常居住于雇主家中提供产后护理服务
服务范围	多样化的服务矩阵：通常为母亲及婴儿提供全方位服务，包括产后护理及修复服务	简化的服务：因专业知识有限，通常只能提供基本产褥护理及日常生活服务，服务范围有限且质量参差不齐
服务时长	人员配备充足以提供不间断服务：通常配备多名护士、营养师、心理咨询师、物理治疗师、早教启蒙老师及安保人员，有多名雇员轮岗工作，确保为母亲及婴儿提供24 小时不间断健康监测及服务保障	有限的服务时长：需要休息时间，限制了提供 24 小时服务的能力
服务费	服务费及服务质量较高：因服务矩阵更完善、有多样的一站式服务套餐，每位客户平均服务费通常更高	消费价格较低：因所提供服务相对有限，每位客户平均服务费通常低于月子中心

来源：圣贝拉招股说明书，国家统计局，头豹研究院

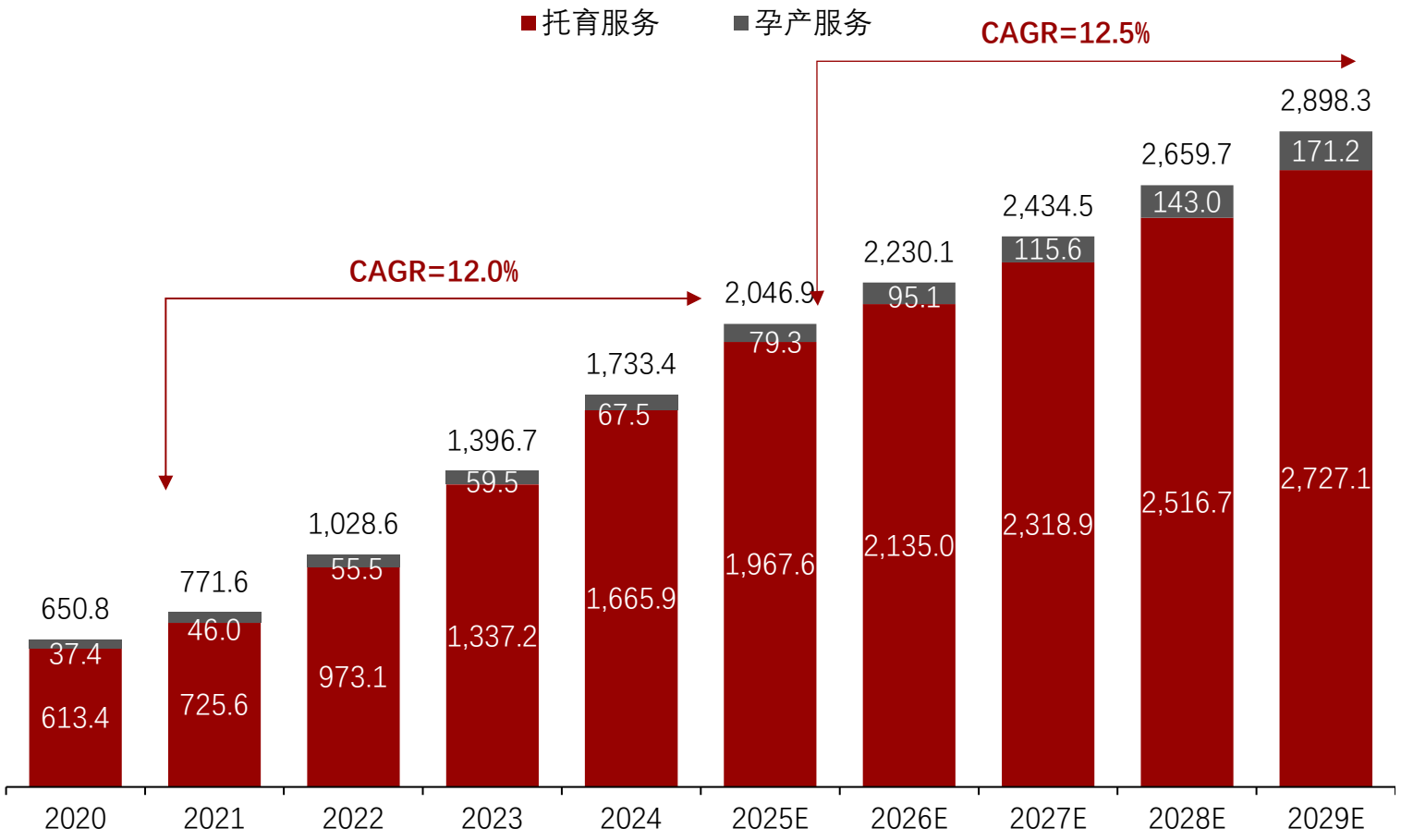
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业概述：市场规模

近年来，孕产托育行业市场规模持续扩张，呈现两大特点：孕产服务市场增长步入加速通道，2029年规模或超170亿元；托育服务市场稳健扩容，2024-2029年增速显著，规模有望突破2,800亿元。

中国孕产托育行业市场规模，2020-2029年预测

单位：[亿元]



- **从2020年至2029年，中国孕产托育行业市场规模呈现出持续增长的态势。2020-2024年每年稳步上升，到2029年预计市场规模达到2898.3亿元，显示出该行业具有较大的发展潜力和广阔的市场前景。**
- 托育服务：托育服务市场规模在各年份均占据主导地位。2020年托育服务市场规模为613.4亿元，之后逐年增长，到2029年预计达到2,727.1亿元。这一显著增长表明随着社会发展，家庭对于托育服务的需求不断增加，例如双职工家庭数量增多，无暇照顾幼儿，从而推动了托育服务市场的快速扩张。托育市场规模增长速度整体上较为稳定且呈现加快趋势。从数据上看，相邻年份间的增长幅度在逐渐增大，说明托育服务市场的发展势头愈发强劲，这也得益于政策支持、消费观念转变等因素。
- 孕产服务：孕产服务市场规模同样处于增长状态，但相较于托育服务，其规模相对较小。2020年孕产服务市场规模为37.4亿元，到2029年预计增长至171.2亿元。尽管增长幅度不如托育服务明显，但也反映出人们对于孕产阶段的服务需求在不断提升，包括产前检查、产后康复等服务。孕产服务市场规模增长较为平稳，每年的增长幅度相对稳定，这可能是因为孕产服务需求主要与生育人口数量相关，而生育人口数量的变化相对较为平稳，不会出现剧烈波动。

来源：圣贝拉招股说明书，国家统计局，专家访谈，头豹研究院

©2025LeadLeo

第二章节：中国孕产托育行业政策分析

Analysis of Industry

行业综述

政策分析

产业链分析

发展趋势

企业分析

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业政策分析：政策导览

中国孕产托育政策通过国家顶层设计与地方创新实践形成联动效应：国家层面以“二孩→三孩→普惠托育”的政策递进释放生育潜力，地方层面通过构建“金字塔式”支撑体系，二者协同发力推动行业持续发展。

中国生育支持与托育支持政策情况，2016-2024年

2016年

- **“全面二孩”政策放开**，该政策是老龄化背景下对生育政策的重大调整

2021年

- **“全面三孩”政策放开**，并且从生育假期，补贴方面给予支持

2024年

- **进一步健全生育服务体系，**从生育假、补贴、公共服务、等方面发力

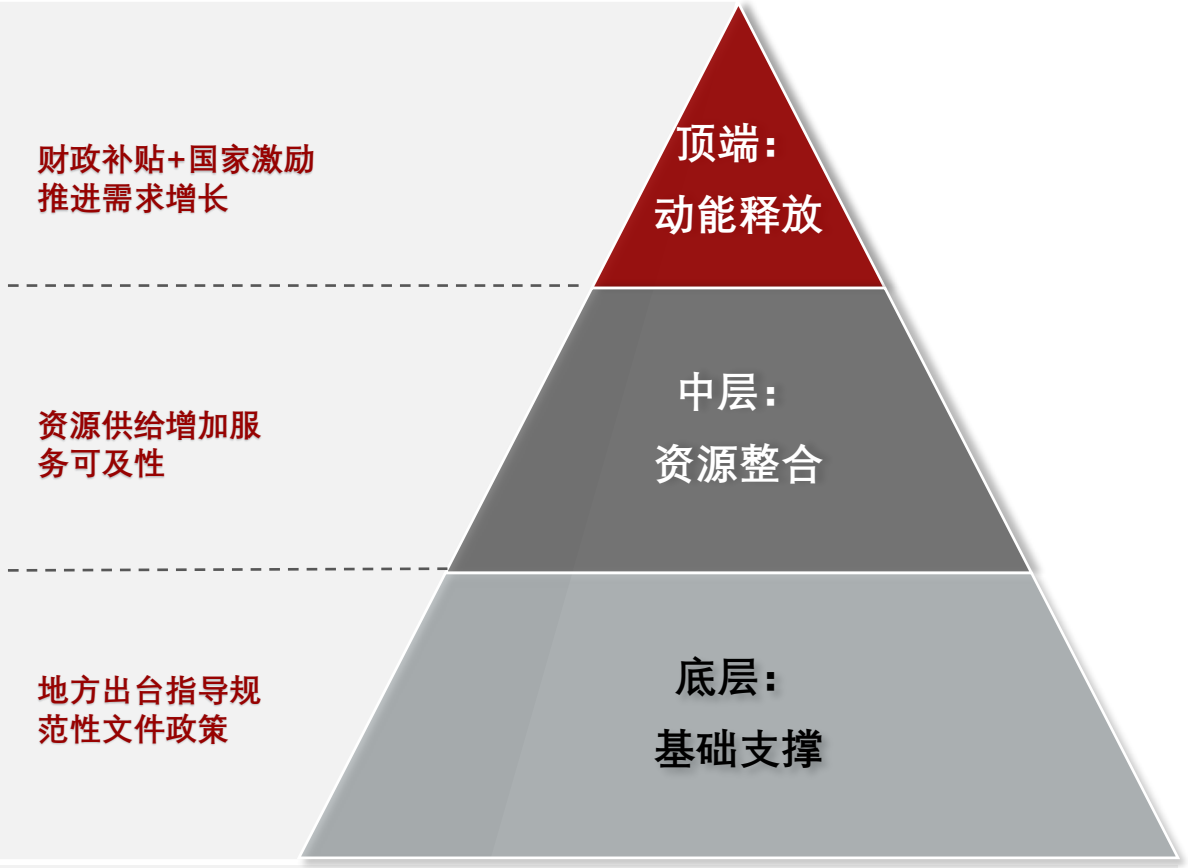
2019年

- 《国务院办公厅关于促进 3 岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》（国办发〔2019〕15号）发布

2024年

《国家发展改革委、国家卫生健康委员会关于进一步完善价格形成机制、支持普惠托育服务体系建设的通知》

地方层面政策红利“金字塔模型”，2025年



- 中国孕产托育政策通过国家顶层设计与地方创新实践形成联动效应：国家层面以“二孩→三孩→普惠托育”政策递进释放生育潜力（2016-2024），地方层面则通过财政补贴（广州）、资源整合（四川）、社区嵌入（阜阳）、监管升级（上海/深圳）构建“金字塔式”支撑体系，共同推动行业从成本降低、服务可及到质量规范的全链条优化，为人口长期均衡发展提供制度性红利

来源：国务院，国家发改委、各地方政府网站、头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业政策分析：国家顶层政策

政府陆续出台了一系列支持孕产托育行业的政策，重点围绕三孩生育政策、普惠托育服务体系建设、生育假期与补贴优化等方面，并通过财政、税收、教育等多领域配套措施强化支持力度。

中国孕产托育行业相关政策，2019-2024年

生育支持政策

2021年7月

《中共中央国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》

提出“三孩生育政策”及配套支持措施，强调完善生育假期、一次性生育补贴、育儿服务等，推动“生育友好型社会”建设。

2024年10月

《国务院办公厅关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》

2024年10月印发，进一步健全生育服务体系，重点在生育假、补贴、公共服务和文化支持“四个方面”发力，明确要统筹财政、税收、社保、教育等配套措施。

托育专项政策

2019年3月

《国务院办公厅关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》（国办发〔2019〕15号）

提出到2022年基本建立以家庭、社区和机构为主体，政府引导、社会参与的婴幼儿照护服务体系；鼓励多元化办园模式，完善服务标准与监管。

2024年10月

《国家发展改革委、国家卫生健康委员会关于进一步完善价格形成机制、支持普惠托育服务体系建设的通知》

首次从价格机制层面支持普惠托育，明确财政补贴、定价指导、信息公开等要求，降低家庭托育成本。

- 一系列政策文件的颁布和实施，显著降低了家庭生育和托育的经济负担，推动了多元化、普惠性托育服务的快速发展，同时通过完善假期和补贴制度提升了育龄群体的生育意愿。长期来看，政策有助于缓解人口结构压力，促进社会资源向婴幼儿照护领域倾斜，但具体效果仍需依赖地方落实与公共服务能力的持续提升。

来源：国务院，国家发改委、头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业政策分析：地方创新政策

中国孕产托育行业近年来大大收到各地创新性政策扶持，其中涵盖财政补贴，资源供给和监管优化三个方面，共同促进行业健康可持续发展。

中国孕产托育行业相关政策分析，2023-2025

监管优化类

《关于进一步促进本市托育服务发展的指导意见》

- 2023年12月
- 上海市政府
- 该政策就托育服务的制度建设提出了一系列标准和举措，把促进儿童身心健康成长放在首要位置，从制度层面规范了托育服务全流程发展。

《医育结合托育机构服务规范》

- 2024年12月
- 深圳市政府

通过标准化、精细化的监管要求，政策将医疗保健规范深度融入托育服务，既提升了机构运营的透明度和专业性，又强制健康监测和医育协作机制，强化了婴幼儿健康风险防控能力。

资源供给类

《阜阳市优化生育政策促进人口长期均衡发展实施方案》

- 2023年7月
- 阜阳市委，市政府
- 该政策通过托育服务纳入社区服务体系，强化了托育服务人才队伍建设，大大推进了托育服务规范化健康化发展，推动教育资源均衡。

《四川省健全“一老一小”服务体系的实施方案》

- 2025年6月
- 四川省政府
- 该政策强调多渠道整合托育资源。鼓励多元化托育模式发展。同时加大资源供给，促进托育服务普惠化。

财政补贴类

《广州市3岁以下婴幼儿照护服务体系建设三年行动计划（2023-2025年）》

- 2024年1月
- 广州市卫健委
- 该政策通过直接财政支持降低托育机构运营成本，提高普惠托育覆盖率。

《优化生育政策促进人口长期均衡发展的意见》

- 2025年7月
- 湖南省新田县政府
- 该政策通过加大补贴力度，简化补贴程序，体现了该县政府对于生育和托育的财政支持。

来源：广州卫健委、湖南新田县政府，阜阳市政府，四川省政府，头豹研究院

©2025 LeadLeo

第三章节：中国孕产托育行业产业链分析

Industry Chain

行业综述

政策分析

产业链分析

发展趋势

企业分析

- 产业链图谱
- 产业链分析

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业产业链分析：产业链图谱

中国孕产托育行业的产业链上游环节包括母婴用品供应商，医疗健康服务机构和专业人才培训机构，中游主要是服务供应商，包括月子中心和托育机构，下游主要是线上和线下双渠道。

中国孕产托育产业链图谱

上游

母婴用品供应商

- 奶粉辅食：飞鹤 FIRMUS、贝因美 BEINGMATE、美赞臣 Mead Johnson Nutritionals
- 纸尿裤：帮宝适、babycare、好奇
- 孕产服装：EMXEE、Purcotton 全棉时代

医疗健康服务机构

- 妇产医院：公立医院、民营医院

专业人才培训机构

- 月嫂/育婴师、早教师资 → 合作 → 母婴品牌

▶ 上游环节游主要包括母婴用品供应商，医疗健康服务机构和专业参才培训机构，负责奶粉辅食，纸尿裤，孕产妇装的供应和人才的输送与医疗的保障。

中游

▶ 中游环节孕产托育产业的核心，负责提供孕产托育相关服务，包括月子中心和托育机构，为母亲的产后护理和孩子的教育保驾护航

服务提供商

月子中心品牌

- SAINT BELLA
- 禧月阁
- 禧月荟母婴月子中心 XIYUEHUI MATERNITY CARE CENTRE
- 琅悦 LONLOVE

托育机构品牌

- 佳諾智慧托育 GANOR WISDOM NURSERIES 中国智慧托育领航者
- WARM HOUSE
- MOMYHOME 睦米
- 绿城教育 GREENTOWN
- 妙 MIAO

下游

销售渠道

线上

- 淘、京东、天猫国际、拼多多 拼着买·才便宜、天猫、AIREE

双渠道

母婴连锁专卖店

- 乐友 Leyou、孩子王 kidswant、babemax 爱婴室

线下

社区嵌入式托育点

- 山东济南泉抱抱西江华府社区托育园
- 广东广州海珠区南景社区托育点
- 北京昌平拓然家苑社区托育园

来源：头豹研究院

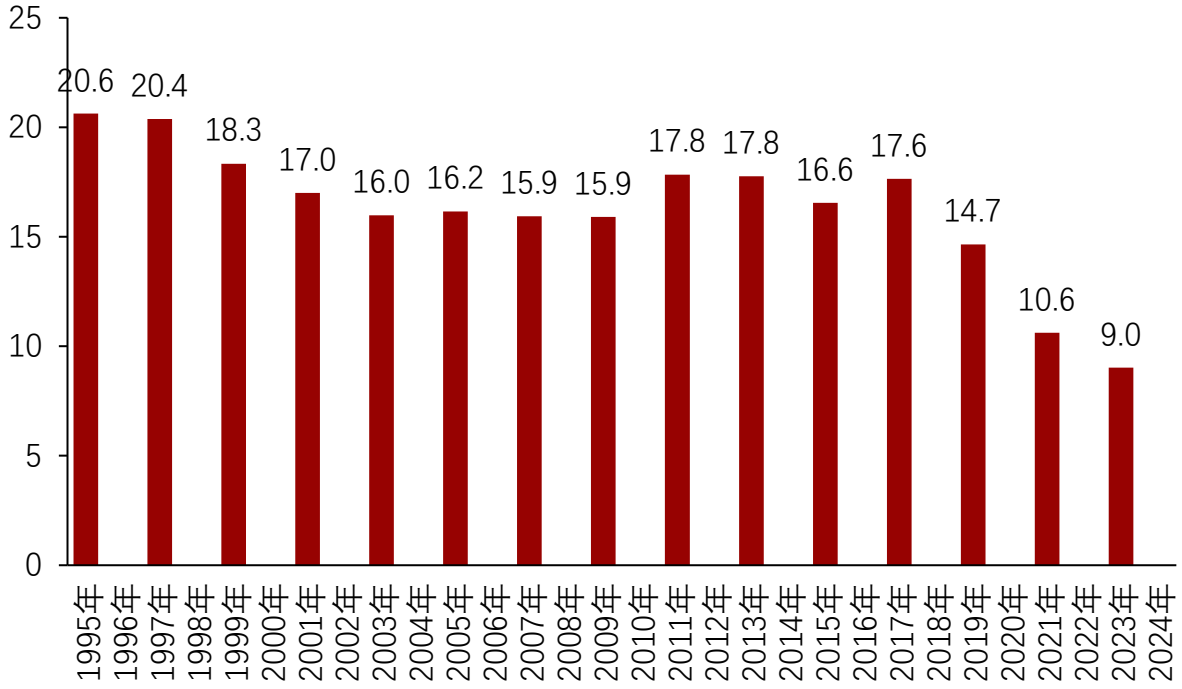
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业上游环节：社会环境与人口结构变化

自2016年后，中国出生人口数量持续下降，2023年达到历史低点。人口老龄化、少子化导致行业需求总量承压，叠加父母育儿观念转型，传统服务模式逐步失效，基础照护正朝着高质量、专业化方向升级。

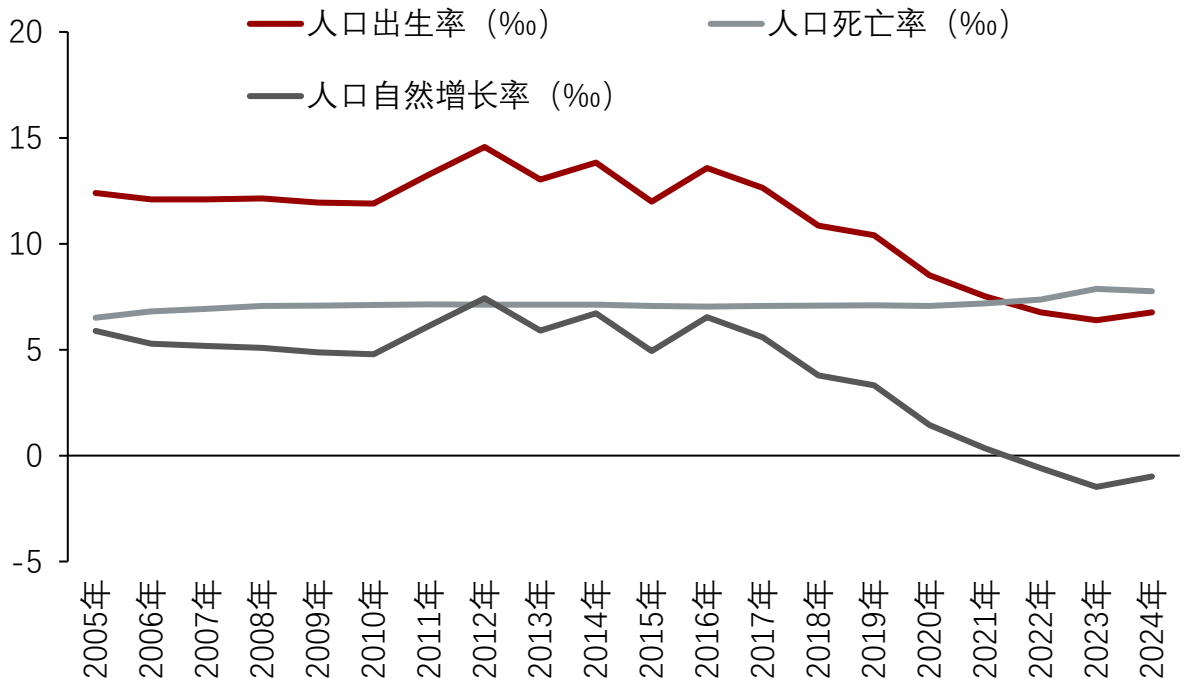
中国出生人口数量，1995-2024年

单位：[百万人]



中国人口出生率情况，2005-2024年

单位：[‰]



- **自2016年后，中国出生人口数量持续下降，2023年达到历史低点。出生率与自然增长率持续走低，新生儿数量减少。**
- **人口老龄化、生育率下降等问题逐步导致行业整体需求总量面临结构性下行压力，传统型服务模式逐步失效。**
- **家长对科学育儿、早期启蒙、健康管理等内容的关注，将促使托育服务从基础照护向高质量、专业化、个性化方向升级。**当代父母对育儿的需求已从“基础温饱照护”转向“科学养育、个性化发展”，例如更重视早期教育、心理健康、精细化养育等，这使得传统“粗放式”的服务模式逐渐失去竞争力。

来源：国家统计局，头豹研究院

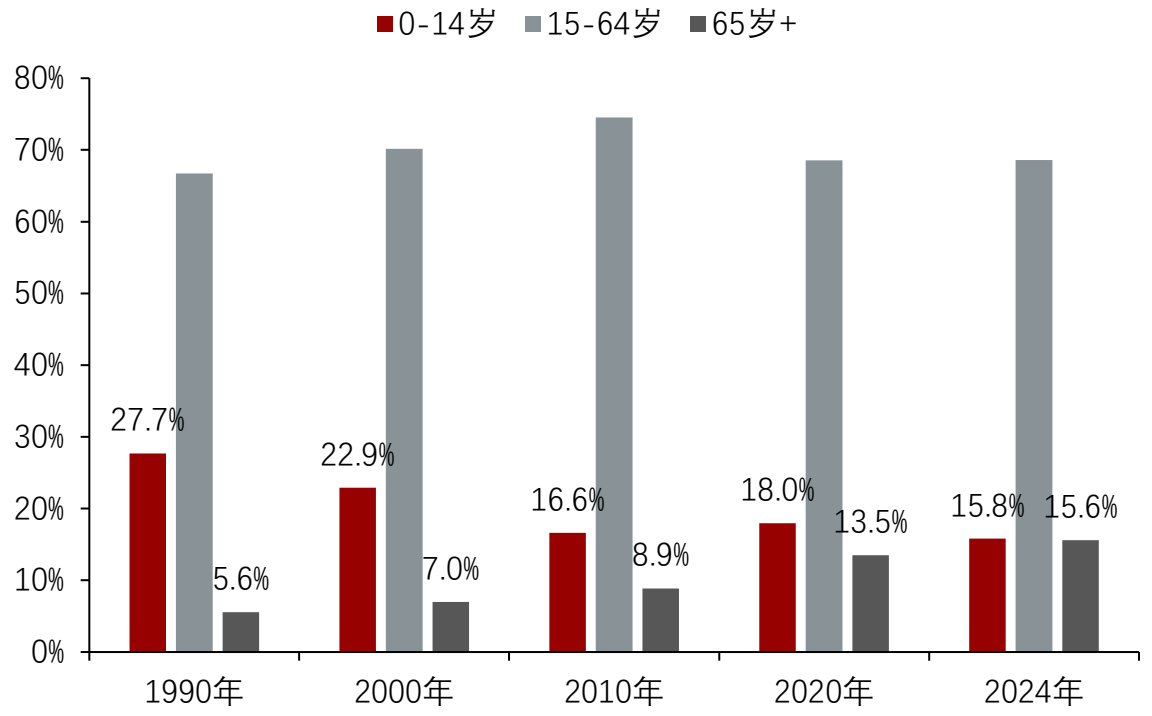
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业上游环节：社会环境与人口结构变化

少子化与老龄化加剧带来人口结构变化，孕产需求减少但趋高端化，政策推动普惠服务平衡需求；同时，老龄化削弱隔代育儿支持，使双职工家庭转向市场化托育，对“全日托”与“应急托”的需求激增。

人口年龄构成变化情况，1990-2024年

单位：[%]



- **少子化与老龄化加剧，0-14岁人口比例持续下降，60+/65+老年人口显著上升，15-59岁劳动力规模收缩。少子化孕产需求减少但趋向高端化。人口老龄化导致隔代育儿支持减弱，双职工家庭被迫转向市场化托育服务，这类家庭对“全日托”与“应急托”的需求尤其激增，政策着力推动普惠托育服务以平衡需求。**

中国年轻家长育儿目标的认知跃迁

育儿目标的认知跃迁

- 相比传统生育观念，年轻父母更关注**婴幼儿的心理健康、社交能力、学习潜能开发**等软性指标。
- Z世代父母在婴幼儿支出中，教育成长相关支出意愿提升近2倍，出现“**育儿即投资**”的认知范式转移。

对服务内容提出新要求

- 从“照料型服务”转向“发育促进型服务”，如托育园区设置**语言能力启蒙、情绪管理课程**等；
- 更强调家庭+机构的协同育儿，服务模式从单一托育延伸至**亲子共育、家庭咨询**等综合化场景。

- **育儿服务正从聚焦基本生活需求的“照料型”，向助力婴幼儿能力发展的“发育促进型”深度转型。一方面，课程体系迭代升级，语言启蒙、情绪管理等促进成长的内容成为核心；另一方面，服务模式突破单一托育局限，构建“家庭+机构”协同生态，涵盖亲子共育、家庭育儿咨询等综合场景。这一转变驱动行业加速变革创新，倒逼托育服务机构优化课程设置、提升服务品质、拓展业务边界以适配需求；同时也加剧市场竞争，缺乏优质服务供给的机构，将面临被市场淘汰的风险。**

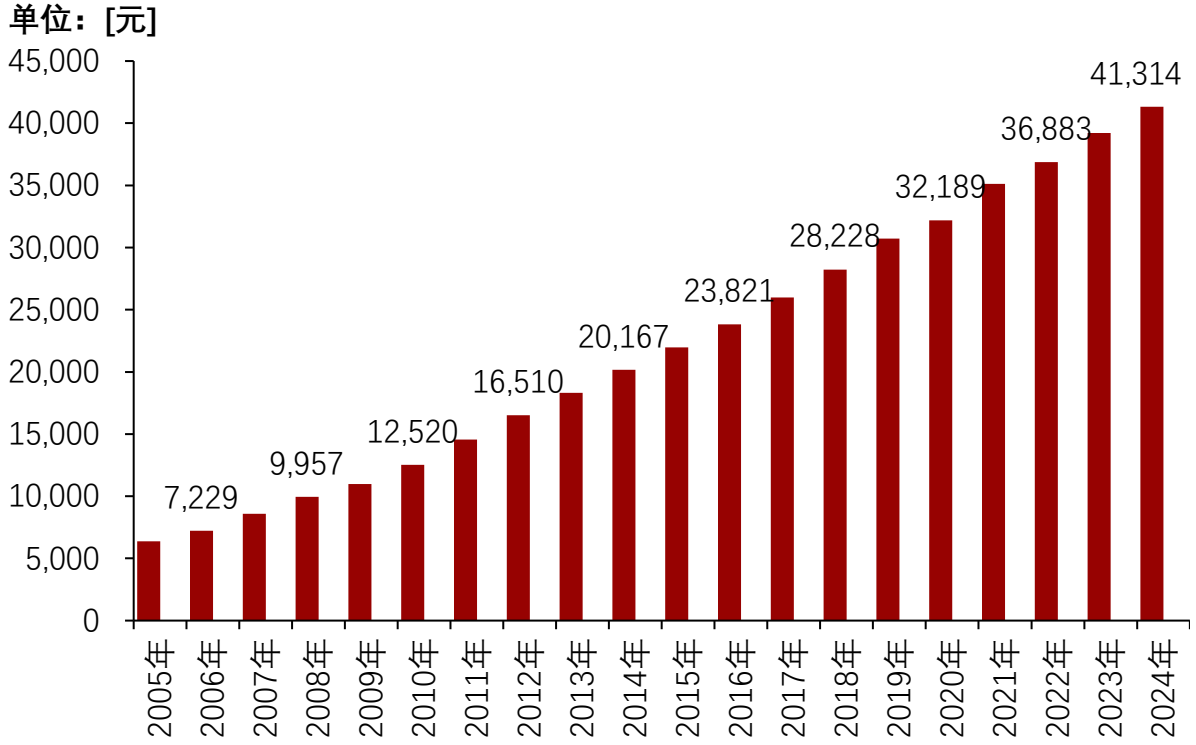
来源：国家统计局，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业上游环节：经济环境与消费结构演变

随着中国人均可支配收入稳步提升，中等收入群体快速扩大，家庭在婴幼儿教育、健康管理和高品质生活领域的消费支出意愿增强，推动孕产托育服务不断向高端、专业、多元方向升级。

中国居民人均可支配收入变化，2005-2024年



- 随着中国人均可支配收入稳步提升，中等收入群体快速扩大，居民消费结构正由生存型向发展型、享受型转变。2024年全国人均可支配收入达41,314元，服务性消费支出占比持续提升。家庭在婴幼儿教育、健康管理等领域的支出意愿增强，“科学育儿”理念渐成主流，推动孕产托育服务向高端、专业、多元方向升级。

高收入群体

青睐高端月子中心、一对一早教、营养定制服务等

↓

推动高端孕产托育服务发展

中低收入群体

关注性价比与服务多样性

↓

推动大众连锁品牌的扩张

- 高收入群体需求催生高端孕产托育服务细分领域，企业比拼专业度、定制化能力。如高端月子中心竞争核心在医疗资源整合（与三甲医院合作）、服务个性化（专属营养师、心理导师），推动行业在高端服务端提升品质标准，挖掘高附加值服务内容。
- 大众市场：中低收入群体需求促使大众连锁品牌崛起，行业竞争聚焦成本控制、服务标准化与多样性。连锁品牌通过统一采购降低物资成本，标准化服务流程保障服务质量，同时拓展服务品类（如托育 + 母婴零售、托育 + 社区活动），满足多样需求，加速市场下沉，覆盖更多城市及乡镇区域。

来源：国家统计局，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业中游环节：月子中心

当前孕产服务市场呈现四类运营模式：公立孕产机构依托政府支持；民营高端机构瞄准中高端市场；连锁型月子中心以标准化扩张；社区工作室聚焦细分需求；四类模式共同构成多层次的孕产服务生态。

中国孕产行业服务机构类型，2025

公立孕产医疗机构

政府财政支持，以妇幼保健院和公立医院产科为主。提供基础孕检、分娩及产后护理，定价受政策管控。覆盖广、服务标准化，个性化选项少。医疗资源集中，危急重症处理能力强，是大众基础孕产需求的主要承载者。

连锁型月子中心

标准化复制实现跨区域扩张，提供28-42天科学月子服务，包含母婴护理、膳食调理等。价格3-8万元/月，容易被中产收入家庭接受；但市场面临同质化竞争，部分靠医疗背书突围，行业集中度提升，小品牌逐渐被淘汰。

民营高端孕产服务

主要聚焦中高端市场，提供孕检至月子护理一站式服务。医疗设施豪华，隐私保护完善，多专业团队协作。收费为公立医疗服务的3-10倍，主要服务于一二线城市高收入家庭，以品牌口碑和增值服务构建市场竞争壁垒。

社区孕产工作室

以个体经营为主，聚焦于产护理修复、催乳等细分需求。运营成本较低，客单价500-2,000元，依赖社区口碑。服务灵活但专业性参差，存无证风险。受O2O模式冲击，政策趋严下合规化转型成必然。

中国孕产服务市场已构建起多层级供给生态：公立体系主导基础医疗保障，私立机构精准承接高端需求，规模化月子中心聚焦中等消费群体，社区化服务网点深度渗透基层市场。在政策框架与市场机制协同作用下，各类机构形成互补格局——公立体系筑牢普惠医疗根基，民营机构凭服务差异化实现溢价竞争，连锁品牌借可复制模式加速扩张，小微业态以轻资产运营满足社区个性化需求。当下，行业步入规范化升级关键期，各层级服务商正于专属赛道，探索可持续发展的破局路径。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业中游环节：托育机构

当下托育市场呈现“四足鼎立”格局：公立托育机构保障基础供给，民营连锁托育品牌推动市场化竞争，社区家庭式托育点填补社区服务空白，国际高端托育中心则满足高端需求、驱动行业多元化发展。

中国托育行业服务机构类型，2025

公立托育机构

这类托育机构主要由街道、企事业单位或幼儿园附设，享受政府补贴，收费低廉，但学位紧张需摇号排队。服务内容侧重基础看护，早教课程体系相对简单；监管严格，安全性高，但硬件更新和师资水平滞后于民营机构。“十四五”规划下，新建社区普惠托育点将扩大覆盖范围。

民营连锁托育品牌

此类机构一般采用标准化课程与加盟扩张模式，其课程融合早教元素，定价3,000-8,000元/月。此类企业通过品牌营销抢占家长心智，但加盟店服务质量波动较大。行业竞争焦点转向差异化，头部品牌开始向低线城市下沉，面临本地化适应挑战。

社区家庭式托育点

这类托育点以家庭住宅为场所，服务周边1-3岁婴幼儿，规模通常≤10人，收费一般为1,500-3,000元/月，时间灵活。监管存在灰色地带，2023年出台的《家庭托育点管理办法》推动行业合规化。这类托育点优势在于“邻里信任感”，但抗风险能力弱，部分已转型为品牌连锁的社区卫星店，共享供应链与师资培训。

国际高端托育中心

这类托育机构定位外籍或高净值家庭，如惠灵顿等国际学校附属托育，采用IB、瑞吉欧等国际课程体系，师生比可达1:3，营造全英文环境，收费1.5-3万元/月，硬件配置顶尖。受政策限制（外资准入），此类机构主要分布于北上广深及自贸区；近年进行本土化改良，推出双语班以吸引精英家庭。

公立托育机构由政府主导，以亲民价格保障基本需求，但存在资源紧张难题；社区家庭式托育点依托住宅灵活运营，却面临监管机制薄弱的问题；民营连锁品牌（如金宝贝）凭借标准化课程体系加速市场扩张，同步开展个性化品牌营销打造差异化竞争力；国际高端托育中心聚焦中高产家庭，输出国际化教育内容，主要布局北上广深及各大自贸区。目前，行业已形成“普惠-中高端-国际化”梯度服务体系，既体现政策推动规范发展的导向，也反映市场多元需求驱动的行业特征，展现政策与市场双轮驱动下的发展生态。

来源：头豹研究院

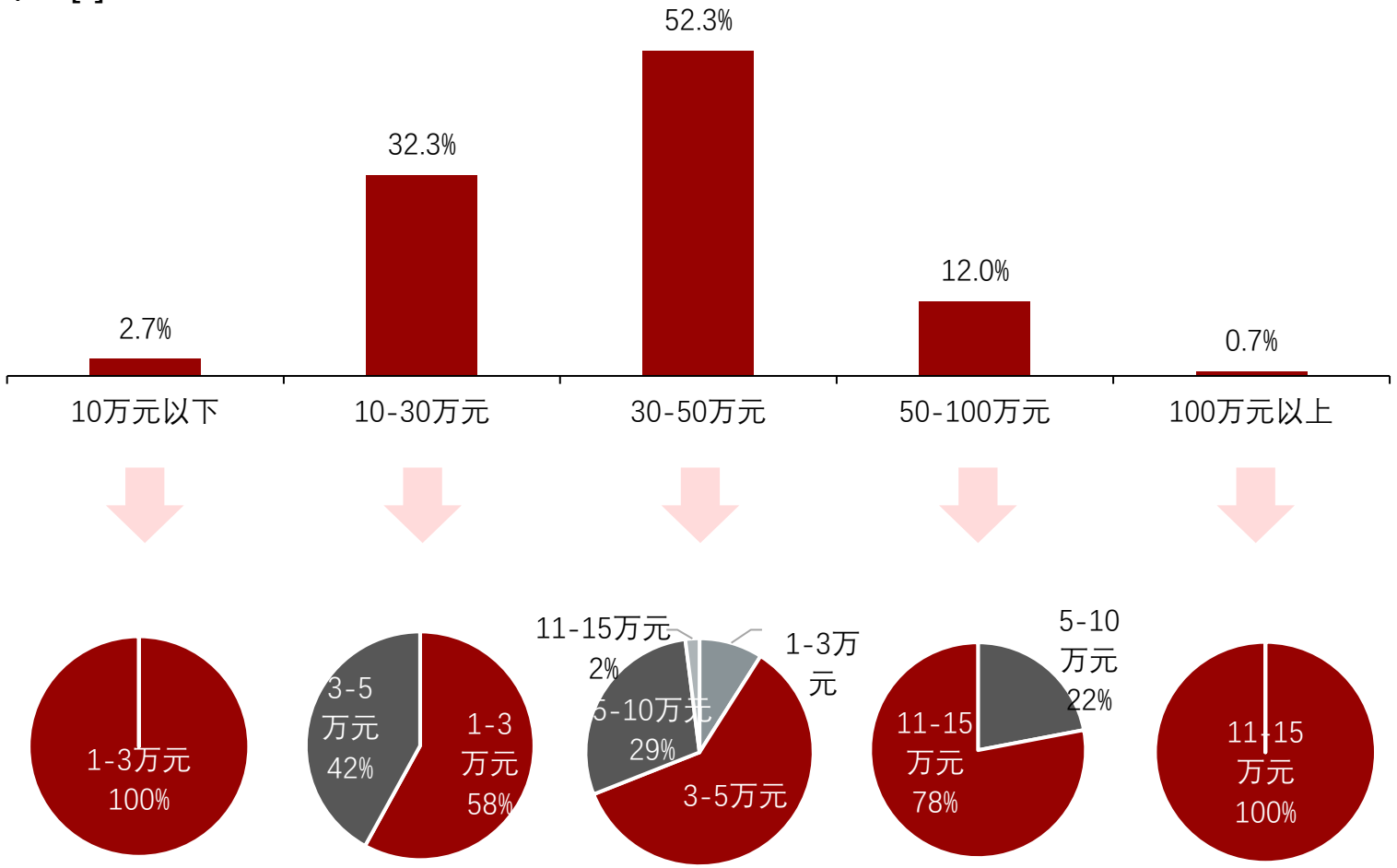
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业下游环节：消费者画像

当前，月子中心已从“奢侈消费”转变为中产家庭的理性投资选择。随着育儿观念升级与产后康复意识的普及，品牌需聚焦中端市场，在服务分层精细化等方面持续深耕，以适配核心用户的需求升级

中国月子中心行业消费者家庭经济水平与消费意愿的相关性分析，2024年

单位：[%]



- 根据2024年调研数据，消费者家庭年收入水平与其对月子中心的消费意愿呈高度正相关。数据显示，年收入30–50万元的家庭为消费主力，月子消费意愿最强；其次是年收入10–30万元群体，属于“价格敏感型潜力客户”；而年收入低于10万元及高于100万元的人群占比仅为2.7%与0.7%，对月子中心服务的敏感性较低。可见，年收入30–50万元区间的中产家庭，是当前月子中心最具价值的核心目标用户群体。
- 基于此，建议行业构建结构化产品体系：高端市场可以聚焦个性化定制服务，涵盖私属护理、私密空间、康复医美、心理疏导等高端配置；中端市场则以高性价比为核心，强化医护团队专业性与营养服务质量，同步布局轻奢化体验场景；基础市场突出安全保障、功能实用性与服务流程标准化，推出定位清晰的标准化套餐。
- 同时，需优化价格透明度与服务附加值——尤其针对中端主流市场，需提升服务标准化与明细化程度，避免“模糊定价”引发信任危机；同时通过强化服务场景体验、增加增值内容（如科学早教、家庭育婴指导）等，提升用户感知价值。
- 当前，月子中心已从“奢侈消费”转变为中产家庭的理性投资选择。随着育儿观念升级与产后康复意识的普及，品牌需聚焦中端市场，在服务分层精细化等方面持续深耕，以适配核心用户的需求升级

来源：弗若斯特沙利文，头豹研究院

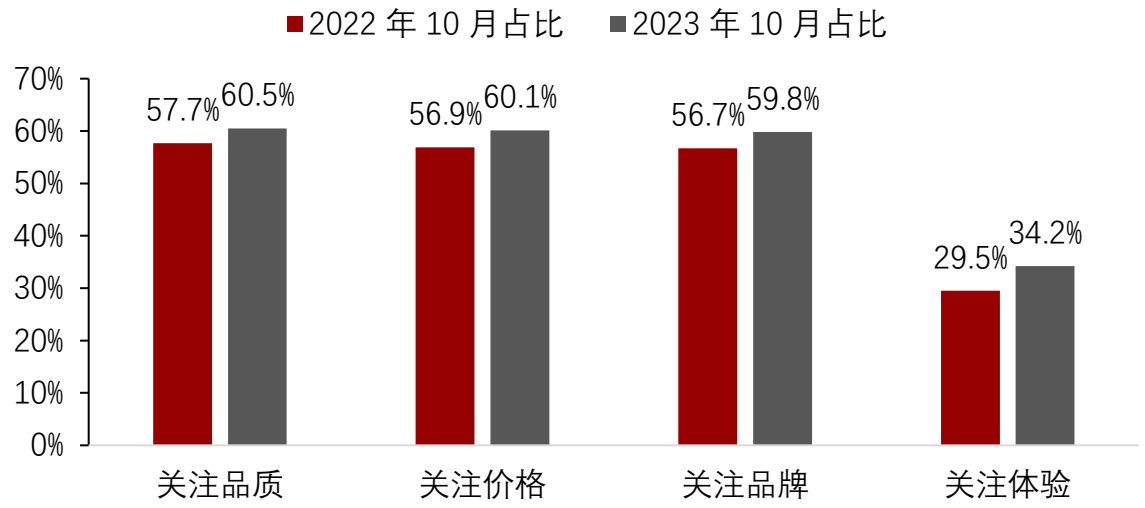
©2025 LeadLeo

中国孕产托育产业链下游环节：消费者分析

当前消费者选择月子中心更注重品质、价格、品牌，市场共识强化；消费者消费理念更理性、精细、有规划，行业未来需优化服务、透明运营、分层满足需求。

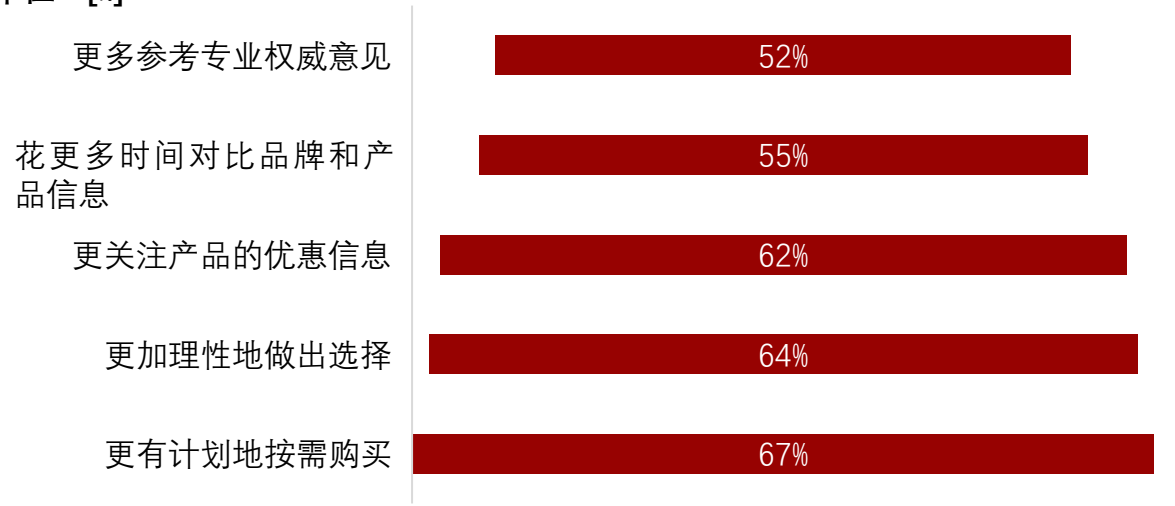
中国月子中心消费关注点，2024年

单位：[%]



中国月子中心消费观念变化情况，2024年

单位：[%]



- 2023年与2022年对比，“关注品质、价格、品牌”三项的占比均超55%。这表明“品质保障、合理价格、品牌信任”依旧是用户选择月子中心的底层逻辑，且三者需求同步提升，反映出市场对“标准化优质服务”的共识在不断强化。其中“品质”占比最高，印证了月子中心作为母婴关键场景，安全、专业是核心诉求的行业本质。基于用户对品质、价格、品牌的持续关注，月子中心需进一步夯实“标准化优质服务”体系：持续优化服务品质，确保安全、专业的核心诉求落到实处；合理规划价格体系，在保障利润的同时，契合用户对“合理价格”的期待；强化品牌建设，通过口碑积累与专业形象塑造，深化用户对品牌的信任。
- 消费观念6项数据均超50%，集中体现“消费决策更成熟、更谨慎、更具规划性”趋势，64%用户强调“更理性选择”、55%愿“花更多时间对比品牌和产品信息”，说明市场信息差缩小，用户不再盲目买单，倒逼月子中心推进“透明化运营”，如公示服务流程、明细化价格，公开医护资质等专业度信息，让用户清晰了解、对比以支撑理性决策；52%用户会“参考专业权威意见”、62%“关注产品优惠信息”，体现用户“用专业标准筛选，以合理成本买单”双重诉求，需一方面强化“专业标签”，通过宣传医护团队资质、与专业机构合作背书等实现，另一方面设计“透明化优惠体系”，像推出套餐梯度优惠、清晰化会员权益，满足“专业+性价比”需求；67%用户“更有计划地按需购买”，意味着月子中心消费从“冲动型、跟风型”转向“目标型、需求型”，用户会提前规划预算、明确需求再匹配服务，行业需“强化需求分层”，推出“康复专项套餐”“基础护理套餐”等细分产品，精准匹配用户“按需购买”逻辑，让有不同侧重需求的用户找到对应服务。

来源：弗若斯特沙利文，头豹研究院

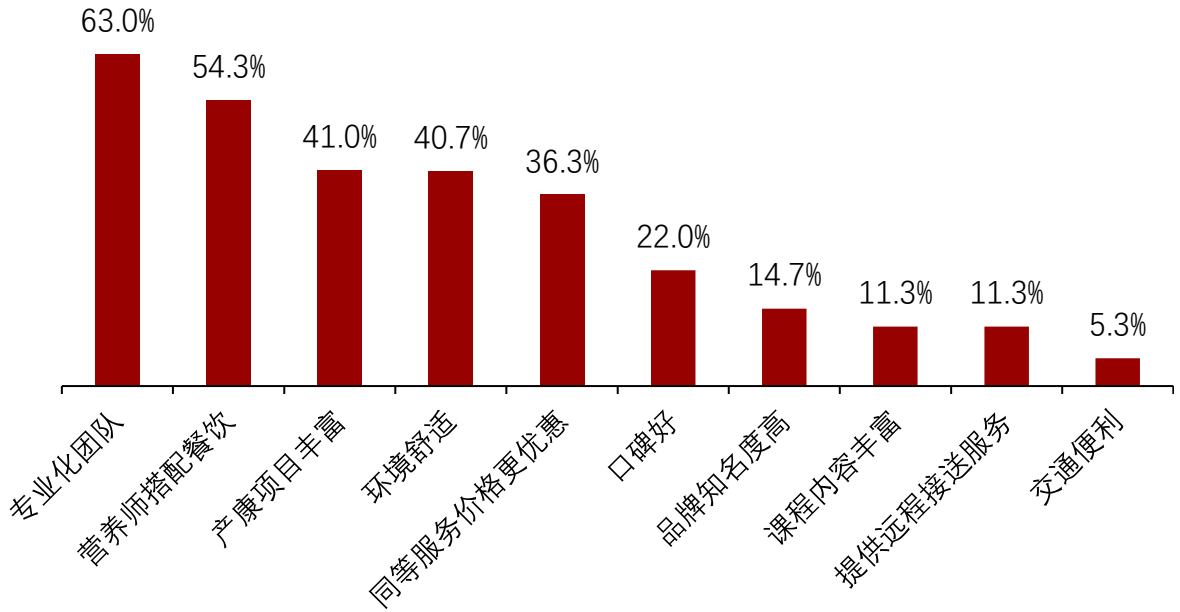
©2025 LeadLeo

中国孕产托育产业链下游环节：消费者分析

当前，月子中心行业已步入“精细化竞争”赛道，消费者对“专业、科学、安全、个性化”的需求持续深化，对增值服务的期待也更为多元。

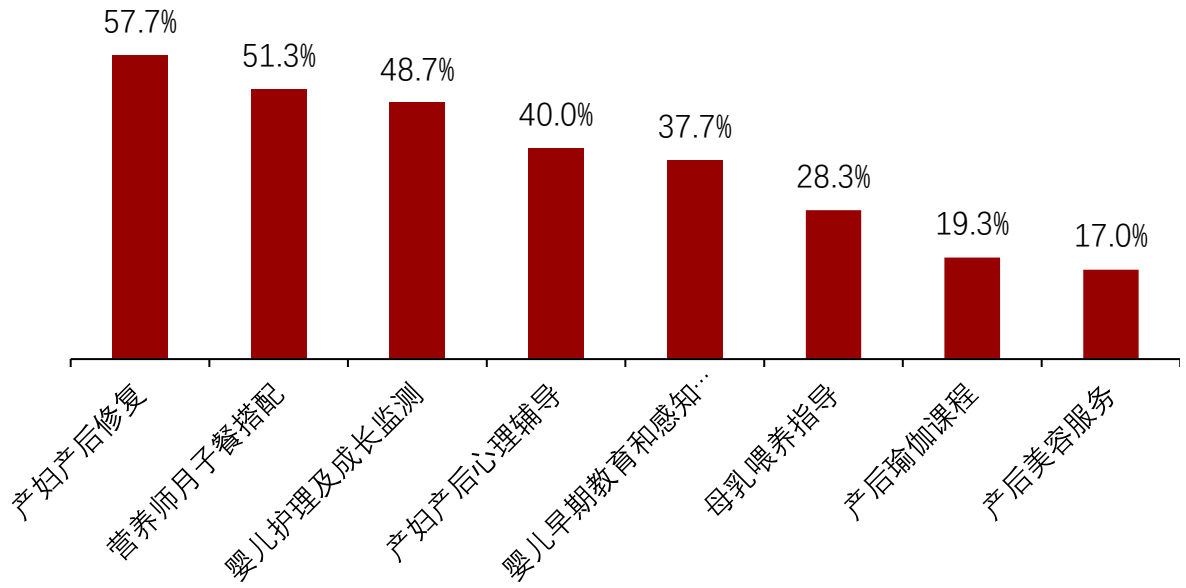
选择月子中心最看重的三个因素，2024年

单位：[%]



最希望月子中心有的服务内容，2024年

单位：[%]



- 在月子中心消费决策中，“专业化团队”“产康项目丰富”等专业服务要素占据显著权重，预示行业核心竞争力正转向“专业+康复”融合模式。月子中心需加速构建医护、营养、心理等多维度专业服务体系，通过深度整合，实现服务的精细化、个性化与场景化延伸——从月子餐食配给到产后心理疏导，从婴儿日常照护到早期教育干预，围绕母婴需求打造“定制化”服务生态，以可组合、多层级的套餐模式覆盖多元客群。从消费偏好看，品牌知名度、交通便利性并非决策核心，用户更聚焦服务质量与体验价值。这要求高端月子中心突破基础服务框架，从环境空间的人性化设计、人文关怀的温度传递，到智能设备赋能的科技体验，全方位打磨细节触点，持续提升用户满意度。
- 当前，月子中心行业已步入“精细化竞争”赛道，消费者对“专业、科学、安全、个性化”的需求持续深化，对增值服务的期待也更为多元。未来，企业需构建“服务深度+康复医疗+情绪支持”的系统闭环，以标准化流程保障服务底线，以个性化方案适配差异化需求，双轮驱动贯穿用户从入所到离所的全周期体验，方能在母婴服务的细分赛道中建立可持续竞争优势。

来源：弗若斯特沙利文，头豹研究院

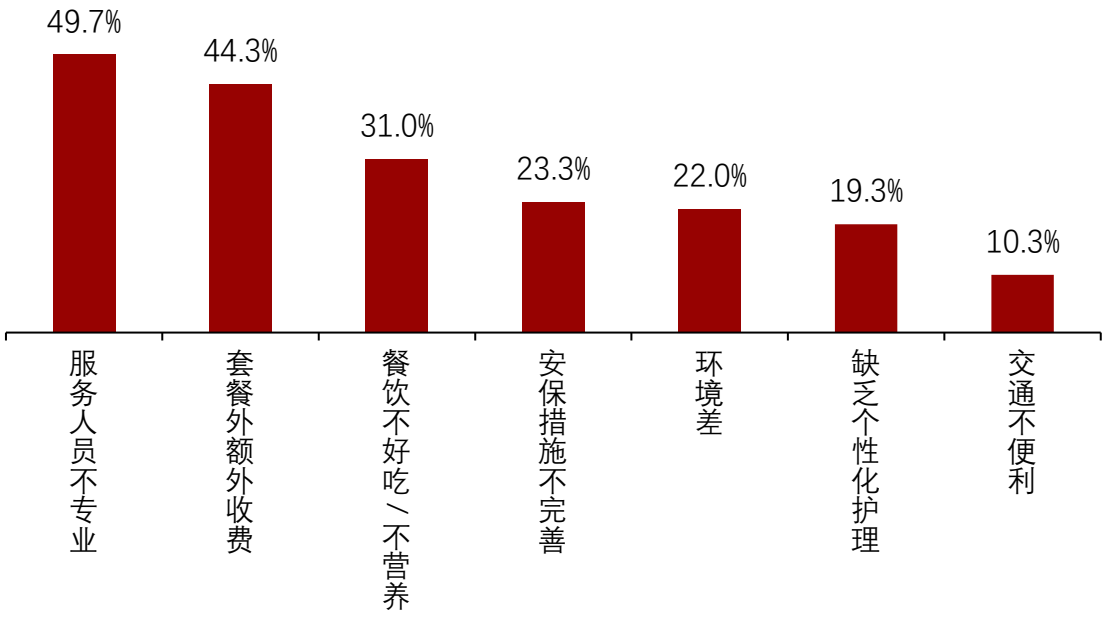
©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业下游环节：消费者与消费渠道

当前孕产托育市场已由“基础照护”向“综合康复+个性体验”进阶，消费者更加成熟理性，对服务质量、透明度和信息来源均有更高要求。

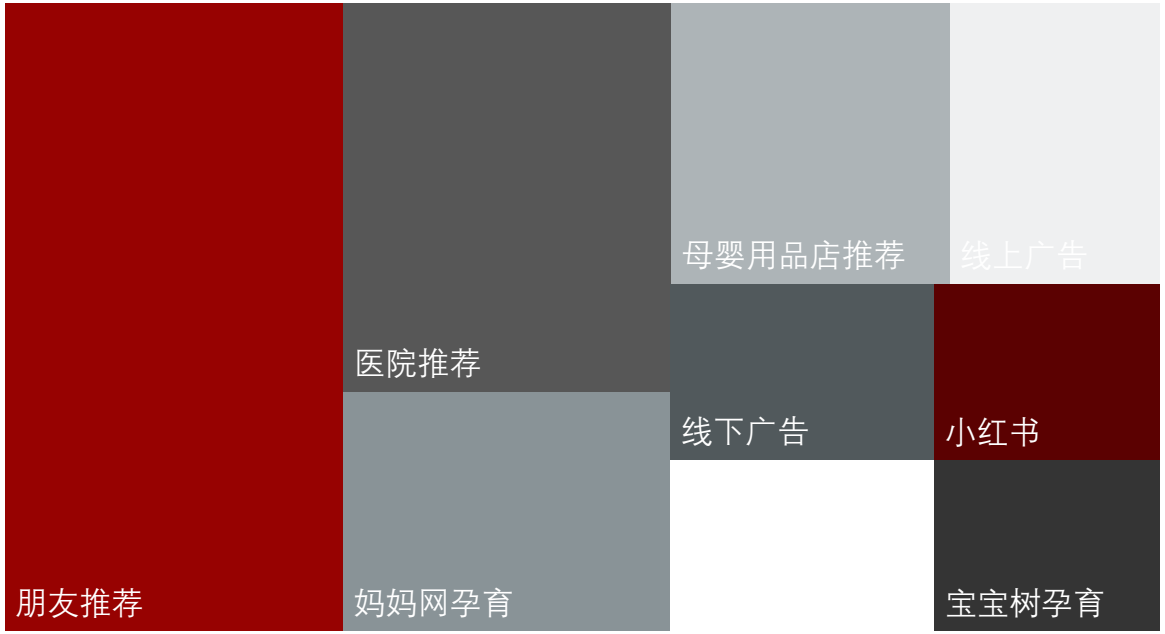
最无法接受的月子中心负面反馈，2024年

单位：[%]



受访者了解月子中心的渠道，2024年

单位：[%]



- 根据消费者调研，发现用户最痛点集中在非专业与价格不透明，因此孕产行业需加强从业人员培训、建立服务标准，同时推动产品明细化、价格公开化，增强用户信任。同时，行业营销需回归“用户信任链”，传统广告效果边际递减，品牌应聚焦口碑生态建设，如：客户转介绍机制、KOC合作、医生/护士背书、真实入住分享等。还可以内容与场景营销，并重重视在小红书、妈妈网等渠道构建“生活化”内容场景，如产后护理实录、月子餐展示、真实产妇故事等，以打动情感并助推决策。最后，差异化服务成竞争关键，如个性化护理、定制月子方案、心理疏导、产后美学服务等，能助力品牌摆脱同质化困局，获取溢价空间。
- 2024年孕产托育市场已由“基础照护”向“综合康复+个性体验”进阶，消费者更加成熟理性，对服务质量、透明度和信息来源均有更高要求。月子中心品牌唯有深耕“专业信任、服务体验、口碑传播”三位一体的核心能力，方能在愈发激烈的竞争中脱颖而出。

来源：弗若斯特沙利文，头豹研究院

©2025 LeadLeo

第四章节：中国孕产托育行业发展趋势

Industry Trend

行业综述

政策分析

产业链分析

发展趋势

企业分析

- 发展趋势

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业市场发展趋势

政策推动、消费升级与科技赋能正共同塑造着孕产托育行业的新生态，也预示着未来市场将进一步走向标准化、品质化与智能化。

中国孕产托育行业发展趋势

政策优化引导行业规范发展

- 短期：加大托位供给，缓解家庭育儿压力
- 中期：提升行业服务质量，构建标准化、专业化体系
- 长期：推动人口结构优化，促进生育友好型社会建设

消费升级带动品质提升与创新发展

- 用户愈加关注服务的专业化、安全性、早教融合、亲子互动等维度
- 新生代父母愿为高质量、定制化服务支付溢价
- 新兴服务如“到家月嫂+智能监控+产后心理疏导”组合服务逐渐普及

科技赋能行业效率与体验变革

- AI实现婴幼儿健康管理、情绪识别、行为监测等
- 物联网实现母婴空间智能安全管控
- 大数据实现个性化成长档案与早教推送

- **政策优化：**政策从短、中、长期为行业定调。短期聚焦托位供给，以加大投入、盘活资源快速扩充容量，缓解家庭育儿压力，实现“托得起、托得方便”；中期着重提升服务质量，推动建立标准化流程与人才体系，从资质、内容到环境规范运作，淘汰低质机构；长期立足人口战略，以优质托育降低生育焦虑，优化人口结构，助力生育友好型社会，升级托育为“社会发展基础支撑”。
- **消费升级：**用户需求迭代成升级引擎。家长对托育期待从“单纯看护”进阶到“专业化、安全、早教融合、亲子互动”，要求机构有专业团队保障健康安全，融入科学早教、搭建亲子场景。新生代父母愿为“高质量、定制化”买单，催生“到家月嫂 + 智能监控 + 产后疏导”等组合服务，精准匹配全周期需求，加速普及重塑边界。
- **科技赋能：**科技深度融入带来双重变革。AI 成“隐形管家”，借生理、行为数据实现健康管理、情绪识别、行为监测，照护更精准；物联网 建“智能安全网”，管控母婴空间环境，异常自动报警；大数据 化“成长规划师”，整合数据生成个性化档案、推送早教内容，推动服务向精准化跃迁。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

第五章节：中国孕产托育行业企业分析

Company Profile

行业综述

政策分析

产业链分析

发展趋势

企业分析

- 市场参与者
- 绿城奇妙园
- 优儿学堂
- 圣贝拉
- 禧月荟

©2025 LeadLeo

中国孕产托育市场主要竞争者概览

中国孕产托育市场竞争格局呈现多元化与区域分化的特点，政策驱动行业规范化，数字化与智能化转型加速，行业集中度较低。

中国月子中心品牌，2025年

主要品牌名称	成立年份	简介
爱帝宫AND (深圳爱帝宫母婴健康管理有限公司)	2007年	国内首家将现代医学与传统精粹结合的专业母婴健康管理机构，提供科学坐月子服务，涵盖母婴护理、膳食营养、产后修复等。拥有产科、儿科、中医等专家团队，为上市公司，总部位于深圳。
圣贝拉（杭州贝康健康科技集团有限公司)	2016年	高端直营月子护理品牌，以“艺术疗养”为特色，覆盖全国一二线城市高奢酒店。服务包括母婴护理、家庭健康管理及职业教育培训，深受明星和高净值人群青睐。
巍阁（巍阁（北京）品牌管理有限公司	2006年	国内早期高端月子会所品牌，2014年牵头制定《母婴保健行业国家标准》，引进台湾护理体系。以专业护士24小时一对一服务著称，客户包括政商名流
禧月阁（北京禧月阁母婴护理有限公司)	2010年	北京美中宜和医疗集团旗下，依托医疗资源提供产前指导、产后康复及新生儿早教服务。以“用心关爱，快乐分享”为理念，定位高端母婴护理
禧月荟（深圳市宝兴月禧健康管理有限公司)	2015年	禧月荟是国内高端母婴护理连锁品牌，专注科学月子服务，覆盖深圳、成都、武汉等城市，拥有16家直营门店及1000余人专业团队。
优爱贝UIB（优爱贝（中国）集团有限公司	2011年	创立“CMSE质控体系”，独栋江景会所，聚焦妇产儿医疗全产业链。中国保健协会母婴案例企业，提供高端月子专护及家庭保健服务

来源：品牌企业官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育市场主要竞争者概览

中国孕产托育市场竞争格局呈现多元化与区域分化的特点，政策驱动行业规范化，数字化与智能化转型加速，行业集中度较低。

中国托育机构品牌，2025年

主要品牌名称	成立年份	简介
优儿学堂YoKID (北京优儿托服务集团有限公司)	2015年	专注0-3岁国际托育及亲子课服务，提供托育园开园解决方案、职业培训、AI托育产品等六大领域服务，覆盖多个城市并建立婴幼儿健康大数据体系。
全优加 （广东全优加家庭服务科技有限公司）	2002年	华南地区知名连锁品牌，主导制定《婴幼儿托育服务规范》团体标准，拥有110多家直营中心，累计服务超15万家庭，课程涵盖托育、早教、自然养育等
绿城奇妙园 （浙江绿城乐真教育科技集团有限公司）	2015年	绿城教育旗下双语日托品牌，整合早教、幼儿园等服务体系，以规范化管理和精细化服务著称
暖房子 （成都暖房子汇锦托育服务有限公司）	2017年	定位高端托育（5500-6500元/月），标准化管理模式，解决双薪家庭0-3岁婴幼儿照护问题
睦米MOMYHOME （北京云风智慧教育科技有限公司）	2018年	源自台湾安亲理念，全国1000余所加盟校，提供日托、早教、父母课堂等综合服务，采用“四层式海绵吸收法”教学
佳诺智慧托育中心 （江西佳诺信息科技有限公司）	2017年	运用“AI+托育”技术，覆盖0-6岁不同年龄段，在福建、浙江等地开设近200家托育中心

来源：品牌企业官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国托育机构品牌案例分析：绿城奇妙园

绿城奇妙园是绿城教育旗下双语日托品牌，专注0-3岁婴幼儿服务，全国直营园区超40家，覆盖杭州、绍兴、台州等地，获“浙江省示范型托育机构”等荣誉。

绿城奇妙园基本信息

品牌简称	绿城奇妙园
所属企业	浙江绿城乐真教育科技集团有限公司
企业总部	浙江杭州
企业简介	绿城奇妙园2015年由绿城教育集团创立，秉持“善心、信心、好奇心”的三心育人理念，专注0-3岁婴幼儿托育服务，结合蒙氏教育与中国本土化课程体系。提供双语教学、360度安全防护及ISO9001认证的标准化管理。全国直营园区超40家，覆盖杭州、绍兴、台州等地，获“浙江省示范型托育机构”等荣誉。

绿城奇妙园发展大事件，2016-2025年

- 2016：首家直营园区落地
- 2019：推出本土化“三心幸福课程”
- 2019：收购澳大利亚蒙特梭利集团56%股权
- 2021：奇妙园与政府合作普惠型托育园总数达浙江省首位，形成“高端+普惠”双轨模式
- 2023：构建“奇妙园+普惠托育园+澳蒙国际园”三大品牌体系，直营园区扩展至42家
- 2025：与浙江大学医学院附属精神卫生中心、杭州市口腔医院达成战略合作，

绿城奇妙园核心竞争力

1. 绿城奇妙园依托绿城教育集团的深厚背景，结合蒙台梭利教育理念与中国本土化实践，自主研发“三心幸福课程”。课程体系涵盖0-3岁婴幼儿发展关键期，注重个性化成长评估，并联合高校专家持续优化教学内容，确保托育服务的科学性与前瞻性。

教育理念融合

2. 园区采用360度无死角监控、智能门禁系统及ISO9001质量管理体系，构建全方位安全防护网络。每日健康监测、专业营养师配餐及1:3的低师生比配置，确保每个孩子得到精细化照护，让家长无后顾之忧。

高标准安全管理

3. 作为绿城教育旗下高端托育品牌，奇妙园在全国已布局40余家直营园区，形成标准化运营模式。依托绿城地产及教育资源的协同优势，提供社区嵌入式托育服务，并多次获评“浙江省示范型托育机构”，品牌公信力与服务质量行业领先。

全国化布局与品质保障

绿城奇妙园核心课程体系

SEL社会情感学习

SPARK运动课程

蒙氏学习力课程

双语语言发展课程

来源：企查查，绿城教育企业官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国托育机构品牌案例分析：优儿学堂

优儿学堂是国内领先的高端托育机构，专注0-6岁婴幼儿保育及早期教育，由剑桥大学心理学博士苏德中于2015年创立。

优儿学堂基本信息

品牌简称	优儿学堂（YoKID）
所属企业	北京优儿托育服务集团有限公司
企业总部	北京海淀
企业简介	优儿学堂是国内领先的高端托育机构，专注0-6岁婴幼儿保育及早期教育，由剑桥大学心理学博士苏德中于2015年创立。依托国际化团队与科学化课程体系（如情商、逆商等五大维度课程），提供线下日托中心、企业托育服务及线上育儿咨询，业务覆盖北京、上海等城市，并获软银中国、融创集团等投资。

优儿学堂发展大事件，2015-2025年

- 2015：创立优儿托育集团
- 2017：首家线下托育园在北京开业
- 2019：获软银中国、融创中国等投资，成为最大直营托育集团。
- 2021-2023：从自营转向“政府+企业”合作模式，提供托育园管理服务及师资培训
- 2024：首次国际化布局，将托育培训体系输出至日本，为海外中国家庭提供服务
- 2025：研发育儿大模型与ToC机器人

优儿学堂核心竞争力

1. 优儿集团依托创始人苏德中博士的剑桥大学心理学背景，将积极心理学理论与AI技术深度融合，构建了覆盖婴幼儿情绪、行为、心智发展的科学评估与干预系统。提供个性化育儿方案，从理论到技术形成闭环优势。

心理学与AI融合

2. 集团以“安全化、数字化、专业化、产业化”为核心，打造了覆盖托育全链条的智慧管理系统。同时通过“酒店管理式”输出模式，为政府和企业提供从建设到管理的全流程服务，已落地全国近100家园所。

全产业链数字化托育解决方案

3. 优儿集团成立优儿托育职业学院，编撰国家级教材《托育照护技能晋级指导》，并通过AI技术优化师资培训（如情绪管理、人岗匹配评估）。其培养的托育人才数量全国领先，并与中科院、南方科技大学等机构合作。

产学研协同的托育人才生态

优儿学堂成长领域

身体运动 Physical and Motor Skill Development

语言认知 Language and Cognitive Skill Development

科学智能 Intelligence and Technological Development

情感社交 Social and Emotional Learning

国际文化 International Cultural Understanding

艺术创新 Creative and Aesthetic Development

来源：企查查，优儿学堂企业官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业企业分析：圣贝拉

圣贝拉是中国领先的产后护理和修复集团，提供产后护理、家庭育儿及女性健康食品服务。集团通过轻资产模式运营96家月子中心，目标成为亚洲综合性家庭护理品牌领导者。

圣贝拉基本信息

品牌简称	圣贝拉
所属企业	圣贝拉有限公司
企业总部	浙江杭州
企业简介	圣贝拉是中国领先的产后护理和修复集团，旗下拥有高端月子中心品牌（圣贝拉、艾屿、小贝拉）、家庭护理服务品牌“予家”及健康食品品牌“广禾堂”。集团通过轻资产模式运营96家月子中心（截至2024年），覆盖中国内地、香港、新加坡及美国市场，提供产后护理、家庭育儿及女性健康食品服务。2024年以月子中心收入计市场份额约1.2%，目标成为亚洲综合性家庭护理品牌领导者。

SAINT BELLA

圣贝拉核心竞争力

品牌与口碑壁垒	2018 年开创性推出无尺码内衣，打破传统内衣尺码限制，解决线上尺码不准、退换不便等痛点，满足女性对自由舒适的追求，并颁布相关企业标准，规范行业发展。
标准化运营体系	自主研发IT平台实现服务数字化，693名持证护理专家通过统一SOP培训。月子中心平均入住率84%，单店投资回收期缩短至12-18个月。
战略股东资源协同	腾讯、太古地产等战略股东提供流量与地产支持，如与高端酒店集团（如四季、丽思卡尔顿）深度合作，降低物业租赁成本至营收的15%

圣贝拉商业模式与扩张路径

- **轻资产快速扩张：**采用“自营+管理”双模式，62家自营中心提供标准化服务，34家管理中心通过输出品牌与管理实现低风险扩张。2022-2024年新增34家中心，年均增速超30%。
- **全生命周期服务生态：**以月子中心为核心，延伸至家庭护理和健康食品，形成“产前-产后-育儿”闭环。客户留存率提升显著，2024年38%月子中心客户通过老客推荐或自有线上渠道转化。
- **全球化与多品牌矩阵：**率先拓展海外市场（香港、新加坡、洛杉矶），成为中国内地首家跨境运营的月子中心品牌。通过多品牌覆盖不同消费层级（超高端圣贝拉、高端艾屿屿、轻奢小贝拉），2024年高端品牌收入占比达79%。

圣贝拉品牌组合矩阵

品牌名称	业务线	品牌名称	业务线
艾 Bella 屿 ISLA	月子中心	SAINT BELLA 圣贝拉母婴护理中心	月子中心
Baby BELLA 小贝拉母婴护理中心	月子中心	予家 PRIMECARE FOR FAMILY	家庭护理服务
ST3	月子中心	广禾堂 GUANG HE TANG	食品

来源：圣贝拉招股说明书，搜狐新闻，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国孕产托育行业企业分析：禧月荟

禧月荟成立于2015年，是中国领先的高端母婴月子护理连锁品牌。独创“9大核心服务体系”，曾获“母婴行业标杆机构”“粤港澳大湾区消费者信赖品牌”等荣誉。

禧月荟基本信息

品牌简称	禧月荟
所属企业	深圳市兴宝月禧健康管理有限公司
企业总部	广东深圳
企业简介	禧月荟成立于2015年，是中国领先的高端母婴月子护理连锁品牌，专注于产后康复、新生儿护理及科学月子服务。依托三甲医资团队和星级酒店式环境，独创“9大核心服务体系”，涵盖营养膳食、产后修复、早教开发等模块。目前在全国拥有16家直营门店，覆盖深圳、成都、武汉等城市，曾获“母婴行业标杆机构”“粤港澳大湾区消费者信赖品牌”等荣誉，以“全心全意，在乎两个你”为服务理念

禧月荟核心竞争力

医疗级专业团队	拥有三甲医院背景的妇产科医生、儿科医生及持证护理团队，结合24小时监控和感染防控体系，保障母婴安全，护理服务NPS（净推荐值）行业领先
差异化环境与口碑	选址天然氧吧，提供“五星级酒店+家庭私密性”双重体验，并通过明星客户背书和社交裂变营销（如夜光车巡游活动）强化高端品牌形象
行业标准制定者	作为《月子中心安全管理与服务规范》起草单位，推动行业标准化，并凭借沙利文认证的“品质价值指数领导者”地位，形成定价权与客户信任壁垒

禧月荟商业模式与扩张路径

- **直营连锁+标准化服务：**禧月荟采用全直营模式，选址高端酒店或湖景区域，提供私密星级环境与管家式服务。通过统一培训护理团队和自主研发的SOP流程，确保服务标准化，单店投资回收期短
- **区域深耕与跨域复制：**以深圳为起点，2017-2020年快速扩张至北京、成都等地，每年新增1-2家门店。2024年进入武汉、青岛，并试点“月子中心+托育”模式，延伸服务链条至0-3岁婴幼儿照护，响应政策需求
- **科技赋能与生态布局：**搭建数字化平台（如小程序）优化客户管理，并拓展母婴健康生态，涵盖产后康复、月嫂平台、早教等八大业务板块，形成全生命周期服务闭环

禧月荟产品概览

月子套餐系列

宝宝护理、妈妈护理系列

科学月子餐系列

来源：弗若斯特沙利文，搜狐新闻，头豹研究院

©2025 LeadLeo

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，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，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。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 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。

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

©2025 LeadLeo

头豹 LeadLeo

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络

行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，支持企业知识库、系统平台及AI应用高效接入和调用

KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品牌在AI搜索与问答中的可见度、准确性与转化效果

报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

商业尽调

面向投资并购和商业决策，评估标的公司的商业前景、价值及风险

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

报告作者

- 刘贵仁 | 首席分析师
- 林淑镱 | 行业分析师

service@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室
广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室
邮编： 518057

上海办公室
上海市静安区南京西路1717号会德丰国际广场2701室
邮编： 200040

南京办公室
江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401
邮编： 210046

专业研究 赋能决策 驱动增长

头豹 LeadLeo

现制饮品创新案例研究专题

「月新饮力」

现制饮品创新案例征集

每月追踪主流品牌新品动态 · 六大维度综合评估

发布月度新品创新榜与深度案例研究

征集背景及方向

现制饮品行业正从"规模增长"迈向"创新驱动"的关键转型期，产品上新速度与创新质量已成为品牌竞争的核心变量。头豹研究院消费行业团队发起「月新饮力」现制饮品创新案例征集，每月追踪主流品牌新品动态，基于六大维度进行综合评估，面向现制茶饮、现磨咖啡、果蔬饮品、乳基饮品等核心赛道广泛征集优秀创新案例，旨在挖掘和表彰行业标杆创新实践，沉淀形成月度新品创新榜与深度案例研究，共同见证中国现制饮品行业的创新升级。

茶底与风味创新：单枞乌龙、抹茶、糯香绿茶等多元茶底与风味融合表达

功能健康创新：低咖啡因、高维C、轻负担等健康化场景创新

食材应用创新：超级植物、区域特色食材、山野元素的挖掘与应用

包装与视觉创新：瓶型、色彩、联名设计等视觉辨识度方面创新

口感与形态创新：双层茶韵、绵密冰沙、咸甜碰撞等口感体验突破

营销与场景创新：上新节奏、场景营销、渠道玩法等品牌创新实践

重要时点

报名信息截止时间	**2026年9月7日**
评审材料截止时间	**2026年9月21日**
评审结果发布	**2026年9月30日**

添加下方参与征集

www.leadleo.com

邮箱：gary.liu@leadleo.com

电话：400-072-5588