



母婴行业解决方案

准动网络科技（厦门）有限公司出品

www.pospal.cn

1 对 1 咨询顾问：400-000-7749 / 0592-3135678



银豹课堂班长
微信关注
了解更多行业知识

国家二胎政策的启动，再次掀起婴儿出生的高潮。在这种高潮的持续影响下，中国母婴市场飞速发展，许多投资人士陆续进入母婴行业，母婴加盟店也顺势火热发展。可以说，母婴服务业已经是一个鲜花行业。之所以说他是一个鲜花行业，是因为生活水平的提高，宝宝成了父母宝贝中的宝贝，特别舍得给宝宝花钱，甚至出现了爷爷、奶奶、外公、外婆、父母、亲人、朋友一大群人都围着宝宝转，也就是我们常说得“六拖一”现象。



很多初涉母婴店的创业者遇到了众多类似的难题，因为自身经验不足和对开店流程的不熟悉，在开店过程中不能正确的把控每一个环节，导致开业时间推迟而错失促销商机。下面就母婴店开店的各个流程进行详细分析，供各位在母婴行业打拼的创业者参考。

母婴服务行业越来越受欢迎的 N 个理由！

- (1) 社会舆论的引导——人们普遍认为，随着生活水平的提高，宝宝成了家里的小皇帝，一家人围着他花钱，市场前景广阔；
- (2) 利润高——婴儿用品利润高，尤其是高端进口产品；
- (3) 赚女人和小孩子的钱——犹太人的这一千古经商名言已经深入人心，女人和小孩作为家庭两大主要的消费群体，市场前景很大；
- (4) 门槛低——婴儿用品店投资可多可少，门槛比较低，最适合多类型的创业人士；
- (5) 大学生毕业后就业情况难——就业情况难，又想自己创业，婴儿用品业会成为不错的选择；
- (6) 加盟商引导——婴儿用品加盟商的广告吸引了大部分人的眼球；
- (7) 思维方式的局限——一般的人士想开店的基本上想到的是：礼品店、服装店、学生用品店、饰品店、婴儿用品店，但凡只会想到这些店的人开店前都会问别人哪个项目好，在这些项目中，婴儿用品店受推荐率最高；
- (8) 年轻妈妈的创业冲动——很多年轻妈妈因为自身购物的产品比较多，也觉得利润高，并且也有购物经验，很容易有自己开店的冲动；
- (9) 进货渠道的便利和产品信息的通畅——以前开婴儿用品店进货渠道很不方便，现在进货渠道多，了解产品信息的通路也多，增加了开婴儿用品店的概率；
- (10) 形式的多样化导致介入的人多——婴儿用品店是形式多样化的行业之一，可以开超市、专卖店、网站、同城配送、可以在商场开专柜，也可以进超市，形式的多样注定了介入的机遇。

母婴服务行业处于什么阶段？具有什么特点？

每一个行业的发展都会经过五个阶段：萌芽期、初长期、成长期、成熟期、衰败期。赚钱的定律是从成长期介入，成熟期退出。母婴服务行业正从初长期进入成长期，外界对婴儿服务业的盲目追捧导致大量母婴店应运而生，行业竞争进入春秋战国时期，鱼龙混杂，这是每个行业的发展规律，经过市场优胜劣汰筛选后，大浪淘沙，剩者为王，不规范的、竞争不强的将淘汰出局，剩下的，或后来再介入的就会开始进入稳

定的成长阶段。母婴店萌芽期靠产品和对手竞争；初长期是靠产品、价格和对手竞争；成长期是靠产品、价格、地理、专业知识、营销、细节和对手竞争，成熟期是靠产品、价格、地理、专业知识、营销、细节、服务和对手竞争！所以，找准自己的定位和竞争优势将帮助你在行业中立于不败之地！

母婴服务行业是一个特殊的行业，购买的是妈妈，使用的是妈妈或宝宝，是一个引导消费特别强的行业，要引导消费者消费，要让她服你，服你才会信你，要让她信你，首先是你要有足够的专业知识让她感觉到你比她懂，并且懂得多得多。

想要开一家母婴店，首先要对这一行业了如指掌，那我们就简单的讲一讲母婴服务店的类型及其定位吧！

对于经营母婴店的经销商来说，必须了解母婴店的市场空间后，才可以通过母婴生活品门店获得高收益。我们看看母婴生活品市场的四种常见店铺类型吧。

● **大型连锁加盟店：**

品牌和品种大而全，占用资金较多，加盟商对加盟者要求高，不太适合初次创业者投资。优点在于其品牌效应很好，很多妈妈会选择口碑较好、且价格亲民的大型连锁店。另外，对于外行人来说，这是入行较快的一个快速通道。



● **中高端商场的店面和柜台：**

这类店面的装修很有档次，主要面对中高端客户，投资门槛相对较高，还需要有高端商场的人脉资源，也不太适合初次创业者。但是这类店面注重服务的销售，往往盈利较高，较看重服务质量的客户群会很忠实。



- **专卖店：**

以销售某个孕婴品牌产品为主的店，并提供一些母婴服务。通常情况下投资门槛不会很高。但这种业态在婴幼儿产品市场不很成熟的情况下会遇到问题，但是如果孕婴品牌本身已经具备了较好的品牌效应，那么消费者的品牌忠诚度通常很高，会持续购买。



- **主题店：**

围绕某个项目或者主题的营销和拓展的店面。比如 0-3 岁婴儿主题店、婴童游泳馆、孕产妇主题店等等，特点是通常产品比较系统。比较容易以创新的方式或服务来吸引顾客，顾客也相对比较忠实，容易产生口碑效应。



这就是常见的母婴店的类型，您在投资和经营母婴生活品门店的时候，不单单是要懂得科学母婴生活品门店，还要培养自己运作母婴生活品门店的超高能力，积累更多经营母婴生活品门店的相关经验等等。只要您可以做到这些，再加上科学的选址，那么您一定可以通过母婴生活品门店挑战其他的竞争对手。那么如何选址呢？

了解了基本情况，想要开好一个母婴店，店铺选址也是很重要的一个过程，以下这些意见，希望

可以给你一些帮助！

开店前必须要多做市场调研，特别自己所在城市消费能力，行业分布，行业规模，消费群体等等，这些调研是不可缺少的工作，选址也很有讲究，不是一成不变的，选址的时候首先是要参考人流，做婴童行业首先是靠医院(妇产医院)，其次是人流旺盛的商业区，但是这两种选址的方法在不同的城市会产生不同效果。

在我们想开母婴用品店前必须要多做市场调研，特别自己所在城市消费能力，行业公布，行业规模，消费群体等等，这些调研是不可缺少的工作：

- **小区房价调研**

调查一下小区附近的房价，一般当地的房价折射出当地的消费能力，即使有一些潜在的需求项目没有被开发出来，原因也可能是受当地整体经济水平和居民购买力限制。

- **小区年龄结构调研**

调查小区的住户年龄层以哪阶段居多，包括近几年结婚的年轻人，三口之家，大概还会有多少的三口之家诞生，消费群是否稳定等等。有关人口数和家庭人口之组成，可参考选址地域街道办事处和派出所存档的

户籍人口数和人口普查资料。家庭成员的年龄不同也会对商品具有不同需求，比如，老龄化的家庭其购物为购买保健品、健身用品、营养食品等；而有儿童的家庭则重点投资于儿童食品、玩具等。这样就能看出这块区域内母婴用品有多少消费潜力。



- **人流量调研**

一般在开母婴用品店选择店址时，要认真测定经过该地点行人的流量，这也就是未来商店的客流量。人流量的大小同该地上下车人数有较大关系。而根据车站出入的顾客年龄结构，可了解不同年龄顾客的需求。开母婴用品店如何选址？上面给大家简单介绍了几种有关开母婴用品店选址的技巧，您都了解了吗？开店选准品牌、合理经营固然重要，但位置是否好也是赚钱与否的关键所在！

选址也很有讲究，不是一成不变的，选址的时候首先要参考人流，做婴童行业首先是靠医院（妇产医院），其次是人流旺盛的商业区，但是这两种选址的方法在不同的城市会产生不同的效果。

- **一级城市的选址**

大城市的孕妇生孩子一般会选择专业的妇产医院和高级人民医院，把店开在医院附近效果会出奇的好，人流旺盛的地段反而有点高出不胜寒了，人流旺盛的地段租金相比会更高，不方便孕妇活动，再者大城市的人文化生活和精神生活比较丰富，也不愿意凑热闹，人流虽然大也不一定是理想的选择，这样开店压力相对要大一些，要以医院和人流多的地段作对比是 60VS40。



- **二级城市选址**

经济发达的二级城市的市场相比人流多的地段要和医院附近要好点，消费者喜欢往人多的地方流动，另外二级城市大部分人口都比较集中，医院反而比较偏僻，寒冷，服务项目也少，引导性不强，生孩子的几天