

2014-2020年中国孕妇装市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国孕妇装市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1409/E64775AU54.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国孕妇装市场现状分析及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了孕妇装行业的概念以及全球孕妇装产业运行状况，接着分析了中国孕妇装行业发展环境，然后对中国孕妇装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国孕妇装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国孕妇装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

孕妇装，顾名思义，是指女性在怀孕时穿的衣服。一般从怀孕四个月开始，随着小腹日益隆起，准妈妈就得换上专门为孕妇设计的孕妇装了。选择孕妇装要以不妨碍胎儿的发育为前提，以宽大舒适、透气性良好、吸汗力强、防暑保暖与穿脱方便的原则，结合自己的喜好和穿着场合综合考虑，以全棉质地为首选，注重实用，可以兼顾哺乳。孕妇装指女性在怀孕时穿的衣服。一般从怀孕四个月开始，选择孕妇装要以不妨碍胎儿的发育为前提，以宽大舒适、透气性良好、吸汗力强、防暑保暖与穿脱方便的原则，结合自己的喜好的穿着场合综合考虑。

据统计：2003年至今，我国新生儿数量已经稳定在1600万人左右，略有波动。1978年，我国新生儿数量为1757万人；进入1980年后，人口生育高峰出现，在1986-1987年达到近期最高水平2550万人。2003年至2012年间，我国新生儿数量已经趋于平稳，维持在1600万人上下略有波动。

2007-2013年中国新生人口数量		年度	新生人口数量：万人	
2007年	1594	2008年	1608	2009年 1615
2010年	1596	2011年	1604	2012年 1635
2013年	1640	资料来源：博思数据整理		

报告目录：

第一章 孕妇装相关概述

第一节 孕妇装简介

一、孕妇装设计要素

二、孕妇装功能

三、孕妇装款式设计

四、孕妇装质地与面料

五、孕妇装尺码、颜色、图案

第二节 常见的孕妇装类型及特点

一、纳米金属孕妇装

二、银离子孕妇装

三、混纺孕妇装

第二章 2012年全球孕妇装市场运营状况分析

第一节 2012年全球孕妇装市场运营环境分析

一、全球经济发展

二、全球母婴用品发展

第二节 2012年全球孕妇装市场剖析

一、全球孕妇装品牌发展

二、全球孕妇装市场营销状况分析

三、全球孕妇装市场需求规模

第三节 2013-2017年全球孕妇装市场前景预测

第三章 中国孕妇装行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国孕妇装行业政策环境分析

第四章 2012年中国孕妇装行业发展态势分析

第一节 中国孕妇装发展

一、中国孕妇装产业进入整合转型新时期

二、中国孕妇装设计

三、中国孕妇装企业格局

四、中国孕妇装品牌发展

第二节 面临的主要问题

一、行业还处于比较低层次的竞争阶段，没有真正的品牌竞争

1、从企业的角度

2、从消费者的角度来讲

二、品牌定位不清晰

1、消费者定位不清晰

2、品牌核心价值空洞

3、多品牌规划不合理

三、营销渠道缺乏创新

四、终端管理跟不上、扩张面临潜伏的危机

五、高层次的人力资源缺乏，组织管理跟不上

六、细分品类没有核心优势稳固其专业地位

第三节 未来出路

一、品牌重新组合

二、研究消费者，占领消费者心智

三、渠道创新

四、建立适应规模市场要求的产品设计——生产——销售系统化、市场化运营的机制

五、强化渠道和终端管理

六、引进专业的职业经理人队伍，规范企业管理

第五章 2012年中国孕妇装细分市场运营状况分析

第一节 休闲孕妇装

一、休闲孕妇装特点分析

二、休闲孕妇装市场营销状况

三、休闲孕妇装消费者关注度

四、休闲孕妇装价格分析

第二节 职业孕妇装

一、职业孕妇装特点分析

二、职业孕妇装市场营销状况

三、职业孕妇装消费者关注度

四、职业孕妇装价格分析

第六章 2012年中国防辐射孕妇装市场分析

第一节 孕妇防辐射服简介

一、防辐射服的原理

二、防辐射服的材料

三、电磁辐射的危害

四、防辐射服的功效

第二节 中国防辐射孕妇装产业发展总况

一、防辐射服起源与发展

二、防辐射服产业发展日趋成熟

三、防辐射服产业企业发展

1、防辐射服加工业企业数量统计

2、行业年销售额及增长速度

四、中国防辐射孕妇装品牌发展

第三节 2012年中国防辐射孕妇装市场分析

一、防辐射孕妇装市场特点

二、防辐射孕妇装市场款式

三、防辐射孕妇装市场宣传与推广

四、防辐射孕妇装质量与防辐射能力

五、防辐射孕妇装市场销售挺火

六、防辐射孕妇装价格

七、防辐射孕妇装专卖市场分析

第四节 2013-2017年中国防辐射孕妇装市场前景预测分析

第七章 2012年中国孕妇装品牌市场发展分析

第一节 高童

一、品牌防辐射孕妇装设计风格

二、高童防辐射孕妇装营销渠道

三、高童防辐射孕妇装市场定位

四、防辐射孕妇装销售状况

第二节 奇妮 (GENNIE'S)

第三节 惠葆(HUIBAO)

第四节 十月妈咪(O.C.T.mami)

第五节 今生宝贝

第六节 君心 (JS Mammy)

第八节 孕美

第九节 仙娉莱 (saplen)

第十节 婷美

第十一节 添香

第十二节 优加

第十三节 森林小树

第十四节 香港欧蓝图

第十五节 FOYOBO妇幼堡

第十六节 爱葆 (ab)

第十七节 安妮妈妈(ANNY MO)

第十八节 碧邦孕装 (beborn)

第十九节 摩登妈咪(best mom)

第二十节 香港: 德莱茜(Delivory)

第二十一节 芙杜(fourtou)

第二十二节 时尚小妈咪(Fashion mami)

第二十三节 芳馨妈咪(fashion mumu)

第二十四节 和恩诗(Herhers)

第二十五节 莱薇妈咪 (LOVESMAMA)

第二十六节 莎碧娜

第二十七节 有喜(UKI)

第二十八节 喜度 (seetoo)

第二十九节 西番雅 (xifanya)

第三十节 雅诗靓妈咪

第二十一节 也诺 (YENO)

第八章 国际孕妇装品牌中国市场营销状况分析

第一节 国际孕妇装品牌国内市场运营现状

一、国际品牌进入中国市场方式

1、寻找合作伙伴

2、国内代理

3、给OEM厂家品牌授权

二、外资品牌进入加速品牌重组

第二节 好妈妈Excellent（德国进口）

第三节 Adored（英国品牌德国材料）

第四节 sanwa（日本材料）

第五节 canlemon（日本材料）

第六节 espantildra（西班牙材料）

第七节 stradivarius（西班牙材料）

第八节 珂莱曼(canlemon)----日本

一、设计理念

二、营销渠道

三、市场定位

第八节 韩国: petete marlee

第九章 2012年中国孕妇装市场深度调研

第一节 受访者基本特征

一、您的年龄

二、您的职业 [多选题]

三、教育程度 [多选题]

四、您的收入水平

第二节 消费者深度调研

一、对孕妇装功能了解

二、对防辐射孕妇装使用必要性分析

三、您购买孕妇装渠道

四、您对孕妇装面料的要求是

五、比较喜欢什么颜色的孕妇装

六、购买孕妇装主要考虑的因素是什么

七、您喜欢什么款式的孕妇装（连衣裙、上衣配裤子、连身裤、背带裤、连衣裙配裤子）

八、您是通过什么方式了解孕妇装品牌的

九、喜欢什么风格的孕妇装（日韩可爱、欧式时尚、美式休闲、其他）

第十章 2012年中国孕妇装市场竞争新格局分析

第一节 中国孕妇装核心竞争要素

一、孕妇装材质、面料

二、孕妇装设计款式

三、孕妇装品牌

四、孕妇装价格

第二节 中国孕妇装行业竞争结构分析

一、结构层次明显，品牌集中度较低

二、国内的孕妇装品牌大致呈以下竞争格局

1、第一梯队-----定位在中高端，具有较强的品牌力

2、第二梯队-----占据了中档品牌的主要市场

3、第三梯队

三、国际品牌和资本正伺机而入

第三节 2013-2017年中国孕妇装竞争趋势预测分析

第十一章 2012年中国孕妇装重点企业运营财务指标分析

第一节 婷美

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广州市今生宝贝服装实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 杭州孕美服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2012年中国孕妇装上游（面料及工艺）发展分析

第一节 2012年中国孕妇装发展及演进

- 一、第一代防辐射服产品采用喷涂工艺
- 二、第二代防辐射服采用镀膜工艺
- 三、第三代防辐射服采用金属纤维与纯棉纤维混纺工艺
- 四、第四代防辐射服产品是多离子织物
- 五、第五代这种防辐射服是金属织物

第二节 现阶段最常用纳米银纤维面料

第三节 中国孕妇装其它面料分析

- 一、纯棉
- 二、有机面料
- 三、真丝

第十三章 2013-2017年中国孕妇装市场前景与趋势预测

第一节 2013-2017年中国孕妇装产业前景预测

- 一、孕妇装企业发展前景
- 二、防辐射孕妇装专卖盈利预测

第二节 2013-2017年中国孕妇装产业发展趋势预测

- 一、孕妇装装时装化潮流
- 二、中国孕妇装新设计趋势
- 三、中国孕妇装材料发展及应用前景预测

第三节 2013-2017年防辐射孕妇装市场规模及增长预测分析

第四节 2013-2017年中国孕妇装市场盈利预测分析

第十四章 2013-2017年中国孕妇装投资前景预测

第一节 中国孕妇装投资概况

- 一、孕妇装投资环境
- 二、孕妇装投资特性
- 三、孕妇装市场成熟度分析

第二节 2013-2017年中国孕妇装市场投资机会分析

一、孕妇装投资潜力

二、经营孕防辐射服妇装蕴藏商机

三、孕妇装产业链投资商机

第三节 2013-2017年中国孕妇装市场投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、资金风险

三、原料供给风险

四、市场竞争风险

第四节 博思数据投资观点

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2007-2013年中国新生人口数量统计：万人

图表：2007-2013年中国结婚人口数量统计：万对

图表：2007-2013年中国人口出生率分析：万人

图表：二胎政策放松对我国人口新生人口的影响分析

图表：2007-2013年中国孕妇装市场规模统计：亿元

图表：2007-2013年中国孕妇装消费量统计：万件套

图表：2013年中国孕妇装市场品牌格局

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1409/E64775AU54.html>