

2013-2018年中国孕妇装产业市场深度分析与投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国孕妇装产业市场深度分析与投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/145243.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

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。

根据国家统计局数据：2012年全年我国出生人口1635万人，出生率为12.10‰；从近年来我国新生人口数量来看，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。随着我国80，90一代逐步步入婚育高峰期、二胎政策放宽预期、消费能力与消费观念等多重因素的推动下，我国孕妇装产业面临良好的发展前景。

《2013-2018年中国孕妇装产业市场深度分析与投资前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于孕妇装产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为孕妇装产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析孕妇装产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对孕妇装产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了孕妇装产品的行业概况、市场发展现状及孕妇装产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究孕妇装市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对孕妇装行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对孕妇装产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和孕妇装的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 孕妇装行业相关概述

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 2013年中国孕妇装行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、中国房地产业情况
- 五、中国制造业采购经理指数

第二节 2013年中国孕妇装行业政策环境分析

- 一、行业标准
- 二、质量监管
- 三、相关产业政策

第三节 2013年中国孕妇装行业社会环境分析

- 一、中国迎来了新一轮的结婚潮及生育高峰期
- 二、中国新生儿出生率
- 三、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2013年全球孕妇装市场运营状况分析

第一节 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 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

第四章 2013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
- 二、品牌定位不清晰
- 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2013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2013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 2013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 2013-2018年中国防辐射孕妇装市场前景预测分析

第七章 2013年中国孕妇装上游（面料及工艺）发展分析

第一节 2013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

第八章 2013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)

第九章 2013年全球孕妇装品牌中国市场营销状况分析

第一节 全球孕妇装品牌国内市场运营现状

一、全球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 espartildra（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

第十章 2013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、全球品牌和资本正伺机而入

第十一章2013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、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 广州市今生宝贝服装实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 杭州孕美服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析
- 其他••••• 详见报告

第十二章 2013-2018年中国孕妇装市场前景与趋势预测

第一节 2013-2018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 2013-2018年中国孕妇装产业发展趋势预测

- 一、孕妇装时装化潮流
- 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 2013-2018年防辐射孕妇装市场规模及增长预测分析

第四节 2013-2018年中国孕妇装市场盈利预测分析

图表目录：（部分）

- 图表：2008-2012年我国新生儿人口数量统计：万人
- 图表：2008-2012年我国新婚登记人数统计：万对
- 图表：分地区投资相邻两月累计同比增速
- 图表：2012-2013年6月固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2012-2013年6月固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2013年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表：2012年6月-2013年6月全国居民消费价格涨跌幅
- 图表：2012年6月-2013年6月鲜菜与鲜果价格变动情况
- 图表：2013年6月份居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表：2013年6月份居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表：2013年6月居民消费价格主要数据
- 图表：2012年6月-2013年6月规模以上工业增加值同比增长速度
- 图表：2013年6月份规模以上工业生产主要数据

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/145243.html>