

2018-2024年中国孕妇装行业 分析与发展方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国孕妇装行业分析与发展方向研究报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/F29847PXRV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国孕妇装市场整体竞争十分激烈，市场参与者众多，主要的孕妇装品牌超过二十个，同时还有大量非品牌孕妇装参与市场竞争。在品牌孕妇装中，主要领导品牌有十月妈咪、婧麒、快乐屋、孕之彩、添香、孕美、奇妮、惠葆、朵雅、君心、今生宝贝、百伶妈妈和尤美等。其中，十月妈咪作为中国最早的国内孕妇装品牌，定位于中高端人群，多年来一直占有行业领导地位。同时，十月妈咪产品线丰富，除了传统的孕妇防辐射装以外，还有外出服、内衣裤和束缚带等。中国孕妇装市场中其他竞争对手诸如添香和婧麒都是以防辐射服为主要产品的公司。

2015年二胎政策提出之后，市场迎来孕婴用品销售小高峰，2016年我国孕妇装市场专业企业数量达到了几百家，大大小小的企业数量上千家，2016年我国孕产用品规模约648.5亿元，其中孕妇装规模约238.6亿元，占比36.79%。

2010-2016年中国孕妇装市场规模及占比情况

如今随着80后，90后逐步走向婚姻殿堂，越来越多80后90后生育旺盛期的妇女将成为人口生育的主力军，未来将会迎来一波一波的孕育高峰。这样以来孕妇相关产业必将是一个蓬勃发展，商机无限的行业。80后为主的孕妇群体，大多是追崇品牌消费、迎合时尚且个性张扬的职场女性，80后对品牌的青睐，对前卫的向往，将不断刺激孕妇装市场的消费，面对这个不断崛起的消费群体，国际品牌跃跃欲试，十月妈咪引进了唯一登上米兰时装周的孕妇装品牌——意大利的Pietro Brunelli和有喜品牌，这也将促进国内企业提升产品质量水准，努力发展品牌孕妇装，满足时尚孕妈的要求。

报告目录：

第一章 全球孕妇装行业运行形势分析 2

第一节 全球孕妇装行业发展历程 2

国际孕妇装市场发展速度较快由于经济发达程度小同，整体而言，发达国家及地区的孕妇装起步较早，由于有了巨大的社会需求，发达国家和地区的服装企业就有了很大的孕妇装市场，至今已经发展成为一个很成熟、很大的市场，有很多个专业孕妇装生产企业，并且收益显著。

国外孕妇装重点品牌 品牌 1 Isabella oliver 2 seraphine 3 Jojo maman bebe 4

Gap 5 优衣库 6 Topshop 7 Motherhood 8 ASOS 资料来源：公开资料整理

作为21世纪的朝阳产业，很多大型服装企业及著名服装设计师纷纷涉足该市场:Gap和Old Navy已开始设计生产孕妇装，人们自我思想意识的提高，著名服装生产企业的倾力加盟，国际孕妇装市场显现出越来越大的发展空间。2016年全球孕妇装市场规模为452.2亿美元，较2015年的432.7亿美元增长4.5%。

2011-2016年全球孕妇装市场规模走势图（单位：亿美元）资料来源：公开资料整理

第二节 全球孕妇装行业市场发展情况 3

一、全球孕妇装行业供给情况分析 3

二、全球孕妇装行业需求情况分析 4

第三节 全球孕妇装行业主要国家及区域发展情况分析 4

第四节 全球孕妇装行业市场发展趋势预测分析 5

第二章 2012-2016年中国孕妇装行业发展环境分析 7

第一节 2012-2016年中国经济环境分析 7

一、宏观经济环境 7

二、国际贸易环境 32

第二节 2012-2016年孕妇装的行业发展政策环境分析 39

一、行业政策影响分析 39

二、相关行业标准分析 40

第三节 2012-2016年孕妇装的行业发展社会环境分析 48

第三章 中国孕妇装行业市场总体运行情况分析 61

第一节 中国孕妇装行业规模情况分析 61

一、行业单位规模情况分析 61

二、行业人员规模状况分析 61

三、行业资产规模状况分析 62

四、行业市场规模状况分析 62

第二节 市场壁垒 63

第三节 竞争情况分析 64

一、现有企业间竞争 64

二、潜在进入者分析 64

三、替代品威胁分析 65

第四节 国际竞争力比较 65

第五节 市场集中度分析 65

第四章 2014年中国孕妇装行业供需情况分析 67

第一节 中国孕妇装市场现状分析 67

第二节 中国孕妇装产量分析 68

一、孕妇装产业总体产能规模 68

二、孕妇装生产区域分布 68

第三节 中国孕妇装市场需求分析 69

第四节 行业供需平衡状况分析 70

一、孕妇装行业供需平衡现状 70

二、影响行业供需平衡的因素分析 70

三、孕妇装行业供需平衡走势预测 70

第五章 中国孕妇装行业发展现状分析及市场规模分析 72

第一节 中国孕妇装行业发展分析 72

一、2012-2016年中国孕妇装行业发展态势分析 72

二、2012-2016年中国孕妇装行业发展特点分析 72

三、2012-2016年中国孕妇装行业市场供需分析 75

第二节 中国孕妇装产业特征与行业重要性 75

第三节 孕妇装行业特性分析 76

第四节 2016年中国孕妇装市场规模分析 77

第五节 2016年中国孕妇装区域市场规模分析 79

一、2016年东北地区市场规模分析 79

二、2016年华北地区市场规模分析 82

三、2016年华东地区市场规模分析 84

四、2016年华中地区市场规模分析 88

五、2016年华南地区市场规模分析 90

六、2016年西部地区市场规模分析 93

第六节 2018-2024年中国孕妇装市场规模预测 97

第六章 孕妇装行业产品价格分析 99

第一节 中国孕妇装行业产品历年价格回顾	99
第二节 中国孕妇装行业产品当前市场价格	99
一、产品当前价格分析	99
二、产品未来价格预测	100
第三节 中国孕妇装行业产品价格影响因素分析	100
第七章 孕妇装行业替代品及互补产品分析	103
第一节 孕妇装行业替代品分析	103
一、替代品种类	103
二、主要替代品对孕妇装行业的影响	103
三、替代品发展趋势分析	104
第二节 孕妇装行业互补产品分析	105
一、行业互补产品种类	105
二、主要互补产品对孕妇装行业的影响	106
三、互补产品发展趋势分析	106
第八章 孕妇装行业竞争格局及竞争策略分析	107
第一节 孕妇装行业竞争格局分析	107
一、行业集中度分析	107
二、行业竞争格局	107
三、竞争群组	108
四、孕妇装行业竞争关键因素分析	109
第二节 孕妇装行业市场竞争策略分析	111
一、行业国际竞争力比较	111
二、孕妇装企业竞争策略分析	112
第九章 孕妇装主要上下游产品分析	114
第一节 孕妇装上下游分析	114
一、与行业上下游之间的关联性	114
二、上游原材料供应形势分析	114
三、下游产品解析	124
第二节 孕妇装行业产业链分析	125

一、行业上游影响及风险分析	125
二、行业下游风险分析及提示	126
三、关联行业风险分析及提示	126
第十章 孕妇装行业渠道与行业品牌分析	129
第一节 孕妇装行业渠道分析	129
一、渠道格局	129
二、渠道形式	130
三、渠道要素对比	130
四、各区域主要代理商情况	130
第二节 孕妇装行业品牌分析	131
一、品牌数量分析	131
二、品牌推广方式分析	133
三、品牌美誉度分析	135
四、品牌的选择情况	136
第十一章 女装行业进出口分析	137
第一节 出口分析	137
一、2014年女装出口总况分析	137
二、2014年女装出口量及增长情况	137
三、2014年女装细分行业出口情况	137
四、出口流向结构	137
五、出口产品	137
六、主要出口企业	137
七、出口价格特征分析	137
第二节 进口分析	138
一、2014年女装进口总况分析	138
二、2014年女装进口量及增长情况	138
三、2014年女装细分行业进口情况	138
四、国家进口结构	138
五、进口产品结构	138

第十二章 孕妇装行业重点企业竞争分析	139
第一节 上海母婴之家网络科技股份有限公司	139
一、企业基本概况	139
二、2012-2016年企业经营与财务状况分析	139
三、2012-2016年企业竞争优势分析	140
四、企业未来发展战略与规划	141
第二节 上海广生行母婴用品股份有限公司	142
一、企业基本概况	142
二、2012-2016年企业经营与财务状况分析	143
三、2012-2016年企业竞争优势分析	144
四、企业未来发展战略与规划	146
第三节 上海宜信服装有限公司	147
一、企业基本概况	147
二、2012-2016年企业经营与财务状况分析	147
三、2012-2016年企业竞争优势分析	148
四、企业未来发展战略与规划	148
第四节 广州市今生宝贝服装实业有限公司	149
一、企业基本概况	149
二、企业经营与财务状况分析	149
三、企业竞争优势分析	150
四、企业未来发展战略与规划	151
第五节 广州五羊化妆品有限公司	151
一、企业基本概况	151
二、企业经营与财务状况分析	152
三、企业竞争优势分析	153
四、企业未来发展战略与规划	153
第十三章 2018-2024年中国孕妇装行业发展前景预测	154
第一节 未来孕妇装行业发展趋势分析	154
一、未来孕妇装行业发展分析	154
二、未来孕妇装行业技术开发方向	155
三、总体行业“十三五”整体规划及预测	156

第二节 2018-2024年孕妇装行业运行状况预测 157

一、2018-2024年孕妇装行业工业总产值预测 157

二、2018-2024年孕妇装行业销售收入预测 158

三、2018-2024年孕妇装行业总资产预测 159

第十四章 孕妇装行业风险与投资策略分析 159

第一节 孕妇装行业风险分析 159

一、行业环境风险 159

二、行业产业链上下游风险 160

三、行业政策风险 160

四、行业市场风险 160

五、行业其他风险分析 161

第二节 孕妇装投资策略分析 161———ZYCY

一、行业总体发展前景及市场机会分析 161

二、企业营销策略 162

三、企业投资策略 163

四、企业应对当前经济形势策略建议 165

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/F29847PXRV.html>