

2016-2022年中国孕妇装市场 调查与投资前景评估报告

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

《2016-2022年中国孕妇装市场调查与投资前景评估报告》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/Z227199IU2.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

据统计，目前国内专业生产孕妇装的企业仅100多家，大多数企业规模较小，不少是家庭作坊式生产，技术含量低、实力较弱，知名的孕妇装品牌不足10家，市场领先品牌面临着需求旺盛、市场份额可望大幅攀升的机遇。

目前国内的孕妇装品牌主要有两个层次，一是以十月妈咪、奇妮、克莱曼为代表的中高端品牌，主要渠道是主流商场和百货公司；第二类是以孕美、今生宝贝和君心为代表的中低端品牌，主要走的是孕婴童组合店路线；此外还有一些低端品牌，见缝插针地分散在批发市场和二三线城市以下的孕婴童组合店。

尽管国内孕妇装的品牌集中度较低，还没出现龙头企业，但随着近年来的割据混战，一些企业通过提升和扩张渠道，不断强化品牌，逐渐在首轮赛跑中确立了自己的领先地位。

《2016-2022年中国孕妇装市场调查与投资前景评估报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了孕妇装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国孕妇装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国孕妇装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章全球孕妇装行业运行形势分析

第一节全球孕妇装行业发展历程

第二节全球孕妇装行业市场发展情况

一、全球孕妇装行业供给情况分析

二、全球孕妇装行业需求情况分析

第三节全球孕妇装行业主要国家及区域发展情况分析

第四节全球孕妇装行业市场发展趋势预测分析

第二章2012-2015年中国孕妇装行业发展环境分析

第一节2012-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济环境

二、国际贸易环境

第二节2012-2015年孕妇装的行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节2012-2015年孕妇装的行业发展社会环境分析

第三章中国孕妇装行业市场总体运行情况分析

第一节中国孕妇装行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节市场壁垒

第三节竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节国际竞争力比较

第五节市场集中度分析

第四章2014年中国孕妇装行业供需情况分析

第一节中国孕妇装市场现状分析

我国孕妇装市场主要推动因素分析

1、至2020年，中国婴童数量将持续提高

随着80后和90后进入婚育高峰期，2012年开始中国迎来了第四次婴儿潮。国家统计局数据显示：2013年中国出生人口1640万人，比2012年“龙宝宝”生育潮还高出5万人左右，2014年全年出生人口1687万人，出生率为12.37‰。

根据第六次人口普查数据，2010年中国15-49岁育龄妇女3.8亿人，其中20-29岁生育旺盛期妇女达1.14亿人。预计2017年之前，中国育龄妇女人数将维持在3.5亿人以上，生育旺盛期人数在1.0亿人以上。

根据联合国测算，2010-2015年/2016-2022年中国人口出生率分别为1.34%/1.22%；出生率保持

在较高水平，而2020年之后出生率将逐渐减速。与此对应，我国儿童人口正迎来黄金增长期。根据联合国测算，中国儿童人口增速在2012年由负转正，在2012-2020年期间持续正增长，到2020年儿童人口数景达到峰值2.61亿人。

二、二胎政策已在全国范围内逐步实施

目前全国全部省份已经开放“双独”家庭二胎生育政策，近20个省份取消了二胎生育间隔。2013年11月15日，党的十八届二中全会审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，“单独二胎”政策启动。

假设二胎政策落地后，60%的单独家庭愿意在未来五年内继续生育二胎，则我们估算每年二胎生育率将上升1个千分点。由于从政策宣布准许育龄家庭怀二胎，到首轮二胎婴儿出生需要近一年时间，预计新增人口产生的市场需求将在2015年下半年到2016年上半年间呈现。预计届时全国每年新增出生人口100-200万人，有助于拉升儿童产业市场规模扩容。

上世纪80年代以前，国内孕妇装市场仍然一片空白。随着经济的发展和消费观念的转变，孕妇装市场悄然兴起。经过十多年的发展，中国的孕妇装经历了一个从无到有、从简单到精细的发展过程，而如今“80后”“90后”逐渐进入生育季节，更是为孕妇装的起飞提供了一个庞大的客户基数。

与欧美国家相比，中国的“80后”“90后”大部分是独生子女，4-2-1型的家庭结构让准妈妈们自怀孕伊始，就享受到了其他家庭成员的高度重视和悉心照顾，对于和孕妇有关的所有产品都舍得“一掷千金”。据统计：2006年我国孕妇装市场规模仅为10亿元，到2014年行业规模增长至62亿元。

除了数量和市场规模上的提升，“80后”准妈妈的出现更是对孕妇装的品质和个性化提出了更高的要求，推动孕妇装从舒适性向时尚功能性转变。由于职业女性比例高，大部分孕妇在怀孕中晚期仍需要工作，因此对孕妇职业装和外出服的需求很大，而目前市场上的孕妇装仍以休闲和家居服为主，选择的余地比较少，这为今后孕妇装市场的进一步细分和成长提供了充足的空间。

第二节中国孕妇装产量分析

一、孕妇装产业总体产能规模

二、孕妇装生产区域分布

第三节中国孕妇装市场需求分析

第四节行业供需平衡状况分析

一、孕妇装行业供需平衡现状

二、影响行业供需平衡的因素分析

三、孕妇装行业供需平衡走势预测

第五章中国孕妇装行业发展现状分析及市场规模分析

第一节中国孕妇装行业发展分析

一、2012-2015年中国孕妇装行业发展态势分析

二、2012-2015年中国孕妇装行业发展特点分析

三、2012-2015年中国孕妇装行业市场供需分析

第二节中国孕妇装产业特征与行业重要性

第三节孕妇装行业特性分析

第四节2014年中国孕妇装市场规模分析

第五节2014年中国孕妇装区域市场规模分析

一、2014年东北地区市场规模分析

二、2014年华北地区市场规模分析

三、2014年华东地区市场规模分析

四、2014年华中地区市场规模分析

五、2014年华南地区市场规模分析

六、2014年西部地区市场规模分析

第六节2016-2022年中国孕妇装市场规模预测

第六章孕妇装行业产品价格分析

第一节中国孕妇装行业产品历年价格回顾

第二节中国孕妇装行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节中国孕妇装行业产品价格影响因素分析

第七章孕妇装行业替代品及互补产品分析

第一节孕妇装行业替代品分析

一、替代品种类

二、主要替代品对孕妇装行业的影响

三、替代品发展趋势分析

第二节孕妇装行业互补产品分析

- 一、行业互补产品种类
- 二、主要互补产品对孕妇装行业的影响
- 三、互补产品发展趋势分析

第八章孕妇装行业竞争格局及竞争策略分析

第一节孕妇装行业竞争格局分析

- 一、行业集中度分析
- 二、行业竞争格局
- 三、竞争群组
- 四、孕妇装行业竞争关键因素分析
 - 1、价格
 - 2、渠道
 - 3、产品/服务质量
 - 4、品牌

第二节孕妇装行业市场竞争策略分析

- 一、行业国际竞争力比较
- 二、孕妇装企业竞争策略分析

第九章孕妇装主要上下游产品分析

第一节孕妇装上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节孕妇装行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第十章孕妇装行业渠道与行业品牌分析

第一节孕妇装行业渠道分析

- 一、渠道格局

二、渠道形式

三、渠道要素对比

四、各区域主要代理商情况

第二节孕妇装行业品牌分析

一、品牌数量分析

二、品牌推广方式分析

三、品牌美誉度分析

四、品牌的选择情况

第十一章女装行业进出口分析

第一节出口分析

一、2014年女装出口总况分析

二、2014年女装出口量及增长情况

三、2014年女装细分行业出口情况

四、出口流向结构

五、出口产品

六、主要出口企业

七、出口价格特征分析

第二节进口分析

一、2014年女装进口总况分析

二、2014年女装进口量及增长情况

三、2014年女装细分行业进口情况

四、国家进口结构

五、进口产品结构

第十二章孕妇装行业重点企业竞争分析

第一节A公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2012-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2012-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2012-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2012-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十三章2016-2022年中国孕妇装行业发展前景预测

第一节未来孕妇装行业发展趋势分析

- 一、未来孕妇装行业发展分析
- 二、未来孕妇装行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第二节2016-2022年孕妇装行业运行状况预测

- 一、2016-2022年孕妇装行业工业总产值预测
- 二、2016-2022年孕妇装行业销售收入预测
- 三、2016-2022年孕妇装行业总资产预测

第十四章孕妇装行业风险与投资策略分析

第一节孕妇装行业风险分析

一、行业环境风险（zyyzg）

二、行业产业链上下游风险

三、行业政策风险

四、行业市场风险

五、行业其他风险分析

第二节孕妇装投资策略分析

一、行业总体发展前景及市场机会分析

二、企业营销策略

三、企业投资策略

四、企业应对当前经济形势策略建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Z227199IU2.html>