



艾凯咨询
ICAN Consulting

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

一、调研说明

《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》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/235269.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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，我国新生婴儿数量已经稳定在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，为企业的发展和对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 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

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.icandata.com/view/235269.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。