

2022-2028年中国孕妇装行业 发展趋势与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国孕妇装行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202112/259478.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

孕妇装是指女性在怀孕时穿的衣服。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，以全棉质地为首选，注重实用，可以兼顾哺乳。刚刚怀孕的时候，你也许会想，只要买些比平时大一、两个尺码的衣服就可以把整个孕程对付过去了，而事实上，女性在怀孕期间的穿着和平时会有很大区别，比如衣物应当更加宽松，更加利于排汗，面料还应该避免刺激皮肤，在怀孕中后期，孕妇装还要有一定的承托腹部，减轻肩部、背部压力的作用，因此，选择孕妇服是确有必要的，同时也是有一定讲究的。

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。“全面二孩”政策的正式实施也增强了中国家庭的生育意愿，进而刺激孕妇服装产业市场需求。中国孕妇服装零售总额将在2021年达到376.4亿元，未来5年的年均复合增长率达13.0%。未来中国孕妇装产业产品将越来越丰富，品牌层次定位更加清晰。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国孕妇装行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了孕妇装相关概念及发展环境，接着分析了中国孕妇装规模及消费需求，然后对中国孕妇装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国孕妇装面临的机遇及发展前景。您若想对中国孕妇装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。

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。

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 2019年全球孕妇装市场运营状况分析

第一节 2019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 2019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 2015-2019年全球孕妇装市场发展分析

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、2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2022-2028年中国防辐射孕妇装市场前景预测分析

第七章 2019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 2019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 2019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 2022-2028年中国孕妇装竞争趋势预测分析

第十一章 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 2019年中国孕妇装上游（面料及工艺）发展分析

第一节 2019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 2022-2028年中国孕妇装市场前景与趋势预测

第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年防辐射孕妇装市场规模及增长预测分析

第四节 2022-2028年中国孕妇装市场盈利预测分析

第十四章 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 投资观点（ ）

图表目录：

图表1：孕妇装行业生命周期

图表2：孕妇装行业产业链结构

图表3：2015-2019年全球孕妇装行业市场规模

图表4：2015-2019年中国孕妇装行业市场规模

图表5：2015-2019年孕妇装行业重要数据指标比较

图表6：2015-2019年中国孕妇装市场占全球份额比较

图表7：2015-2019年孕妇装行业工业总产值

图表8：2015-2019年孕妇装行业销售收入

图表9：2015-2019年孕妇装行业利润总额

图表10：2015-2019年孕妇装行业资产总计

图表11：2015-2019年孕妇装行业负债总计

图表12：2015-2019年孕妇装行业竞争力分析

图表13：2015-2019年孕妇装市场价格走势

图表14：2015-2019年孕妇装行业主营业务收入

图表15：2015-2019年孕妇装行业主营业务成本

图表16：2015-2019年孕妇装行业销售费用分析

图表17：2015-2019年孕妇装行业管理费用分析

图表18：2015-2019年孕妇装行业财务费用分析

图表19：2015-2019年孕妇装行业销售毛利率分析

图表20：2015-2019年孕妇装行业销售利润率分析

图表21：2015-2019年孕妇装行业成本费用利润率分析

图表22：2015-2019年孕妇装行业总资产利润率分析

图表23：2015-2019年孕妇装行业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/259478.html>