

中国孕妇装行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国孕妇装行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/631227.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、行业基本概述

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。

孕妇服装是指女性在孕期及产后所穿的衣服，其根据女性孕期及产后的生理特点和需求而专门设计，具有较强的专业性和一定的时尚感，对面辅料和制作工艺的要求较高。

项目 孕妇装 普通女装 产品类别 孕妇服装由于其消费群体的单一性和特殊性，是一个细分的市场，主要分为一般孕妇装和功能性服饰两大类，其中一般孕妇装主要包括外出服、居家休闲哺乳服和内衣等类别，功能性服饰主要为防辐射服。随着孕妇服装市场的不断发展以及孕妇消费群体对个性化、多样化、时尚化需求的不断凸显，孕妇服装产品类别将进一步丰富，品种和风格将日趋繁多，诸如商务装、运动装、礼服等新兴产品已涌现市场。普通女装市场巨大且活跃，消费者需求层次较多，产品风格款式丰富多样。按季节不同，可划分为春、夏、秋、冬款；按年龄不同，可划分为少女装、淑女装、熟女装、中老年女装等；按使用场合的不同，可划分为职业装、商务装、休闲装、运动装、旅游装、礼服等；按设计风格的不同，可划分为瑞丽风格、日韩风格、学院风格、欧美风格、通勤风格、民族风格等。

面辅料 孕妇服装优先考虑面辅料的舒适性、安全性和功能性。为此，孕妇服装对面辅料的弹性要求较高，尤其在腹部的位置，通常使用具有高弹力的棉质针织面料，舒适度较高的天丝、莫代尔、竹纤维等人造纤维针织布也成为可选面料。针对功能性较强的防辐射服，一般会选择银针织面料，也有选择镀有金属离子锦纶针织和梭织面料。目前，具备较好屏蔽电磁波功效的银纤维面料广受消费者喜爱，但其成本较为昂贵。在面料选择上，普通女装的范围较广，除了常见的棉、麻、丝、化纤等材料外，还包括许多现代新型材料。女装生产厂商通常根据不同的服装风格，如文艺、时尚、性感、奢侈等，并综合考虑美观、设计、舒适度以及成本等因素，对面料进行筛选。设计 由于孕妇特有的体型，孕妇服装往往需要根据孕妇的怀孕周期及其他特殊需求有针对性地进行设计。例如，考虑到孕妇的行动不便，孕妇上装和连衣裙款式多为宽松的廓形设计以及前片或侧缝开口设计；考虑到孕妇腹围会逐渐变大并超过臀围，孕妇下装一般会将腰围提高到腹突点的上方，以包裹全部或大部分肚子，保证下装不会滑落并给肚子以包裹的安全感。此外，孕妇装设计也会增加哺乳口功能，以方便产后身材还未恢复并需要哺乳的客户群。普通女装的设计则建立在对女性心理、生理、审美、社会属性等特征的研究基础之上，综合考虑季节、地域、风格、文化习俗、宗教信仰等方面的差异，结合时尚潮流趋势、消费者偏好等因素，形成女装丰富多样的外观和款式变化。

穿着时间 女性在怀孕及产后期间穿着孕妇服装，并且在现代社会电子产品大规模使用及孕产安全意识逐步提高的背景下，越来越多的女性在备孕期间即穿着防辐射服，因此孕妇服装的穿着时间可能覆盖 1 年甚至 2 年的时间，平均每件孕妇服装的实际穿着时间较长。考虑

到女装的较强时尚性与流行性，较多的购买数量等因素，平均每件女装的实际穿着时间并不长。复购率由于女性的怀孕次数有限，因此孕妇服装的消费重复率相对较低，孕妇服装企业需要不断地开发与吸引新的消费者。普通女装的生命周期较长，消费重复率相对较高。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、行业市场规模现状

受制于我国人口的老齡化，以及各种因素的叠加，我国孕妇数量开始出现一定的下滑，孕妇装行业规模也处于增长停滞的状态，2022年孕妇装市场规模约为115.37亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

1、连衣裙类

连衣裙在款式上以两件套热度和销售最高，市场吸引力强；以法式为主的风格是当下主流，同时，对功能延展、舒适升级和悦己场景的需求热度较高。吊带/背心在款式上短裤背心搜索热度高，是主要的款式需求；在款式多元化、面料升级、保暖和哺乳上是品类市场的主要需求。2022年连衣裙类孕妇装市场规模约为43.84亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、T恤类

T恤类衣服在孕妇装当中属于较为中庸的选择，孕妇类T恤普遍具备宽松下垂、圆领长袖运动衫以及无袖套领恤衫等特征，这些上衣看上去很好，而且分娩后仍旧能穿，不过上衣要保证宽大且长。2022年，T恤类孕妇装市场规模约为24.23亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、打底类

孕裤装中打底裤是主流，孕妇阔腿裤和直筒裤是销售额增长的趋势品类。孕妇打底裤中安全裤是搜索热度最高的款式，市场吸引力强；款式及功能的多元化、面料升级和大码打底裤是孕妇打底裤品类市场的主要需求。低腰阔腿裤市场吸引力强；款式多元、宽松运动风、绿色环保面料和季节性功能是阔腿裤品类市场的主要需求。直筒裤最受欢迎的款式是烟管裤，市场吸引力强；款式多元、季节性面料、可调节功能和复古风潮是直筒裤品类市场的主要需求。2022年打底类孕妇装市场规模约为18.46亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、行业需求情况

近年来我国孕妇数量保持稳定，每年在1500万上下波动，不过未来不容乐观，我国可能会进入人口负增长阶段，这对我国孕妇装行业长远发展有较大影响，短期内可能加剧行业竞争。

资料来源：观研天下数据中心整理

由于多重因素叠加，当前我国生育意愿持续下降，使得孕妇数量开始出现负增长，不过孕妇装的渗透率仍然存在一定的增长空间，截止2022年，孕妇装渗透率达到83.04%。

资料来源：观研天下数据中心整理

四、消费市场特点分析

数据显示：新一代母婴群体中大学学历占比为95%，其中硕士及以上学历占比达到11%；母婴家庭平均收入也由去年的1.8万元提升22%至2.2万元。此外，90后宝爸宝妈成为母婴群体主力军，占比近半数。

可以看出，相较传统母婴群体，新一代宝妈宝爸的文化水平与经济实力都有了显著提升。也正因此他们更注重优生优育理念，消费行为上更倾向满足快乐悦己和健康安全的双重需求。报告显示，96%母婴群体在备孕阶段就会购买专属消费品，孕妇对孕期的着装打扮同样重视，不少孕妇希望在孕期时的衣服也能时尚美丽，“悦己”消费成为行业趋势，有望使孕妇装行业市场规模扩大。

1、需求偏好

在孕妇装需求偏好中，准妈妈最注重的还是舒适性，其次是面料和款式，后面是功能，价格，颜色，和品牌。可见由于时期的特殊性，舒适方便成为准妈妈的第一选择。孕妇在购买时首先考虑的是舒适性占比57.03%，其次考虑的是面料占比30.61%，接着是款式、功能、价格等需求偏好。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、价格偏好

与普通服装相比，孕妇装的价格普遍较高，单件服装的定价在100元至600元不等，其中，高端面料服装的价格则要上千元。据调查可知，孕妇能接受的孕妇装价格主要集中在100~400元之间。企业在产品的定位时可以借鉴。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、品牌偏好

在我国，孕妇装的品牌发展较迟，品牌也只是最近几年才开始创立。据调查，目前国内孕妇装消费者选择较多的品牌有十月妈咪octmami、JoynCleon婧麒、孕之彩、快乐屋HAPPYHOUSE、添香TIANXIANG、惠葆HUBO、嫚熙、贝儿森Bellsen、Gennie's奇妮、君心等。

资料来源：观研天下数据中心整理

4、其他偏好

孕妇喜欢的服装颜色范围较广，喜欢中性色的占总人数的47%，喜欢明色的占33%，喜欢暗色的占20%。购买孕妇裤或孕妇裙时最好选择中性色彩，如黑色或卡其色。一般秋冬季颜色以深色为主，深色对孕期发胖的体型也能给予遮盖；等到天气渐热，可以选择一些颜色淡、简洁大方的孕妇裙，这样也能让身体看上去显得轻盈。由于生理和心理的变化，孕妈妈易脸色憔悴、情绪不稳定，孕妇服在色彩上可选择健康、明朗、柔和的粉色系，以衬托肤色。

资料来源：观研天下数据中心整理

消费者在选择服装时对面料要求不同，但是孕妇的服装面料要求较特殊。怀孕期间准妈妈的皮肤非常敏感，如果经常接触一些人造纤维面料，很容易引起过敏，会直接影响到腹中的宝宝，所以购买孕妇装时要看清楚，要挑选棉、麻、丝等天然面料，对面料的选择棉面料占总数87%。另外，怀孕后新陈代谢旺盛，造成很多准妈妈怕热多汗，这就要求孕妇装的材质要舒适、吸汗、透气。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国孕妇装行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国孕妇装行业发展概述

第一节 孕妇装行业发展情况概述

- 一、孕妇装行业相关定义
- 二、孕妇装特点分析
- 三、孕妇装行业基本情况介绍
- 四、孕妇装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、孕妇装行业需求主体分析

第二节 中国孕妇装行业生命周期分析

- 一、孕妇装行业生命周期理论概述
- 二、孕妇装行业所属的生命周期分析

第三节 孕妇装行业经济指标分析

- 一、孕妇装行业的赢利性分析
- 二、孕妇装行业的经济周期分析
- 三、孕妇装行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球孕妇装行业市场发展现状分析

第一节 全球孕妇装行业发展历程回顾

第二节 全球孕妇装行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲孕妇装行业地区市场分析

- 一、亚洲孕妇装行业市场现状分析
- 二、亚洲孕妇装行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲孕妇装行业市场前景分析

第四节 北美孕妇装行业地区市场分析

- 一、北美孕妇装行业市场现状分析
- 二、北美孕妇装行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美孕妇装行业市场前景分析

第五节 欧洲孕妇装行业地区市场分析

- 一、欧洲孕妇装行业市场现状分析
- 二、欧洲孕妇装行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲孕妇装行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界孕妇装行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球孕妇装行业市场规模预测

第三章 中国孕妇装行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对孕妇装行业的影响分析

第三节 中国孕妇装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对孕妇装行业的影响分析

第五节 中国孕妇装行业产业社会环境分析

第四章 中国孕妇装行业运行情况

第一节 中国孕妇装行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国孕妇装行业市场规模分析

一、影响中国孕妇装行业市场规模的因素

二、中国孕妇装行业市场规模

三、中国孕妇装行业市场规模解析

第三节 中国孕妇装行业供应情况分析

一、中国孕妇装行业供应规模

二、中国孕妇装行业供应特点

第四节 中国孕妇装行业需求情况分析

一、中国孕妇装行业需求规模

二、中国孕妇装行业需求特点

第五节 中国孕妇装行业供需平衡分析

第五章 中国孕妇装行业产业链和细分市场分析

第一节 中国孕妇装行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、孕妇装行业产业链图解

第二节 中国孕妇装行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对孕妇装行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对孕妇装行业的影响分析

第三节 我国孕妇装行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国孕妇装行业市场竞争分析

第一节 中国孕妇装行业竞争现状分析

一、中国孕妇装行业竞争格局分析

二、中国孕妇装行业主要品牌分析

第二节 中国孕妇装行业集中度分析

一、中国孕妇装行业市场集中度影响因素分析

二、中国孕妇装行业市场集中度分析

第三节 中国孕妇装行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国孕妇装行业模型分析

第一节 中国孕妇装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国孕妇装行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国孕妇装行业SWOT分析结论

第三节 中国孕妇装行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国孕妇装行业需求特点与动态分析

第一节 中国孕妇装行业市场动态情况

第二节 中国孕妇装行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 孕妇装行业成本结构分析

第四节 孕妇装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国孕妇装行业价格现状分析

第六节 中国孕妇装行业平均价格走势预测

一、中国孕妇装行业平均价格趋势分析

二、中国孕妇装行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国孕妇装行业所属行业运行数据监测

第一节 中国孕妇装行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国孕妇装行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国孕妇装行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国孕妇装行业区域市场现状分析

第一节 中国孕妇装行业区域市场规模分析

一、影响孕妇装行业区域市场分布的因素

二、中国孕妇装行业区域市场分布

第二节 中国华东地区孕妇装行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区孕妇装行业市场分析

(1) 华东地区孕妇装行业市场规模

(2) 华东地区孕妇装行业市场现状

(3) 华东地区孕妇装行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区孕妇装行业市场分析

(1) 华中地区孕妇装行业市场规模

(2) 华中地区孕妇装行业市场现状

(3) 华中地区孕妇装行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区孕妇装行业市场分析

(1) 华南地区孕妇装行业市场规模

(2) 华南地区孕妇装行业市场现状

(3) 华南地区孕妇装行业市场规模预测

第五节 华北地区孕妇装行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区孕妇装行业市场分析

(1) 华北地区孕妇装行业市场规模

(2) 华北地区孕妇装行业市场现状

(3) 华北地区孕妇装行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区孕妇装行业市场分析

(1) 东北地区孕妇装行业市场规模

(2) 东北地区孕妇装行业市场现状

(3) 东北地区孕妇装行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区孕妇装行业市场分析

(1) 西南地区孕妇装行业市场规模

(2) 西南地区孕妇装行业市场现状

(3) 西南地区孕妇装行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区孕妇装行业市场分析

(1) 西北地区孕妇装行业市场规模

(2) 西北地区孕妇装行业市场现状

(3) 西北地区孕妇装行业市场规模预测

第十一章 孕妇装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国孕妇装行业发展前景分析与预测

第一节 中国孕妇装行业未来发展前景分析

一、孕妇装行业国内投资环境分析

二、中国孕妇装行业市场机会分析

三、中国孕妇装行业投资增速预测

第二节 中国孕妇装行业未来发展趋势预测

第三节 中国孕妇装行业规模发展预测

一、中国孕妇装行业市场规模预测

二、中国孕妇装行业市场规模增速预测

三、中国孕妇装行业产值规模预测

四、中国孕妇装行业产值增速预测

五、中国孕妇装行业供需情况预测

第四节 中国孕妇装行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国孕妇装行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国孕妇装行业进入壁垒分析

一、孕妇装行业资金壁垒分析

二、孕妇装行业技术壁垒分析

三、孕妇装行业人才壁垒分析

四、孕妇装行业品牌壁垒分析

五、孕妇装行业其他壁垒分析

第二节 孕妇装行业风险分析

一、孕妇装行业宏观环境风险

二、孕妇装行业技术风险

三、孕妇装行业竞争风险

四、孕妇装行业其他风险

第三节 中国孕妇装行业存在的问题

第四节 中国孕妇装行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国孕妇装行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国孕妇装行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国孕妇装行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 孕妇装行业营销策略分析

一、孕妇装行业产品策略

二、孕妇装行业定价策略

三、孕妇装行业渠道策略

四、孕妇装行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/631227.html>