

中国孕妇装品牌市场产销调研及投资前景预测报告（2013-2017）

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《中国孕妇装品牌市场产销调研及投资前景预测报告（2013-2017）》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://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/146326146326.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

据业内人士透露，孕妇装近年来的发展一直呈上升趋势，巨大的行业发展潜力，吸引了国外高端孕妇装进入中国市场。我国庞大的人口基数，以及高比例的职业女性数量，造就了一个极大的孕妇装消费市场。面临竞争激烈的职场，多数准妈妈会在身体许可的条件下坚持工作到临产。而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，她们活跃在各个工作场合，没有谁会一条背带裤穿到孩子出生。她们十月孕期的宣言是：孕育着并美丽着。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，业内人士估算这一市场将有数十亿元的潜在份额。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。

中国报告网发布的《中国孕妇装品牌市场产销调研及投资前景预测报告（2013-2017）》共十四章。首先介绍了孕妇装品牌相关概述、中国孕妇装品牌市场运行环境等，接着分析了中国孕妇装品牌市场发展的现状，然后介绍了中国孕妇装品牌重点区域市场运行形势。随后，报告对中国孕妇装品牌重点企业经营状况分析，最后分析了中国孕妇装品牌行业发展趋势与投资预测。您若想对孕妇装品牌产业有个系统的了解或者想投资孕妇装品牌行业，本报告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。

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 2012年全球孕妇装行业市场分析

第一节 2012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 2012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 2013-2017年全球孕妇装市场前景预测

第三章 2012年中国孕妇装行业发展环境分析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2012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 2012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

第四章 2012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 2012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 2012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 2012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 2013-2017年中国防辐射孕妇装市场前景预测分析

第七章 2012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 2012年中国孕妇装市场深度调研分析

第一节 受访者基本特征

一、您的年龄

二、您的职业

三、教育程度

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 2012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 2013-2017年中国孕妇装竞争趋势预测分析

第十一章 2012年中国孕妇装重点企业调研分析

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 2012年中国孕妇装上游（面料及工艺）发展分析

第一节 2012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 2013-2017年中国孕妇装市场前景与趋势预测

第一节 2013-2017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 2013-2017年中国孕妇装产业发展趋势预测

一、孕妇装装时装化潮流

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 2013-2017年防辐射孕妇装市场规模及增长预测分析

第四节 2013-2017年中国孕妇装市场盈利预测分析

第十四章 2013-2017年中国孕妇装投资前景预测

第一节 2013-2017年中国孕妇装投资环境分析

第二节 2013-2017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 2013-2017年中国孕妇装市场投资风险分析

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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/146326146326.html>