

中国孕妇装市场现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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《中国孕妇装市场现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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/202203/578587.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

孕妇装主要指女性在怀孕时穿的衣服，选择时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。孕妇装按款式划分，可分为孕妇上衣、孕妇裤和孕妇裙；按用途划分，可分为居家休闲孕妇装、功能性孕妇装（如防辐射孕妇装）、孕妇内衣、孕妇职业装和孕妇礼服。孕妇装的上游是材料供应商，主要供应植物纤维、动物皮毛、化学纤维之类的面料；中游是生产制造商，产包括家居孕妇装、职业孕妇装和孕妇睡衣装制造等；下游则是销售渠道，包括品牌实体店、电商品台等，最终为终端消费者。

资料来源：观研天下整理

1、孕妇装市场：受母婴用品产业快速发展带动，市场不断发展

孕妇装属于母婴产业。受我国人口出生率变动、消费水平升级以及移动互联网的崛起等因素影响，我国母婴用品市场规模不断扩大。尤其是自2021年随着二胎政策的全面放开，我国母婴用品产业迎来了快速发展时期，产品日益丰富，销售渠道日益拓展，线上、线下不断延伸。数据显示，2020年我国母婴市场规模从2017的2.59万亿元增长至3.58万亿元，年均复合增长率为11.4%。2021年我国母婴行业市场规模将达到4.03万亿元。

数据来源：观研天下整理

得益于母婴用品行业的发展和消费升级，我国母婴用品的种类也逐步丰富，食品、易耗品、服装、孕妇产品等品类一应俱全。目前婴童食品占比最大，达到了37%，其次为婴童服装、孕妇产品，占比分别为30%、20%。

数据来源：观研天下整理

在上述背景下，以及随着职业女性占比越来越大，多数准妈妈会在身体许可的条件下坚持到临产，她们对孕期及产后的职业装和外出服的需求很大。有相关数据显示，目前我国女性就业率是最高的达70%。女性企业家达到2900万。在发达国家，平均男性就业率为83%，女性只有64%。同时大批“80后”和“90后”准妈妈专业孕产观念较强，我国孕妇装市场不断发展。

预计随着受政策利好与母婴用品产业快速发展带动，以及在“科学孕育”催化下，人们的专业孕育观念日益增强，孕妈群体对于母婴产品的要求也越来越高，我国孕妇装市场也将迎来新的发展机遇；预计到2022年，我国孕妇装市场规模将达385亿元。同时随着社会经济的发展，我国居民可支配收入的持续增加，人们在孕妇装消费方面的品牌意识已经逐渐建立，未来品牌价值将更加凸显。

数据来源：观研天下整理

但从当下来看，我国孕妇装行业还处于比较低层次的竞争阶段，没有真正的品牌竞争。例如在中高端市场上，目前主要还是产品竞争，竞争的是设计、款式、价格，中端市场主要还是集中在渠道竞争方面，因此目前尚没有真正意义上的品牌竞争。

资料来源：观研天下整理（WW）

2、三孩政策带来发展机遇，但市场增长有限

2021年5月31日，中共中央政治局召开会议，审议《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施。据了解，自2016年我国正式施行“全面二孩”政策以来，我国二胎出生比例逐渐增加，也刺激孕妇服装在内的母婴用品产业市场需求。以2017-2018年为例，我国出生人口分别为1723万人和1746万人，其中2018年二孩出生人数比2017年明显增加，2018年二孩占全部出生人口比重达51.2%，达到了894万人。由此可见“三孩政策”给孕妇服装在内的母婴用品产业带来发展机遇是非常大。

但从韩国、中国台湾经验来看，市场增长有限。以文化以及发展路径总体上与我国大陆有较大相似性的韩国与中国台湾地区为例。根据数据显示，2020年韩国一胎新生儿占全部新生儿数量56.6%，二胎占比为35.1%，三胎及以上占比仅为8.3%；2020年台湾省三胎新生儿占全部新生儿比例为9%，四胎及以上新生儿占全部新生儿比例仅为3%。

3、挖掘下沉市场有望成为包括孕妇装在内的母婴市场消费新增长点

有关资料显示，低线城市一般养育和住房成本较低，本身生育意愿明显强于一线城市。据相关数据显示，在2016-2019年期间，我国新生人口中有80%来自于二三四线及以下城市，可见下沉市场可挖掘空间广阔。

与此同时，随着二三四线及以下城市的消费者收入增长、高端人才下沉等因素影响，低线城市消费观念逐渐向一线城市看齐，品牌认知度不断强化，有望成为母婴赛道未来蓝海市场。

有相关数据显示，2019-2020年5月，C/D类城市&乡镇（县级市、县政府所在地及乡镇）母婴快消品销售额占比达到38.1%，同比提升6.2pct，可见低线市场消费潜力正逐步释放。

观研报告网发布的《中国孕妇装市场现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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 2018-2022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、孕妇装行业基本情况介绍

三、孕妇装行业发展特点分析

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 2018-2022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 2022-2029年世界孕妇装行业分布走势预测

第七节 2022-2029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

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

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 2018-2022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要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二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

第三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

第七章 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

影响孕妇装行业区域市场分布的因素

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

· · · · ·

第十二章 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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、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、孕妇装行业产品营销

二、孕妇装行业定价策略

三、孕妇装行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/578587.html>