

2018-2024年中国童装行业 深度调研与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国童装行业深度调研与投资潜力分析报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/201811/19-279274.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

当前我国童装市场前十大品牌中以国内品牌为主，并且专业品牌与延伸品牌平分秋色。其中巴拉巴拉优势突出，多年占据我国童装龙头地位，并且纵向来看其市场占有率不断提升，横向来看，其市占率水平远远超过市占率排名第二的品牌。我国童装行业中市场占有率前四位企业的占有率之和（CR4）已由2011年的5.80%提升到了2016年的7.90%，同期前十位企业的占有率之和（CR10）则由9.20%提升到了12.50%。我国童装市场集中度与发达国家仍存在差距：对比美、英、日成熟市场的发展现状，童装消费通常会呈现较为集中的市场结构；而我国童装行业市场龙头份额还有较大提升空间。我国童装市场集中度不断提高 数据来源：公开资料整理2016年中国童装市场集中度仍远低于发达国家 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国童装行业深度调研与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了童装行业市场发展环境、童装整体运行态势等，接着分析了童装行业市场运行的现状，然后介绍了童装市场竞争格局。随后，报告对童装做了重点企业经营状况分析，最后分析了童装行业发展趋势与投资预测。您若想对童装产业有个系统的了解或者想投资童装行业，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。

报告目录：

第一章童装行业的相关概述

第一节童装的相关概述

一、童装的概述

二、童装产品的分类

三、童装产业的特征

第二节童装行业概述

一、童装行业市场特征

二、童装行业管理体制

三、童装行业进入壁垒分析

四、童装行业退出壁垒分析

第二章2013-2017年国际童装市场分析

第一节美国

- 一、美国服装消费市场童装最出色
- 二、美国童装市场回顾
- 三、美国名贵童装市场受宠
- 四、美国童装安全新标准生效

第二节俄罗斯

- 一、俄罗斯童装市场的发展回顾
- 二、俄罗斯父母购买童装心理特点
- 三、俄罗斯童装的市场价格浅析
- 四、俄罗斯高档童装市场需求较旺

第三节英国

- 一、英国童装市场发展势头强劲
- 二、英国童装款式多变渐趋时尚
- 三、英国服装零售商争夺童装市场
- 四、英国儿童睡衣安全新标准生效

第四节日本

- 一、日本童装市场的回顾
- 二、日本高档童装市场受宠
- 三、日本童装零售情况

第五节韩国

- 一、韩国童装业的发展历程
- 二、韩国童装市场销售规模持续增长
- 三、韩国童装业成本降低措施的探讨

第六节其它国家及地区

- 一、意大利童装销售情况
- 二、印度品牌童装市场迅速起步
- 三、台湾婴童服饰产业发展分析
- 四、阿根廷欲对中国童装产品设限制

第三章2013-2017年中国童装行业发展环境分析

第一节宏观经济环境

- 一、中国GDP增长分析
- 二、中国居民收入增长情况
- 三、中国社会消费品零售总额分析
- 四、上半年中国宏观经济运行分析
- 第二节产业政策环境
 - 一、中国服装行业相关政策
 - 二、中国儿童服装产品标准体系建设
 - 三、中国儿童服装安全系列相关标准
- 第三节市场消费环境
 - 一、中国儿童人口总体情况分析
 - 二、中国居民消费与恩格尔系数
 - 三、中国服装类商品零售额分析
 - 四、中国居民衣着消费情况分析
- 第四节服装行业环境
 - 一、中国服装行业运行状况分析
 - 二、中国服装行业规模变化分析
 - 三、中国服装行业销售收入分析
 - 四、中国服装行业利润总额分析
 - 五、中国服装产量增长情况分析

第四章中国童装行业发展现状分析

第一节中国童装行业的发展现状

一、中国童装行业发展的现状2013-2016年我国童装（服饰）市场销售额占比前十名

品牌名称	所属公司	2013（%）	2014
（%）	2015（%）	2016（%）	巴拉
巴拉	浙江森马服饰股份有限公司	3.2	3.6
4.2	5	AdidasKids	阿迪达
斯（中国）有限公司	0.7	0.7	0.8
1	安奈儿	深圳市安奈儿股份有限公司	
0.9	0.9	0.9	1
猪班纳	东莞市小猪班纳服饰有限公司	0.9	小
0.9	0.9	0.9	福
		0.9	福

建格林集团	0.9	0.9	0.9	0.9
红孩儿		红孩儿（中国）有限公司		0.7
0.8	0.8	0.8		AntaKids
安踏体育用品有限公司		0.5	0.6	
0.6	0.7	ABC		浙江起步儿童用品有限
公司	0.5	0.6	0.6	0.7
Disney		全威集团	0.5	0.6
0.6	0.6		NikeKids	耐克（中
国）有限公司	0.5	0.5	0.5	0.6

数据来源：公开资料整理

二、童装发展成为服装业新的增长点

三、国内童装产业优化布局已现雏形

四、中国童装产品结构已日趋完善

五、中国童装产业各区域发展分析

第二节2013-2017年中国童装产量分析

一、中国童装产量总体情况

二、中国童装区域产量分析

三、中国主要省市童装产量

第三节童装产业绿色环保的发展

一、绿色环保童装的介绍

二、绿色童装的四大功能

三、童装企业应打造绿色环保童装

四、健康童装的面料要提高科技含量

第四节童装产业发展存在的问题及对策

一、制约中国童装产业发展的因素

二、样式无差异制约童装行业发展

三、童装产业基地发展存在的问题

四、童装产业应实施ISO9000国际标准

第五章中国童装市场状况分析

第一节中国童装市场发展概况

一、中国童装市场的发展回顾

二、中国童装市场十大品牌分析

三、自主童装品牌占据国内市场主流

四、中国童装市场发展主要特征分析

第二节2013-2017年中国童装市场分析

一、中国童装市场发展整体放缓

二、中国童装市场运行特点分析

三、童装市场提价促销成常态

四、二三线市场成童装消费主流

第三节中国童装市场分析

一、李宁公司掘金童装市场

二、力果童装推出仓储式卖场

三、童装网购成为行业热点

第四节2013-2017年童装市场竞争分析

一、中国童装市场竞争总体概况

二、中国童装品牌竞争时代到来

三、运动品牌集体掘金童装市场

四、中高端童装市场竞争日趋激烈

五、中国童装市场竞争策略分析

第五节中国童装市场存在的问题

一、童装市场发展面临的主要难题

二、中国童装市场发展需突破的瓶颈

三、制约中国童装市场发展的因素

四、中国童装市场不景气的内外因

第六节中国童装市场的发展对策

一、童装成功开创蓝海大市场的策略

二、金融危机下童装企业的发展策略

三、中国童装企业的低成本传播战略

四、童装企业从批发向品牌转型建议

第六章2013-2017年中国童装市场销售情况分析

第一节中国童装市场需求分析

一、中国各类童装市场需求概况

二、女童装市场需求比男童市场大

三、中国童装市场需求趋向分析

四、中国童装市场消费需求趋势

第二节中国童装市场消费分析

一、中国童装消费主要特征

二、中国童装市场消费层次

三、中国童装消费观念的变化

四、中国童装消费趋势分析

五、童装个性化消费来临及应对策略

第三节2013-2017年中国童装市场零售现状

第四节童装市场规模分析

一、中国童装市场规模分析

二、婴儿和儿童服装零售规模分析

三、中国婴儿和儿童服装市场结构

四、婴儿和儿童休闲服装零售规模

第五节童装市场价格分析

一、影响儿童服装价格的因素

二、中国童装价格居高原因分析

三、消费者对童装价格敏感度提高

第七章2013-2017年中国童装进出口情况分析

第一节2013-2017年中国婴儿服装及衣着附件进出口分析

一、中国婴儿服装及衣着附件进出口总体情况

二、中国主要省市婴儿服装及衣着附件进出口情况

三、中国婴儿服装及衣着附件进出口流向情况

四、中国婴儿服装及衣着附件进出口均价分析

第二节2013-2017年针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口分析

一、针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口情况

二、中国主要省市针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口情况

三、中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口流向情况

四、中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口均价分析

第八章2013-2017年中国童装产业集群发展分析

第一节中国童装产业集群的概况

- 一、中国三大童装产业集群强势发展
- 二、中国童装产业集群发展的特点
- 三、中国童装产业集群的发展对策

第二节浙江织里

- 一、浙江织里镇童装产业发展回顾
- 二、织里童装产业集群发展的作用
- 三、织里童装市场的整体发展概况
- 四、织里童装产业集群的优势分析
- 五、织里童装产业发展概述
- 六、浙江织里打造中国童装城

第三节广东佛山

- 一、佛山环市童装产业功能区简介
- 二、佛山环市镇童装产业发展回顾
- 三、佛山童装寻求产业升级转型路
- 四、佛山童装产业的SWOT分析
- 五、佛山童装产业的发展战略

第四节福建石狮凤里

- 一、凤里童装基地介绍
- 二、福建凤里童装基地规模效益凸出
- 三、石狮童装企业积极应对外贸壁垒
- 四、福建凤里竭力打造中国童装名镇
- 五、石狮童装掀起品牌升级热潮
- 六、石狮童装阔步进军低碳时代

第九章2013-2017年中国主要省区童装市场分析

第一节北京

- 一、北京亿元商场童装销售分析
- 二、春节北京童装市场销售火爆
- 三、北京童装童鞋抽检情况分析
- 四、北京童装市场零售情况

第二节上海

- 一、上海市童装市场的定位分析
- 二、上海童装质量安全性指数有保障
- 三、上海童装市场发展综述
- 四、法国顶级童装品牌进驻上海
- 五、上海市童装市场发展动态

第三节深圳

- 一、深圳童装产业发展总体概述
- 二、深圳童装产业发展谋求突破
- 三、深圳童装产业发展优势明显
- 四、深圳童装着力打造领先品牌

第四节杭州

- 一、杭州已成为童装品牌必争之地
- 二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山
- 三、T100低调抢滩杭州童装市场
- 四、BLOWD 进驻杭州童装市场
- 五、poly童装旗舰店杭州开业

第五节其他地区

- 一、江苏省童装市场商机大
- 二、武汉童装产业发展情况
- 三、成都童装品牌领先全国
- 四、山东省童装市场发展分析

第十章2013-2017年中国童装重点企业经营分析

第一节派克兰帝

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、派克兰帝公司的成功之道
- 四、派克兰帝打造中国童装神话

第二节兔仔唛

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析

三、兔仔唛童装成功的九个秘诀

四、兔仔唛打造“儿童时装”

第三节好孩子

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、好孩子童装的营销方式

第四节红黄蓝

一、企业基本概况

二、红黄蓝集团公司经营分析

三、红黄蓝集团绍兴服饰公司经营分析

四、红黄蓝童装提倡绿色环保

第五节娃哈哈

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、娃哈哈童装拓展情况

四、娃哈哈童装发展策略分析

第六节博士蛙

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、博士蛙童装牵手NBA

第七节今童王

一、企业基本概况

二、今童王童装发展历程

三、企业经营情况分析

四、今童王童装未来发展战略

第八节嗒嘀嗒

一、企业基本概况

二、嗒嘀嗒童装品牌简介

三、企业经营情况分析

四、嗒嘀嗒开启童装发展新纪元

第九节玛米玛卡

一、企业基本概况

二、玛米玛卡用质量开拓市场

三、企业经营情况分析

四、玛米玛卡品牌推广策略

第十节水孩儿

一、企业基本概况

二、水孩儿品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、水孩儿品牌发展策略分析

第十一节小猪班纳

一、企业基本概况

二、小猪班纳飞速发展解析

三、企业经营情况分析

四、小猪班纳强势进军苏皖市场

第十二节棵棵树

一、企业基本概况

二、拜丽德集团有限公司经营分析

三、温州市拜丽德少年服饰有限公司经营分析

四、棵棵树品牌发展策略分析

第十三节红孩儿

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、红孩儿童装市场策略分析

第十四节巴布豆

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、巴布豆童装融资分析

第节力果

一、企业基本概况

二、力果童装探路类ZARA模式

三、力果童装市场细分策略分析

第十一章中国童装品牌发展策略分析

第一节中国童装品牌的发展

一、中国童装发展品牌市场的背景

二、中国童装品牌经营模式分析

三、中国童装品牌市场的整体格局

第二节童装品牌细分市场的定位

一、以年龄层次细分市场

二、以个性定位细分市场

三、以功能定位细分市场

四、以设计定位细分市场

五、以童装价格细分市场

六、以品牌文化形象细分

第三节中国童装品牌市场存在的问题

一、童装品牌结构不合理设计老化

二、中国童装品牌消费存在的不足

三、中国童装品牌做不大的原因

四、童装企业在品牌策划中的误区

第四节中国童装品牌发展的策略

一、童装打造自主品牌的建议

二、中国童装品牌文化应升级

三、国内童装中高档品牌发展战略

四、中国童装品牌的提升策略分析

第十二章中国童装市场营销策略分析

第一节中国童装市场营销环境

一、中国童装市场的宏观营销环境

二、中国童装市场的微观营销环境

三、中国童装市场机遇和竞争环境

第二节中国童装市场营销概况

一、童装市场营销主要渠道分析

二、童装企业战略营销模式分析

三、童装与动漫相结合促品牌营销升级

四、中国童装整体营销战略发展的趋势

第三节中国童装市场营销4P策略

一、童装企业的产品策略

二、童装企业的定价策略

三、童装企业的渠道策略

四、童装企业的促销策略

第四节中国童装市场营销4C策略

一、满足不同消费群体的童装需求

二、关注消费者购买童装付出成本

三、强调消费者购买童装的便利

四、与消费者保持良好的沟通

第五节童装市场营销的对策

一、中国童装市场的营销策略

二、童装企业市场营销的创新

三、中国童装的定位营销策略

第六节著名童装企业的营销策略

一、米奇妙童装形象+概念的营销策略

二、叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式

三、香港小天使儿童服装的区域促销方案

第十三章2018-2024年中国童装行业发展前景分析

第一节中国童装行业发展趋势分析

一、消费趋势

二、生产趋势

三、品牌趋势

四、营销趋势

第二节中国童装行业发展前景分析

一、中国童装产业发展前景分析

二、时尚童装市场发展潜力探析

三、中国童装市场将迎来空前机遇

第三节2018-2024年中国童装市场预测分析

一、2018-2024年中国童装产量预测分析

二、2018-2024年中国童装市场规模预测

三、2018-2024年中国童装零售规模预测

第十四章2018-2024年中国童装行业投资前景分析（ZY LII）

第一节2018-2024年中国童装行业投资机会分析

- 一、中国婴儿装童装市场充满商机
- 二、国内童装市场暗藏断层商机
- 三、童装消费时尚成投资焦点
- 四、童装连锁投资成为未来主流趋势

第二节2018-2024年中国童装行业投资风险分析

- 一、童装产业政策风险
- 二、市场竞争加剧风险
- 三、童装质量风险
- 四、童装出口相关风险

第三节2018-2024年中国童装行业投资策略及建议

- 一、童装品牌特许经营风险规避对策
- 二、童装企业应合理安排内外销比重
- 三、童装投资应注重渠道建设（ZY LII）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201811/19-279274.html>