

2019-2025年中国童装行业 深度调研与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国童装行业深度调研与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/H4775092FR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国童装行业深度调研与投资前景评估报告》共十一章。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：

第一章国际童装市场

1.1美国

1.1.1美国服装消费市场童装最出色

1.1.2美国童装市场回顾

1.1.3美国名贵童装市场受宠

1.1.42018年美国童装安全新标准开始生效

1.2俄罗斯

1.2.1俄罗斯童装市场的发展回顾

1.2.2俄罗斯父母购买童装心理特点

1.2.3俄罗斯童装的市场价格浅析

1.2.4俄罗斯高档童装市场需求较旺

- 1.2.5俄罗斯销毁大量中国童装童鞋
- 1.3英国
 - 1.3.1英国童装市场发展势头强劲
 - 1.3.2英国童装款式多变渐趋时尚
 - 1.3.3英国服装零售商争夺童装市场
 - 1.3.42018年英国儿童睡衣安全新标准生效
- 1.4日本
 - 1.4.1日本童装市场的回顾
 - 1.4.2日本高档童装市场受宠
 - 1.4.3日本童装零售情况
- 1.5韩国
 - 1.5.1韩国童装业的发展历程
 - 1.5.2韩国童装市场销售规模持续增长
 - 1.5.3韩国童装业成本降低措施的探讨
- 1.6其它国家及地区
 - 1.6.12018年意大利主要童装企业销售情况
 - 1.6.2印度品牌童装市场迅速起步
 - 1.6.3台湾婴童服饰产业发展分析
 - 1.6.4阿根廷欲对中国童装产品设限制

第二章2018-2024年中国童装行业的发展分析

2.1童装的相关概述

2.1.1童装的概述

2.1.2童装产品的分类

2.1.3童装产业的特征

2.2中国童装行业的发展现状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
小猪班纳	东莞市小猪班纳服饰有限公司	0.9	0.9	0.9	0.9
嗒嘀嗒	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

2.2.1中国童装行业发展的现状

2.2.2童装发展成为服装业新的增长点

2.2.3国内童装产业优化布局已现雏形

2.2.42018年中国童装产业的运行特点

2.2.5中国童装产业各区域的发展分析

2.3童装产业绿色环保的发展

2.3.1绿色环保童装的介绍

2.3.2绿色童装的四大功能

2.3.3童装企业应尽力打造绿色环保童装

2.3.4健康童装的面料要提高科技含量

2.4童装产业发展存在的问题及对策

2.4.1制约中国童装产业发展的因素

2.4.2样式无差异制约童装行业发展

2.4.3童装产业基地发展存在的问题

2.4.4童装产业应实施ISO9000国际标准

第三章2018-2024年中国童装市场分析

3.1中国童装市场发展概况

3.1.1中国童装市场的发展回顾

3.1.22018年中国童装市场发展特征

3.1.32018年中国童装市场步入调整周期

3.1.42018年童装二级市场品牌倍受关注

3.1.52018年童装市场整体发展将趋缓

3.22018-2024年中国童装市场产量分析

3.2.12018-2024年中国童装产量总体情况

3.2.22018年中国主要省市童装产量情况

3.32018-2024年中国童装市场需求分析

3.3.1中国童装市场需求规模分析

3.3.2中国各类童装市场需求概况

3.3.32018-2024年中国童装市场需求分析

3.3.4女童装市场需求比男童市场大

- 3.3.5中国童装市场的需求趋向
- 3.3.6中国童装市场需求的趋势
- 3.4中国童装市场消费分析
 - 3.4.1中国童装消费主要特征
 - 3.4.2中国童装市场消费层次
 - 3.4.3中国童装消费观念的变化
 - 3.4.4中国童装消费呈现六大趋势
 - 3.4.5童装个性化消费来临及应对策略
- 3.5中国童装市场价格分析
 - 3.5.1影响儿童服装价格的因素
 - 3.5.2中国童装价格居高原因分析
 - 3.5.32018年中国童装市场价格分析
- 3.6中国童装市场存在的问题
 - 3.6.1童装市场发展面临的主要难题
 - 3.6.2中国童装市场发展需突破的瓶颈
 - 3.6.3制约中国童装市场发展的因素
 - 3.6.4中国童装市场不景气的内外因
- 3.7中国童装市场的发展对策
 - 3.7.1童装成功开创蓝海大市场的策略
 - 3.7.2金融危机下童装企业的发展策略
 - 3.7.3中国童装企业的低成本传播战略
 - 3.7.4童装企业从批发向品牌转型建议

第四章中国童装产业集群的发展

- 4.1中国童装产业集群的概况
 - 4.1.1中国三大童装产业集群强势发展
 - 4.1.2中国童装产业集群的发展及共同特点
 - 4.1.3中国童装产业集群的发展对策
- 4.2浙江织里
 - 4.2.1浙江织里镇社会经济及童装产业的回顾
 - 4.2.2织里童装产业集群发展的作用
 - 4.2.3织里童装市场的整体发展概况

- 4.2.4织里童装产业集群的优势
- 4.2.5金融危机下浙江织里镇童装产业逆势飞扬
- 4.2.6浙江织里兴建中国童装城
- 4.2.7织里童装产业集群发展旺盛
- 4.3广东佛山
 - 4.3.1佛山环市童装产业各功能区简介
 - 4.3.2佛山环市镇童装产业的回顾
 - 4.3.3佛山童装产业的发展概况
 - 4.3.4佛山童装产业品牌发展阶段
 - 4.3.5佛山童装产业的SWOT分析
 - 4.3.6佛山童装产业的发展战略
- 4.4福建石狮凤里
 - 4.4.1凤里童装基地介绍
 - 4.4.2童装和面料是凤里的双轨产业
 - 4.4.3福建凤里童装基地规模效益凸出
 - 4.4.4福建凤里竭力打造“中国童装名镇”
 - 4.4.5石狮童装品牌升级
 - 4.4.6石狮童装业应对外贸壁垒

第五章2018-2024年中国童装区域市场分析

- 5.1北京
 - 5.1.12015年北京亿元商场童装销售市场总体回顾
 - 5.1.22018年北京亿元商场童装市场销售数据分析
 - 5.1.32018年春节北京童装市场大童装销售火爆
 - 5.1.42018年北京童装童鞋抽检情况
- 5.2上海
 - 5.2.1上海市童装市场的定位分析
 - 5.2.2上海童装质量安全性指数有保障
 - 5.2.32018年上海童装市场发展综述
 - 5.2.4法国顶级童装品牌进驻上海
 - 5.2.52018年上海童装缩减广告预算
- 5.3深圳

5.3.1深圳童装市场总体概述

5.3.2深圳童装市场发展回顾

5.3.3深圳童装着力打造领先品牌

5.4杭州

5.4.1杭州已成为童装品牌必争之地

5.4.2杭州童装市场洋品牌占据半壁江山

5.4.3杭州街头童装受欢迎

5.4.42018年T100低调抢滩杭州童装市场

5.4.52018年BLOWD奢侈品牌进驻杭州童装市场

5.5温州

5.5.1温州童装发展的轨迹

5.5.2限制温州童装发展的瓶颈

5.5.32018年温州童装业保持稳健发展

5.5.4温州童装积极抢占核心商圈

5.6其他地区

5.6.1江苏省童装市场商机大

5.6.2武汉在售童装标准执行不力

5.6.3成都童装品牌领先全国

5.6.4山东省童装市场发展分析

第六章中国童装进出口数据分析

6.12018-2024年中国婴儿服装及衣着附件进出口数据分析

6.1.12014年中国婴儿服装及衣着附件进出口总体数据

6.1.22015年中国婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据

6.1.32018年中国婴儿服装及衣着附件主要国家进出口数据

6.22018-2024年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口数据分析

6.2.12014年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口总体数据

6.2.22015年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据

6.2.32018年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要国家进出口数据

第七章2018-2024年中国童装重点企业经营分析

7.1派克兰帝

- 7.1.1公司简介
- 7.1.22018年企业偿债能力分析
- 7.1.32018年企业盈利能力分析
- 7.1.42018年企业成本费用分析
- 7.1.5派克兰帝公司的成功之道
- 7.1.6派克兰帝打造中国童装的神话
- 7.2加菲猫
 - 7.2.1品牌简介
 - 7.2.2加菲猫童装的成功之道
 - 7.2.3加菲猫童装引领时尚
 - 7.2.4加菲猫品牌招募童装形象代言人
- 7.3好孩子
 - 7.3.1公司简介
 - 7.3.22018年企业偿债能力分析
 - 7.3.32018-2024年企业盈利能力分析
 - 7.3.42018-2024年企业成本费用分析
 - 7.3.5好孩子童装的成功之道
 - 7.3.6好孩子童装的营销方式
- 7.4红黄蓝
 - 7.4.1公司简介
 - 7.4.22018-2024年企业偿债能力分析
 - 7.4.32018-2024年企业盈利能力分析
 - 7.4.42018-2024年企业成本费用分析
 - 7.4.5红黄蓝童装提倡绿色环保
 - 7.4.6红黄蓝打造童装品牌的对策
- 7.5娃哈哈
 - 7.5.1公司简介
 - 7.5.22018-2024年企业偿债能力分析
 - 7.5.32018-2024年企业盈利能力分析
 - 7.5.42018-2024年企业成本费用分析
 - 7.5.5娃哈哈童装启动新标识
 - 7.5.6娃哈哈童装品牌延伸面临的困难

7.5.7娃哈哈童装品牌延伸的优化对策

7.5.8娃哈哈童装产业拓展情况

7.6兔仔唛

7.6.1公司简介

7.6.22018-2024年企业偿债能力分析

7.6.32018-2024年企业盈利能力分析

7.6.42018-2024年企业成本费用分析

7.6.5兔仔唛童装成功的九个秘诀

7.6.6兔仔唛打造“儿童时装”;

7.7石狮市小玩皮服装织造有限公司

7.7.1公司简介

7.7.22018-2024年企业偿债能力分析

7.7.32018-2024年企业盈利能力分析

7.7.42018-2024年企业成本费用分析

7.8上海巴布豆儿童用品有限公司

7.8.1公司简介

7.8.22018-2024年企业偿债能力分析

7.8.32018-2024年企业盈利能力分析

7.8.42018-2024年企业成本费用分析

7.9嗒嗒嗒

7.9.1企业概况

7.9.2嗒嗒嗒童装品牌简介

7.9.3参与制定的三项童装国家标准

7.9.4“嗒嗒嗒”开启中国童装发展新纪元

7.1其他

7.10.1小猪班纳童装

7.10.2可可鸭

7.10.3安奈儿

第八章中国童装品牌市场分析

8.1中国童装品牌的发展

8.1.1中国童装发展品牌市场的背景

8.1.2中国童装品牌经营的六种模式

8.1.3中国童装品牌市场的整体格局

8.2童装品牌细分市场的定位

8.2.1以年龄层次细分市场

8.2.2以个性定位细分市场

8.2.3以功能定位细分市场

8.2.4以设计定位细分市场

8.2.5以童装价格细分市场

8.2.6以品牌文化形象细分

8.3中国童装品牌市场存在的问题

8.3.1童装品牌结构不合理设计老化

8.3.2中国童装品牌消费存在的不足

8.3.3中国童装品牌做不大的原因

8.3.4童装企业在品牌策划中的误区

8.4中国童装品牌发展的策略

8.4.1童装打造自主品牌的建议

8.4.2中国童装品牌文化应升级

8.4.3国内童装中高档品牌发展战略

8.4.4中国童装品牌的提升策略分析

第九章中国童装市场营销策略分析

9.1中国童装市场营销环境

9.1.1中国童装市场的宏观营销环境

9.1.2中国童装市场的微观营销环境

9.1.3中国童装市场机遇和竞争环境

9.2中国童装市场营销概况

9.2.1童装市场营销主要渠道分析

9.2.2童装企业战略营销模式分析

9.2.3童装与动漫相结合促品牌营销升级

9.2.4中国童装整体营销战略发展的趋势

9.3中国童装市场营销4P策略

9.3.1童装企业的产品策略

- 9.3.2童装企业的定价策略
- 9.3.3童装企业的渠道策略
- 9.3.4童装企业的促销策略
- 9.4中国童装市场营销4C策略
 - 9.4.1满足不同消费群体的童装需求
 - 9.4.2关注消费者购买童装付出成本
 - 9.4.3强调消费者购买童装的便利
 - 9.4.4与消费者保持良好的沟通
- 9.5童装市场营销的对策
 - 9.5.1中国童装市场的营销策略
 - 9.5.2童装企业市场营销的创新
 - 9.5.3中国童装的定位营销策略
- 9.6著名童装企业的营销策略
 - 9.6.1米奇妙童装形象+概念的营销策略
 - 9.6.2叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式
 - 9.6.3香港小天使儿童服装的区域促销方案

第十章2019-2025年中国童装行业投资前景分析

- 10.1投资现状
 - 10.1.1童装市场的投资特性
 - 10.1.2常熟建成国内最大童装交易市场
 - 10.1.32018年浙江织里中国童装城开工奠基
 - 10.1.42018年361度公司正式启动童装品牌
 - 10.1.5童装连锁投资成为未来主流趋势
- 10.2投资机会
 - 10.2.1中国婴儿装童装市场充满商机
 - 10.2.2全球童装市场增长空间广阔
 - 10.2.3中国中低端童装市场形势大好
 - 10.2.4中国童装市场将迎来空前机遇
 - 10.2.5国内童装市场暗藏断层商机
- 10.3投资风险
 - 10.3.1童装行业的政策风险

- 10.3.2童装面料质量的风险
- 10.3.3童装出口的相关风险
- 10.3.4童装市场竞争加剧风险
- 10.4投资建议
 - 10.4.12019-2025年中国童装行业投资建议
 - 10.4.2童装品牌特许经营的风险规避对策
 - 10.4.3童装企业应合理安排内外销比重
 - 10.4.4童装投资应注重渠道建设

第十一章2019-2025年中国童装的发展趋势与前景 (ZY LII)

- 11.1中国童装的发展前景
 - 11.1.121世纪中国童装产业发展前景分析
 - 11.1.22019-2025年中国童装市场发展态势
 - 11.1.3时尚童装市场发展潜力探析
 - 11.1.4中国童装产业的发展方向
- 11.2中国童装发展趋势分析
 - 11.2.1消费趋势
 - 11.2.2生产趋势
 - 11.2.3品牌趋势 (ZY LII)
 - 11.2.4营销趋势
- 11.32019-2025年中国童装市场规模预测

部分图表目录：

- 图表1意大利主要童装童鞋企业2015年销售收入一览表
- 图表22018年我国儿童服装产量情况分析 (万件)
- 图表32018年我国儿童服装分月产量情况分析 (万件)
- 图表42018年我国儿童服装分月产量增长情况分析
- 图表52018年我国儿童服装分月累计产量增长情况分析
- 图表62018年我国婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
- 图表72018年我国婴儿服装及衣着附件(万件)月度产量情况
- 图表82018年我国婴儿服装及衣着附件分月产量增长情况分析
- 图表92018年我国婴儿服装及衣着附件分月累计产量增长情况分析

图表102018年我国北京市婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表112018年我国北京市婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表122018年我国天津市婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表132018年我国天津市婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表142018年我国河北婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表152018年我国河北婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表162018年我国辽宁婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表172018年我国辽宁婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表182018年我国上海婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表192018年我国上海婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表202018年我国江苏婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表212018年我国江苏婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表222018年我国浙江婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表232018年我国浙江婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表242018年我国安徽婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表252018年我国安徽婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表262018年我国福建婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表272018年我国安徽婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表282018年我国江西婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表292018年我国江西婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表302018年我国山东婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表312018年我国山东婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表322018年我国河南婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表332018年我国河南婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表342018年我国湖北婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表352018年我国湖北婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表362018年我国湖南婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表372018年我国湖南婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表382018年我国广东婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表392018年我国广东婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表402018年我国广西婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表412018年我国广西婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况

图表422018年我国重庆婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表432018年我国重庆婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表442018年我国四川婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况
图表452018年我国四川婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况
图表462015年童装按商场零售额排序
图表472018年童装按商场零售量排序
图表482015年童装按品牌零售额排序百分比
图表492018年童装按品牌零售量排序百分比
图表502018年童装按商场零售额排序
图表512018年童装按品牌零售额排序百分比
图表52童装按照品牌零售量排序
图表53童装按照品牌零售量排序
图表54童装按照品牌零售量排序
图表55童装按照品牌零售量排序
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/H4775092FR.html>