2019-2025年中国童装行业市场现状分析及投资前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国童装行业市场现状分析及投资前景预测报告》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：https://www.chyxx.com/research/201809/676994.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

在大环境需求不景气的情况下,尤其是在成人服装市场增长放缓,男女装市场趋于饱和的背景下,童装行业尚处成长期，而且童装市场的快速增长显得尤为亮眼,已成为服装行业发展的一个新兴增长领域。

在服装行业营业总收入结构方面。休闲服行业的营收规模占比最高，占比高达45.72%，其次是男装和女装，占比均在15%以上；童装占比最小，仅为1.52%。这主要是受服装行业各细分行业消费群体属性与产品定价的影响。

2017年服装细分行业营业收入规模占比

预计未来五年，童装市场将以5%左右的速度增长，2023年市场规模将突破2100亿元;另一方面，从人均童装消费来看，2016年，我国人均童装消费金额仅为16美元，远远低于日本(60.9美元)、美国(97.4美元)与英国(124美元)，仍存在较大的成长空间。可见，在童装市场持续增长及人均消费不断提升下，高端童装行业还远未触及天花板。

2019-2025年我国童装市场规模预测(单位：亿元)

智研咨询发布的《2019-2025年中国童装行业市场现状分析及投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国味极鲜酱油行业市场发展环境、味极鲜酱油整体运行态势等，接着分析了中国味极鲜酱油行业市场运行的现状，然后介绍了味极鲜酱油市场竞争格局。随后，报告对味极鲜酱油做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国味极鲜酱油行业发展趋势与投资预测。您若想对味极鲜酱油产业有个系统的了解或者想投资中国味极鲜酱油行业，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：

第一部分 产业环境透视
第一章 童装行业相关概述
第一节 童装行业定义及分类
一、行业定义
二、行业主要分类
三、行业特性及在国民经济中的地位
第二节 童装行业统计标准
一、统计部门和统计口径
二、行业主要统计方法介绍
三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 中国童装行业政策环境分析
一、行业相关政策动向
二、行业产品质量标准
三、行业生产安全标准
四、行业贸易环境分析
五、行业“十三五”发展规划
第二章 童装市场宏观环境分析
第一节 国内宏观经济环境
一、GDP历史变动轨迹
二、固定资产投资历史变动轨迹
三、进出口贸易历史变动轨迹
四、2019-2025年我国宏观经济发展预测
第二节 中国童装产业发展环境分析
一、我国宏观经济环境分析
二、中国童装行业政策环境分析
三、中国童装产业社会环境发展分析
1、人口环境分析
2、教育环境分析
3、文化环境分析
4、生态环境分析
5、消费观念分析
第二部分 行业深度分析
第三章 2014-2018年全球童装所属行业市场发展状况分析
第一节 2014-2018年世界童装所属行业发展状况

与国外较发达国家童装行业市场集中度相比，我国行业市场集中度还处于较低水平。2017年，童装行业市场集中度最高的国家是美国，其CR5位28.3%，比中国高出19.8个百分点；其次，日本和英国的市场集中度为24.1%和19.6%，也远远领先于中国。由此可知，目前中国童装行业的发展还远未成熟，市场集中度还有较大的提升空间。

2017年部分国家童装行业市场集中度对比
一、世界童装行业生产情况
二、世界童装消费及趋势分析
三、世界童装行业发展趋势分析
第二节 美国童装行业现状分析
一、美国童装行业生产情况
二、美国童装消费及趋势分析

三、美国童装行业发展趋势分析
第三节 日本童装行业现状分析
一、日本童装行业生产情况
二、日本童装消费及趋势分析
三、日本童装行业发展趋势分析
第四节 欧洲童装行业市场状况
一、欧洲童装行业生产情况
二、欧洲童装消费及趋势分析
三、欧洲童装行业发展趋势分析
第五节 其他国家现状分析
第四章 中国童装所属行业整体运行现状分析
第一节 童装行业产业链概况
一、童装行业上游发展现状
二、童装行业上游发展趋势
三、童装行业下游发展现状
四、童装行业下游发展趋势
第二节 童装行业市场供需情况分析
一、市场供给情况分析
二、行业供给趋势分析
三、国内市场需求情况分析
四、市场需求发展情况分析
第三节 2014-2018年国内童装行业发展现状
一、童装行业价格现状
二、童装行业产销状况分析
三、童装行业市场盈利能力分析
第五章 2015-2018年中国童装所属行业进出口市场分析
第一节 童装进出口市场分析
一、进出口产品构成特点
二、2015-2018年进出口市场发展分析
第二节 童装行业进出口数据统计
一、2015-2018年童装进口量统计
二、2015-2018年童装出口量统计
第三节 童装进出口区域格局分析
一、进口地区格局
二、出口地区格局

第四节 2019-2025年童装进出口预测
一、2019-2025年童装进口预测
二、2019-2025年童装出口预测
第六章 童装区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第五节 中南地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第六节 西南地区

一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2015-2018年行业发展现状分析
二、2015-2018年市场需求情况分析
三、2015-2018年市场规模情况分析
四、2015-2018年消费者的偏好分析
五、2019-2025年行业发展趋势分析
第三部分 竞争格局分析
第七章 中国童装市场格局分析
第一节 中国童装行业竞争现状分析
第二节 波特五力模型分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第三节 中国童装行业集中度分析
一、中国市场集中度分析
二、中国企业集中度分析
三、中国区域集中度分析
第四节 童装企业竞争策略分析
一、童装行业竞争格局的影响因素分析
二、2019-2025年我国童装市场竞争趋势
三、2019-2025年童装行业竞争策略分析
四、2019-2025年童装企业竞争策略分析
第八章 2015-2018年中国童装行业重点企业竞争力分析
第一节 浙江森马服饰股份有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略

第二节 广东小猪班纳服饰股份有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第三节 深圳安奈儿股份有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第四节 巴布豆(中国)儿童用品有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第五节 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第六节 江苏笛莎公主文化创意产业有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第七节 太平鸟集团有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第八节 安踏(中国)有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略

第九节 上海绿盒子网络科技有限公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第十节 北京派克兰帝有限责任公司
一、企业发展概述
二、企业经营状况
三、企业竞争优势
四、企业发展战略
第四部分 行业发展前景分析
第九章 未来童装行业发展预测分析
第一节 2019-2025年中国童装行业供需预测
一、中国童装供给预测
二、中国童装产量预测
三、中国童装需求预测
四、中国童装供需平衡预测
第二节 2019-2025年童装行业发展前景
一、行业市场消费取向分析
二、行业未来发展方向分析
三、行业发展趋势分析
第十章 中国童装市场消费者偏好调查
第一节 童装市场产品的品牌市场调查
一、消费者对市场品牌认知度宏观调查
二、消费者对市场产品的品牌偏好调查
三、消费者对市场品牌的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、番茄酱市场品牌忠诚度调查
六、番茄酱市场品牌市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研
第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析
一、价格敏感程度
二、品牌的影响
三、购买方便的影响
四、广告的影响程度

五、包装的影响程度
第五部分 投资战略分析
第十一章 2019-2025年中国童装行业投资风险分析
第一节 2019-2025年童装市场投资风险展望
一、宏观调控风险
二、市场竞争风险
三、供需波动风险
四、技术风险
五、经营管理风险
六、其他风险
第二节 2019-2025年童装市场投资机会
一、产品投资机会
二、出口投资机会
三、企业多元化投资机会
第十二章 2019-2025年中国童装行业发展策略及投资建议
第一节 2019-2025年中国童装行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第二节 童装行业投资风险分析
一、市场风险
二、成本风险
三、贸易风险
第三节 童装行业投资建议
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
第十三章 童装行业发展建议分析(ZY GXH)
第一节 童装行业研究结论及建议
第二节 童装细分行业研究结论及建议
第三节 童装行业竞争策略总结及建议(ZY GXH)
图表目录：
图表：童装产业链分析
图表：全球童装市场规模

图表：全球童装生命周期
图表：2018年我国童装行业主要经济指标
图表：2015-2018年中国童装行业需求总量
图表：2015-2018年中国童装行业需求总量预测
图表：2015-2018年中国童装行业需求集中度
图表：2015-2018年中国童装行业需求增长速度
图表：2015-2018年中国童装行业市场饱和度
图表：2015-2018年中国童装行业供给总量
图表：2015-2018年中国童装行业供给增长速度
图表：2015-2018年中国童装行业供给量预测
图表：2015-2018年中国童装行业供给集中度
图表：2015-2018年中国童装行业销售量
图表：2018年童装销售收入
图表：2018年童装销售收入增长趋势图
图表：2018年童装不同规模企业销售额
图表：2018年童装不同所有制企业销售额
图表：2018年童装利润总额
图表：2018年童装利润总额增长趋势图
图表：2018年童装不同规模企业利润总额
图表：2018年童装不同所有制企业利润总额
图表：2015-2018年童装资产总额
图表：2015-2018年童装总资产增长趋势图
图表：2019-2025年中国童装发展能力分析
图表：2019-2025年中国童装竞争力分析
图表：2019-2025年行业发展规模分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201809/676994.html