2019-2025年中国童装行业市场专项调研及投资前景分析报告

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专项调研及投资前景分析报告》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/201901/708947.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

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

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2019-2025年中国童装行业市场专项调研及投资前景分析报告》共XXX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：

第一章童装行业报告研究标准
第一节童装行业研究背景
第二节童装行业研究方法及依据
第三节童装行业研究基本前景概况
第二章童装行业发展综述
第一节童装概念
第二节童装行业特征分析
一、童装作用分析
二、童装行业在国民经济中的地位
三、童装行业生命周期分析
第三节最近几年中国行业经济指标分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒／退出机制
五、风险性
六、行业周期性

七、竞争激烈程度指标
八、行业成熟度分析
第四节童装行业产业链及上下游之间关联性分析
第三章 2018年世界童装行业市场分析
第一节 2018年世界童装行业运行环境分析
一、当前经济环境分析
二、经济政策对产业的影响
第二节 2018年世界童装市场竞争现状分析
第三节 2018年世界部分国家童装市场分析
一、欧洲地区
二、北美地区
三、亚洲地区
第四节 2019-2025年世界童装行业新趋势研究分析
第四章 2018年童装行业当前发展环境分析
第一节 2018年中国童装行业经济环境分析
一、2018年中国宏观经济分析
二、2018年中国宏观经济发展预测
第二节中国童装行业政策法规解读
第三节中国童装行业当前社会环境发展分析
第五章我国童装行业运行分析
第一节我国童装行业发展状况分析
一、我国童装行业发展阶段
二、我国童装行业发展总体概况
三、我国童装行业发展特点分析
四、我国童装行业商业模式分析
第二节 2015-2018年童装行业发展现状
2018年Q1童装行业各品牌销售额统计及增长情况
资料来源：公开资料整理
一、2015-2018年我国童装行业市场规模
二、2015-2018年我国童装行业发展分析
三、2015-2018年中国童装企业发展分析
第三节区域市场分析
一、区域市场分布总体情况
二、2015-2018年重点省市市场分析
第四节童装细分产品市场分析

一、细分产品特色
二、2015-2018年细分产品市场规模及增速
三、重点细分产品市场前景预测
第五节童装产品价格分析
一、2015-2018年童装价格走势
二、影响童装产品价格的关键因素分析
1、成本
2、供需情况
3、关联产品
4、其他
三、2019-2025年童装产品价格变化趋势
四、主要童装企业价位及价格策略
第六章 2015-2018年中国童装行业技术发展分析
第一节中国童装行业技术发展现状
第二节童装行业技术特点分析
第三节童装行业技术发展趋势分析
第四节 2018年中国童装行业发展面临的新挑战分析
第七章 2015-2018年中国童装市场运行情况
第一节行业最新动态分析
一、行业相关动态概述
二、行业发展热点聚焦
第二节行业品牌现状分析
第三节行业产品市场价格情况
第四节行业外资进入现状及对未来市场的威胁
第八章 2015-2018年中国童装所属行业主要数据监测分析
第一节 2015-2018年中国童装所属行业总体数据分析
一、2015年中国童装所属行业全部企业数据分析
二、2016年中国童装所属行业全部企业数据分析
三、2018年中国童装所属行业全部企业数据分析
第二节 2015-2018年中国童装所属行业不同规模企业数据分析
一、2015年中国童装所属行业不同规模企业数据分析
二、2016年中国童装所属行业不同规模企业数据分析
三、2018年中国童装所属行业不同规模企业数据分析
第三节 2015-2018年中国童装所属行业不同所有制企业数据分析
一、2015年中国童装所属行业不同所有制企业数据分析

一、2016年中国童装所属行业不同所有制企业数据分析
一、2018年中国童装所属行业不同所有制企业数据分析
第九章 2015-2018年中国童装行业竞争情况
第一节行业经济指标分析
一、赢利性
二、附加值的提升空间
三、进入壁垒／退出机制
四、行业周期
第二节行业竞争结构分析
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
第三节行业国际竞争力比较
第十章 2015-2018年童装行业重点生产企业分析
第一节浙江森马服饰股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第二节广东小猪班纳服饰股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第三节浙江红黄蓝服饰股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第四节深圳市安奈儿股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第五节金发拉比妇婴童用品股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据

三、企业产品分析
第六节好孩子国际控股有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第七节宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第八节巴布豆（中国）儿童用品有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第九节安踏（中国）有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第十节上海荣臣博士蛙(集团)有限公司
一、企业简介
二、企业经营数据
三、企业产品分析
第十一章 2019-2025年童装行业发展预测分析
第一节 2019-2025年中国童装行业未来发展预测分析
一、中国童装行业发展方向及投资机会分析
二、2019-2025年中国童装行业发展规模分析
三、2019-2025年中国童装行业发展趋势分析
第二节 2019-2025年中国童装行业供需预测
一、2019-2025年中国童装行业供给预测
二、2019-2025年中国童装行业需求预测
第三节 2019-2025年中国童装行业价格走势分析
第四节 2019-2025年中国童装行业盈利水平分析
第十二章 2019-2025年中国童装行业投资风险预警
第一节 2019-2025年中国童装行业投资环境分析
第一节中国童装行业存在问题分析
第二节中国童装行业政策投资风险

一、政策和体制风险
二、技术发展风险
三、经营管理风险
四、供需波动风险
五、其他风险
第十三章 2019-2025年童装行业投资机会与风险
第一节经济形势给我国童装企业带来的机遇分析
一、为享受调控政策带来机遇
二、为搞好战略转型带来机遇
三、为吸引国际投资带来机遇
四、为招聘高端人才带来机遇
五、为实施战略重组带来机遇
六、为降低制造成本带来机遇
第二节经济形势下童装行业发展机遇分析
一、经济形势为童装企业提供了并购国外企业的机会
二、经济形势导致部分经营不善的童装企业退出市场
三、经济形势中我国童装企业发展机遇分析
第三节童装企业战略规划不确定性风险
一、客观事件的不确定性风险
二、市场的不确定性风险
三、行业发展的不确定性风险
四、技术发展的不确定性风险
五、战略规划者的主观不确定性风险
六、执行过程的不确定性风险
七、工具方法的局限性风险
八、战略规划系统的不确定性风险
第十四章童装行业发展战略研究（ZY LII）
第一节童装行业发展战略研究
一、技术开发战略
二、产业战略规划
三、业务组合战略
四、营销战略规划
五、区域战略规划
六、企业信息化战略规划
第二节童装行业品牌战略分析

一、品牌的基本含义
二、品牌战略在企业发展中的重要性
三、童装品牌的特性和作用
四、童装品牌的价值战略
五、我国童装品牌竞争趋势
六、童装企业品牌发展战略
七、童装行业品牌竞争策略
第三节童装企业经营管理策略
一、企业经营策略综述
二、企业产品经营策略
三、企业渠道经营策略
四、企业并购策略分析
五、当前形势下企业经营管理策略（ZY LII）
部分图表目录：
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：2018年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2018年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2018年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2018年中国GDP增速预测
图表：童装行业产业链
图表：2015-2018年童装行业市场供给
图表：2015-2018年童装行业市场需求
图表：2015-2018年童装行业市场规模
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201901/708947.html