

# 2019-2025年中国童装行业市场潜力分析及投资机会研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国童装行业市场潜力分析及投资机会研究报告》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/201906/752728.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

与成人服装产品相比，消费者更注重童装的舒适性以及安全性，所以面料和印染材料是否安全舒适成为关注重点。龙头企业有品牌背书，在这两点上占据较大的优势，这为行业集中度的提升提供了有利条件。2012-2017年，童装行业前五名品牌占比由6.5%上升到了8.5%，前十名品牌占比由7.9%上升到了14.9%。但是与发达国家相比，仍有一定差距，2017年日本、美国、英国前五名童装品牌市场份额分别达到了24.1%、28.3%、19.6%，所以童装市场具备高集中度基础。

2012-2017年中国童装行业集中度情况

数据来源：公开资料整理

2017年各国童装行业集中度情况

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2019-2025年中国童装行业市场潜力分析及投资机会研究报告》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2013-2018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2013-2018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、中国服装所属行业销售收入分析
- 四、中国服装所属行业利润总额分析
- 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
- 童装行业毛利率情况

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2013-2018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2013-2018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、二三线城市成童装消费主流
  - 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2013-2018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2013-2018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2013-2018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2013-2018年中国童装进出口情况分析

### 第一节2013-2018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2013-2018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2013-2018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2013-2018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2013-2018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 嗒嗒嗒

- 一、企业基本概况
- 二、嗒嗒嗒童装品牌简介
- 三、企业经营情况分析
- 四、嗒嗒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
- 第十五节力果
  - 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+概念的市场营销策略
    - 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2019-2025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2019-2025年中国童装市场预测分析

##### 一、2019-2025年中国童装产量预测分析

##### 二、2019-2025年中国童装市场规模预测

##### 三、2019-2025年中国童装零售规模预测

#### 第十四章2019-2025年中国童装行业投资前景分析（ZY LII）

##### 第一节2019-2025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2019-2025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2019-2025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：<https://www.chyxx.com/research/201906/752728.html>