2020-2026年中国童装行业市场前景规划及发展趋势预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国童装行业市场前景规划及发展趋势预测报告》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/201909/785912.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

童服装简称童装，指适合儿童穿着的服装。按照年龄段分包括婴儿服装、幼儿服装、小童服装、中童服装、大童服装等。还包括中小学的校园服装等。按照衣服的类型分为：连体服，外套，裤子，卫衣，套装，T恤衫，鞋等。童装衣服的料子要求比成人高，既要好看，穿着又要舒服，关键还是童装质量要有保证，不能损害儿童健康，这是每位家长都很关注的一点。

2018年童装行业销售费用率和管理费用率分别为24.2%和5.6%，分别较2018年下降1个百分点和0.3个百分点。 2019年上半年年化存货周转率和应收账款周转率为2.3和5.1，较2018年小幅下降，基本保持稳定。

2016-2019年上半年中国童装行业存货周转率（次）

智研咨询发布的《2020-2026年中国童装行业市场前景规划及发展趋势预测报告》共十五章。首先介绍了中国童装行业市场发展环境、童装整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国童装行业，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 中国童装所属行业发展综述
第一节 童装行业定义及分类
一、行业概念及定义
二、主要产品大类
第二节 童装行业统计标准
一、统计部门和统计口径
二、统计方法
三、数据种类
第三节 童装行业PEST模型
一、行业政治法律环境分析（P）
1、新国家纺织品基本安全技术规范分析
2、工信部批准60项纺织行业新标准分析
二、行业经济环境分析（E）

1、国内经济增长
2、居民收入水平
三、行业消费环境分析（S）
1、居民消费倾向
2、居民消费信心
3、居民消费结构
四、行业信息技术环境分析（T）
1、企业IT数据系统装备情况
2、行业信息技术使用现状分析
3、行业信息技术利用趋势分析
第四节 童装行业波特五力模型
一、上游议价能力
二、下游议价能力
三、新进入者壁垒
四、替代威胁
五、行业内竞争
第二章 童装所属行业产业链直观
第一节 童装行业产业链分析
第二节 童装行业上游产业供应链解析
一、服装面料市场供给与发展趋势分析
1、纺织业固定资产投资情况分析
2、纺织业主要产品生产产量分析
3、纺织业需求情况分析
4、纺织行业发展趋势分析
二、服装辅料市场供给与价格走势
1、拉链市场价格及走势分析
2、衬布市场价格及走势分析
3、纽扣市场价格及走势分析
三、缝纫机械市场产销与经营
1、缝纫机械市场产销情况
2、缝纫机械行业经营情况
第三节 童装行业下游产业流通链解析
一、传统零售业发展现状
二、网络服饰销售发展现状
第三章 我国童装所属行业运行现状分析

第一节 我国童装所属行业发展状况分析
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 2015-2019年童装所属行业发展现状
一、2015-2019年我国童装所属行业市场规模
二、2015-2019年我国童装所属行业发展分析
2016-2019年上半年中国童装行业应收账款周转率（次）

三、2015-2019年中国童装企业发展分析
第三节 2015-2019年童装市场情况分析
一、2015-2019年中国童装市场总体概况
二、2015-2019年中国童装产品市场发展分析
第四节 我国童装所属行业市场价格走势分析
一、童装市场定价机制组成
二、童装市场价格影响因素
三、2015-2019年童装产品价格走势分析
四、2020-2026年童装产品价格走势预测
第四章 童装所属行业经济指标
第一节 中国童装所属行业经济指标分析
一、童装所属行业经营效益指标
1、综合经营效益指标
2、盈利能力分析
3、运营能力分析
4、偿债能力分析
5、发展能力分析
二、童装所属行业经济指标
1、综合经济指标
2、不同规模企业经济指标
3、不同性质企业经济指标
4、不同地区企业经济指标
第二节 中国童装所属行业供需平衡指标
一、童装所属行业供给指标
1、童装所属行业供给指标

二、童装所属行业需求指标
1、童装行所属行业业需求指标
三、产销率分析
第三节 2015-2019年童装所属行业经营效益指标
一、2015-2019年所属行业产业规模分析
二、资本/劳动密集度分析
三、童装所属行业产销分析
四、童装所属行业成本分析
五、童装所属行业盈亏分析
第四节 中国童装制造所属行业进出口市场分析
一、中国童装制造所属行业出口情况
1、所属行业出口整体情况分析
2、所属行业出口产品结构分析
二、中国童装制造所属行业进口情况
1、所属行业进口整体情况分析
2、所属行业进口产品结构分析
第五章 童装所属行业进出口结构及面临的机遇与挑战
第一节 童装所属行业进出口市场分析
一、童装所属行业进出口综述
1、中国童装所属行业进出口的特点分析
2、中国童装所属行业进出口地区分布状况
3、中国童装所属行业进出口的贸易方式及经营企业分析
4、中国童装所属行业进出口政策与国际化经营
二、童装所属行业出口市场分析
1、2015-2019年所属行业出口整体情况
2、2015-2019年所属行业出口总额分析
3、2015-2019年所属行业出口产品结构
三、童装所属行业进口市场分析
1、2015-2019年所属行业进口整体情况
2、2015-2019年所属行业进口总额分析
3、2015-2019年所属行业进口产品结构
第二节 中国童装出口面临的挑战及对策
一、中国童装出口面临的挑战
二、中国童装行业未来出口展望
三、中国童装产品出口对策

四、童装行业进出口前景及建议
1、行业出口前景及建议
2、行业进口前景及建议
第六章 童装行业细分产品市场
第一节 童装产品市场发展
一、产品线延伸
1、产品年龄段拓展
2、产品性别市场拓展
二、产品设计趋势
1、休闲装崛起
2、颜色、款式成人化
3、图案变小，流行装饰增多
4、健康环保概念流行
第二节 不同年龄段产品市场分析
一、婴幼儿（0-3岁）装市场
1、婴幼儿装市场需求
2、婴幼儿装主要品牌及企业
3、婴幼儿装购买决策与购买行为
4、婴幼儿装营销特征与针对性
5、婴幼儿装市场趋势与前景
二、小童（4-6岁）装市场
1、小童装市场需求
2、小童装主要品牌及企业
3、小童装购买决策与购买行为
4、小童装营销特征与针对性
5、小童装市场趋势与前景
三、中童（7-12岁）装市场
1、中童装市场需求
2、中童装主要品牌及企业
3、中童装购买决策与购买行为
4、中童装营销特征与针对性
5、中童装市场趋势与前景
四、大童（13-16岁）装市场
1、大童装市场需求
2、大童装主要品牌及企业

3、大童装购买决策与购买行为
4、大童装营销特征与针对性
5、大童装市场趋势与前景
第三节 童装产业链延伸
一、延伸至鞋类市场
二、延伸至文具市场
三、延伸至婴幼儿用品市场
第七章 童装行业消费需求调研
第一节 童装需求背景
一、人口结构分析
1、人口增长情况分析
2、人口结构变化分析
3、人口结构变化对消费的影响
二、家庭消费周期与消费特征分析
1、家庭消费生命周期界定
2、不同家庭消费生命周期的消费特征
第二节 儿童消费决策市场
一、童装消费决策调研
二、儿童消费决策情况调研
1、儿童人均消费结构
2、儿童购物自主意识与品牌认知
3、儿童高消费影响因素
第三节 童装需求空间分析
一、童装消费规模分析
二、童装需求空间分析
第四节 童装消费需求调研
一、童装消费层次
二、童装消费价格承受能力
三、童装消费质量要求
四、童装消费场所选择
五、童装消费对品牌的选择
第八章 童装销售渠道与发展策略
第一节 童装销售渠道
一、童装销售渠道发展
二、国外童装进入渠道

1、直营
2、品牌托管
三、国内童装销售渠道
1、百货商场
2、专卖店
3、专营店
4、网络销售
四、童装销售渠道发展趋势
第二节 童装营销策略及形式
一、品牌营销策略
二、产品营销策略
三、价格营销策略
四、概念营销策略
五、知识营销策略
六、情感营销策略
第九章 童装行业重点区域市场
第一节 行业总体区域结构特征
一、区域结构总体特征
二、区域集中度
第二节 行业重点区域产销情况
一、华北地区童装产销情况
1、北京市童装产销情况
2、天津市童装产销情况
3、河北省童装产销情况
4、山西省童装产销情况
5、内蒙古童装产销情况
二、华南地区童装产销情况
1、广东省童装产销情况
2、广西壮族自治区童装产销情况
三、华东地区童装产销情况
1、上海市童装产销情况
2、江苏省童装产销情况
3、浙江省童装产销情况
4、山东省童装产销情况
5、福建省童装产销情况

6、安徽省童装产销情况
7、江西省童装产销情况
四、华中地区童装产销情况
1、湖北省童装产销情况
2、湖南省童装产销情况
3、河南省童装产销情况
五、西南地区童装产销情况
1、重庆市童装产销情况
2、四川省童装产销情况
3、贵州省童装产销情况
4、云南省童装产销情况
六、东北地区童装产销情况
1、辽宁省童装产销情况
2、吉林省童装产销情况
3、黑龙江省童装产销情况
七、西北地区童装产销情况
1、山西省童装产销情况
2、甘肃省童装产销情况
3、青海省童装产销情况
4、宁夏童装产销情况
第十章童装行业领先企业经营形势分析
第一节 佛山市青蛙皇子服装有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第二节 杭州娃哈哈童装有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第三节 上海兰博星儿童用品有限公司
一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第四节 上海仪华服饰有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第五节 苏州市七彩城服饰有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第六节 杭州赛尔美服饰有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第七节 江苏迪可衣服饰有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第八节 宁波宝源服饰有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第九节 浙江香猫童装有限公司

一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第十节 上海四维儿童用品有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业产品结构及新产品动向
四、企业销售渠道与网络
五、企业经营状况优劣势分析
第十一章 童装行业发展趋势分析与预测
第一节 童装市场趋势与前景
一、童装市场发展趋势
二、童装市场前景预测
第二节 童装行业的投资特性
一、进入壁垒
二、盈利模式
三、盈利因素
第三节 童装行业投资风险
一、需求风险
二、竞争风险
第四节 童装行业投资建议
一、行业投资现状
二、主要投资建议
第十二章 2020-2026年童装行业投资机会与风险防范
第一节 童装行业投融资情况
一、行业资金渠道分析
二、固定资产投资分析
三、兼并重组情况分析
四、童装行业投资现状分析
1、童装产业投资经历的阶段
2、2015-2019年童装行业投资状况回顾
3、2015-2019年中国童装行业风险投资状况
4、2020-2026年我国童装行业的投资态势

第二节 2020-2026年童装行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
四、童装行业投资机遇
第三节 2020-2026年童装行业投资风险及防范
一、政策风险及防范
二、技术风险及防范
三、供求风险及防范
四、宏观经济波动风险及防范
五、关联产业风险及防范
六、产品结构风险及防范
七、其他风险及防范
第四节 中国童装行业投资建议
一、童装行业未来发展方向
二、童装行业主要投资建议
三、中国童装企业融资分析
1、中国童装企业IPO融资分析
2、中国童装企业再融资分析
第十三章 2020-2026年童装行业面临的困境及对策
第一节 2019年童装行业面临的困境
第二节 童装企业面临的困境及对策
一、重点童装企业面临的困境及对策
1、重点童装企业面临的困境
2、重点童装企业对策探讨
二、中小童装企业发展困境及策略分析
1、中小童装企业面临的困境
2、中小童装企业对策探讨
三、国内童装企业的出路分析
第三节 中国童装行业存在的问题及对策
一、中国童装行业存在的问题
二、童装行业发展的建议对策
1、把握国家投资的契机
2、竞争性战略联盟的实施
3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施
1、实施重点客户战略的必要性
2、合理确立重点客户
3、重点客户战略管理
4、重点客户管理功能
第四节 中国童装市场发展面临的挑战与对策
第十四章 童装行业发展战略研究
第一节 童装行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国童装品牌的战略思考
一、童装品牌的重要性
二、童装实施品牌战略的意义
三、童装企业品牌的现状分析
四、我国童装企业的品牌战略
五、童装品牌战略管理的策略
第三节 童装经营策略分析
一、童装市场细分策略
二、童装市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、童装新产品差异化战略
第四节 童装行业投资战略研究
一、2019年童装行业投资战略
二、2020-2026年童装行业投资战略
三、2020-2026年细分行业投资战略
第十五章 研究结论及投资建议(ZY GXH)
第一节 童装行业研究结论及建议
第二节 童装子行业研究结论及建议
第三节童装行业投资建议
一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议(ZY GXH)

图表目录：

图表：童装行业生命周期
图表：童装行业产业链结构
图表：2015-2019年全球童装行业市场规模
图表：2015-2019年中国童装行业市场规模
图表：2015-2019年童装行业重要数据指标比较
图表：2015-2019年中国童装市场占全球份额比较
图表：2015-2019年童装行业工业总产值
图表：2015-2019年童装行业销售收入
图表：2015-2019年童装行业利润总额
图表：2015-2019年童装行业资产总计
图表：2015-2019年童装行业负债总计
图表：2015-2019年童装行业竞争力分析
图表：2015-2019年童装市场价格走势
图表：2015-2019年童装行业主营业务收入
图表：2015-2019年童装行业主营业务成本
图表：2015-2019年童装行业销售费用分析
图表：2015-2019年童装行业管理费用分析
图表：2015-2019年童装行业财务费用分析
图表：2015-2019年童装行业销售毛利率分析
图表：2015-2019年童装行业销售利润率分析
图表：2015-2019年童装行业成本费用利润率分析
图表：2015-2019年童装行业总资产利润率分析
图表：2015-2019年童装行业产能分析
图表：2015-2019年童装行业产量分析
图表：2015-2019年童装行业需求分析
图表：2015-2019年童装行业进口数据
图表：2015-2019年童装行业出口数据
图表：2015-2019年童装行业集中度

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201909/785912.html