

# 2016-2022年中国童装行业 发展趋势及前景战略研究分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国童装行业发展趋势及前景战略研究分析报告》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/11438224DM.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

### 前言

童装简称儿童服装，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。

本童装行业研究报告共十四章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。童装行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了童装行业市场潜在需求与市场机会，报告对童装行业做了重点企业经营状况分析，并分析了童装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

#### 第一章童装行业的相关概述21

##### 1.1 童装的相关概述21

###### 1.1.1 童装的概述21

###### 1.1.2 童装产品的分类21

###### 1.1.3 童装产业的特征22

##### 1.2童装行业概述23

###### 1.2.1童装行业市场特征23

###### 1.2.2童装行业管理体制25

###### 1.2.3童装行业进入壁垒分析25

#### 1.2.4 童装行业退出壁垒分析26

### 第二章 2013-2015年国际童装市场分析28

#### 2.1 美国28

##### 2.1.1 美国服装消费市场童装最出色28

##### 2.1.2 美国童装市场回顾29

##### 2.1.3 美国名贵童装市场受宠30

##### 2.1.4 2015年美国童装安全新标准生效31

#### 2.2 俄罗斯32

##### 2.2.1 俄罗斯童装市场的发展回顾32

##### 2.2.2 俄罗斯父母购买童装心理特点32

##### 2.2.3 俄罗斯童装的市场价格浅析33

##### 2.2.4 俄罗斯高档童装市场需求较旺34

#### 2.3 英国34

##### 2.3.1 英国童装市场发展势头强劲34

##### 2.3.2 英国童装款式多变渐趋时尚35

##### 2.3.3 英国服装零售商争夺童装市场36

##### 2.3.4 英国儿童睡衣安全新标准生效36

#### 2.4 日本37

##### 2.4.1 日本童装市场的回顾37

##### 2.4.2 日本高档童装市场受宠38

##### 2.4.3 2015年日本童装零售情况38

#### 2.5 韩国39

##### 2.5.1 韩国童装业的发展历程39

##### 2.5.2 韩国童装市场销售规模持续增长40

##### 2.5.3 韩国童装业成本降低措施的探讨40

#### 2.6 其它国家及地区41

##### 2.6.1 2015年意大利童装销售情况41

##### 2.6.2 印度品牌童装市场迅速起步42

##### 2.6.3 台湾婴童服饰产业发展分析42

##### 2.6.4 阿根廷欲对中国童装产品设限制46

### 第三章2013-2015年中国童装行业发展环境分析48

#### 3.1宏观经济环境48

##### 3.1.12013-2015年中国GDP增长分析48

##### 3.1.22013-2015年中国居民收入增长情况48

##### 3.1.32015年中国社会消费品零售总额分析49

##### 3.1.42015年上半年中国宏观经济运行分析50

#### 3.2产业政策环境52

##### 3.2.12015年中国服装行业相关政策52

##### 3.2.2中国儿童服装产品标准体系建设53

##### 3.2.3中国儿童服装安全系列相关标准53

#### 3.3市场消费环境55

##### 3.3.12015年中国儿童人口总体情况分析55

##### 3.3.22015年中国居民消费与恩格尔系数56

##### 3.3.32015年中国服装类商品零售额分析57

##### 3.3.42015年中国居民衣着消费情况分析58

#### 3.4服装行业环境60

##### 3.4.12013-2015年中国服装行业运行状况分析60

##### 3.4.22013-2015年中国服装行业规模变化分析65

##### 3.4.32013-2015年中国服装行业销售收入分析66

##### 3.4.42013-2015年中国服装行业利润总额分析67

##### 3.4.52013-2015年中国服装产量增长情况分析67

### 第四章 2013-2015年中国童装行业发展现状分析69

#### 4.1 中国童装行业的发展现状69

##### 4.1.1中国童装行业发展的现状69

##### 4.1.2 童装发展成为服装业新的增长点70

##### 4.1.3 国内童装产业优化布局已现雏形70

##### 4.1.4中国童装产品结构已日趋完善72

##### 4.1.5 中国童装产业各区域发展分析73

#### 4.22013-2015年中国童装产量分析74

##### 4.2.12013-2015年中国童装产量总体情况74

##### 4.2.22013-2015年中国童装区域产量分析76

4.2.3	2013-2015年中国主要省市童装产量	78
4.3	童装产业绿色环保的发展	98
4.3.1	绿色环保童装的介绍	98
4.3.2	绿色童装的四大功能	99
4.3.3	童装企业应打造绿色环保童装	99
4.3.4	健康童装的面料要提高科技含量	101
4.4	童装产业发展存在的问题及对策	102
4.4.1	制约中国童装产业发展的因素	102
4.4.2	样式无差异制约童装行业发展	103
4.4.3	童装产业基地发展存在的问题	103
4.4.4	童装产业应实施ISO9000国际标准	106

## 第五章 2013-2015年中国童装市场状况分析111

5.1	中国童装市场发展概况	111
5.1.1	中国童装市场的发展回顾	111
5.1.2	中国童装市场十大品牌分析	113
5.1.3	自主童装品牌占据国内市场主流	114
5.1.4	中国童装市场发展主要特征分析	115
5.2	2015年中国童装市场分析	116
5.2.1	2015年中国童装市场发展整体放缓	116
5.2.2	2015年中国童装市场运行特点分析	117
5.2.3	2015年童装市场提价促销成常态	118
5.2.4	2015年二三线市场成童装消费主流	118
5.3	2015年中国童装市场分析	119
5.3.1	2015年李宁公司掘金童装市场	119
5.3.2	2015年力果童装推出仓储式卖场	119
5.3.3	2015年童装网购成为行业热点	120
5.3	2013-2015年童装市场竞争分析	121
5.3.1	中国童装市场竞争总体概况	121
5.3.2	中国童装品牌竞争时代到来	122
5.3.3	运动品牌集体掘金童装市场	122
5.3.4	中高端童装市场竞争日趋激烈	123

- 5.3.5中国童装市场竞争策略分析124
- 5.4 中国童装市场存在的问题124
  - 5.4.1 童装市场发展面临的主要难题124
  - 5.4.2 中国童装市场发展需突破的瓶颈126
  - 5.4.3 制约中国童装市场发展的因素127
  - 5.4.4 中国童装市场不景气的内外因128
- 5.6 中国童装市场的发展对策129
  - 5.6.1 童装成功开创蓝海大市场的策略129
  - 5.6.2 金融危机下童装企业的发展策略132
  - 5.6.3 中国童装企业的低成本传播战略133
  - 5.6.4 童装企业从批发向品牌转型建议136

## 第六章2013-2015年中国童装市场销售情况分析141

- 6.1 中国童装市场需求分析141
  - 6.1.1中国各类童装市场需求概况141
  - 6.1.2女童装市场需求比男童市场大143
  - 6.1.3 中国童装市场需求趋向分析144
  - 6.1.4 中国童装市场消费需求趋势148
- 6.2 中国童装市场消费分析149
  - 6.2.1 中国童装消费主要特征149
  - 6.2.2 中国童装市场消费层次151
  - 6.2.3中国童装消费观念的变化152
  - 6.2.4 中国童装消费趋势分析154
  - 6.2.5 童装个性化消费来临及应对策略154
- 6.32013-2015年中国童装市场零售现状156
  - 6.3.1 2015年中国童装市场销售情况分析156
  - 6.3.22015年中国童装市场销售情况分析157
  - 6.3.32015年中国童装市场销售情况分析158
- 6.4童装市场规模分析159
  - 6.4.12013-2015年中国童装市场规模分析159
  - 6.4.22015年婴儿和儿童服装零售规模分析160
  - 6.4.32015年中国婴儿和儿童服装市场结构161

6.4.4 2015年婴儿和儿童休闲服装零售规模162

6.5 童装市场价格分析162

6.5.1 影响儿童服装价格的因素162

6.5.2 中国童装价格居高原因分析165

6.5.3 消费者对童装价格敏感度提高165

第七章 2013-2015年中国童装进出口情况分析167

7.1 2013-2015年中国婴儿服装及衣着附件进出口分析167

7.1.1 2013-2015年中国婴儿服装及衣着附件进出口总体情况167

7.1.2 2013-2015年中国主要省市婴儿服装及衣着附件进出口情况170

7.1.3 2013-2015年中国婴儿服装及衣着附件进出口流向情况172

7.1.4 2013-2015年中国婴儿服装及衣着附件进出口均价分析175

7.2 2013-2015年针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口分析176

7.2.1 2013-2015年针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口情况176

7.2.2 2013-2015年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179

7.2.3 2013-2015年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口流向情况182

7.2.4 2013-2015年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口均价分析185

第八章 2013-2015年中国童装产业集聚分析186

8.1 中国童装产业集群的概况186

8.1.1 中国三大童装产业集群强势发展186

8.1.2 中国童装产业集聚的特点186

8.1.3 中国童装产业集群的发展对策187

8.2 浙江织里189

8.2.1 浙江织里镇童装产业发展回顾189

8.2.2 织里童装产业集聚的作用190

8.2.3 织里童装市场的整体发展概况191

8.2.4 织里童装产业集群的优势分析194

8.2.5 2015年织里童装产业发展概述199

8.2.6 2015年浙江织里打造中国童装城200

8.3 广东佛山201

8.3.1 佛山环市童装产业功能区简介201

- 8.3.2佛山环市镇童装产业发展回顾203
- 8.3.3佛山童装寻求产业升级转型路204
- 8.3.4佛山童装产业的SWOT分析204
- 8.3.5佛山童装产业的发展战略208
- 8.4福建石狮凤里210
  - 8.4.1凤里童装基地介绍210
  - 8.4.2福建凤里童装基地规模效益凸出211
  - 8.4.3石狮童装企业积极应对外贸壁垒212
  - 8.4.4福建凤里竭力打造中国童装名镇213
  - 8.4.52015年石狮童装掀起品牌升级热潮214
  - 8.4.62015年石狮童装阔步进军低碳时代215

## 第九章2013-2015年中国主要省区童装市场分析216

- 9.1北京216
  - 9.1.12015年北京亿元商场童装销售分析216
  - 9.1.22015年春节北京童装市场销售火爆219
  - 9.1.32015年北京童装童鞋抽检情况分析220
  - 9.1.42015年4月北京童装市场零售情况220
- 9.2上海222
  - 9.2.1上海市童装市场的定位分析222
  - 9.2.2上海童装质量安全性指数有保障223
  - 9.2.32015年上海童装市场发展综述223
  - 9.2.42015年法国顶级童装品牌进驻上海224
  - 9.2.52015年上海市童装市场发展动态225
- 9.3深圳225
  - 9.3.1深圳童装产业发展总体概述225
  - 9.3.2深圳童装产业发展谋求突破227
  - 9.3.3深圳童装产业发展优势明显228
  - 9.3.4深圳童装着力打造领先品牌228
- 9.4杭州229
  - 9.4.1杭州已成为童装品牌必争之地229
  - 9.4.2杭州童装市场洋品牌占据半壁江山229

9.4.32015年T100低调抢滩杭州童装市场230

9.4.42015年BLOWD进驻杭州童装市场231

9.4.52015年poly童装旗舰店杭州开业231

9.5其他地区232

9.5.1江苏省童装市场商机大232

9.5.2武汉童装产业发展情况234

9.5.3成都童装品牌领先全国235

9.5.4山东省童装市场发展分析236

第十章2013-2015年中国童装重点企业经营分析241

10.1派克兰帝241

10.1.1公司简介241

10.1.2企业经营情况分析242

10.1.3派克兰帝公司的成功之道243

10.1.4派克兰帝打造中国童装神话244

10.2兔仔唛247

10.2.1公司简介247

10.2.2企业经营情况分析248

10.2.3兔仔唛童装成功的九个秘诀249

10.2.4兔仔唛打造“儿童时装”251

10.3好孩子252

10.3.1企业基本概况252

10.3.22015年企业经营情况分析253

10.3.3好孩子童装的营销方式256

10.4红黄蓝257

10.4.1企业基本概况257

10.4.22015年红黄蓝集团公司经营分析258

10.4.3红黄蓝集团绍兴服饰公司经营分析261

10.4.4红黄蓝童装提倡绿色环保262

10.5娃哈哈263

10.5.1企业基本概况263

10.5.22015年企业经营情况分析264

- 10.5.32015年娃哈哈童装拓展情况266
- 10.5.4娃哈哈童装发展策略分析267
- 10.6博士蛙268
  - 10.6.1企业基本概况268
  - 10.6.22015年企业经营情况分析268
  - 10.6.32015年博士蛙童装牵手NBA271
- 10.7今童王272
  - 10.7.1企业基本概况272
  - 10.7.2今童王童装发展历程272
  - 10.7.32015年企业经营情况分析274
  - 10.7.4今童王童装未来发展战略277
- 10.8嗒嗒嗒277
  - 10.8.1企业基本概况277
  - 10.8.2嗒嗒嗒童装品牌简介277
  - 10.8.32015年企业经营情况分析279
  - 10.8.4嗒嗒嗒开启童装发展新纪元282
- 10.9玛米玛卡283
  - 10.9.1企业基本概况283
  - 10.9.2玛米玛卡用质量开拓市场284
  - 10.9.32015年企业经营情况分析285
  - 10.9.4玛米玛卡品牌推广策略287
- 10.10水孩儿288
  - 10.10.1企业基本概况288
  - 10.10.2水孩儿品牌发展历程288
  - 10.10.32015年企业经营情况分析289
  - 10.10.4水孩儿品牌发展策略分析291
- 10.11小猪班纳292
  - 10.11.1企业基本概况292
  - 10.11.2小猪班纳飞速发展解析292
  - 10.11.32015年企业经营情况分析294
  - 10.11.4小猪班纳强势进军苏皖市场296
- 10.12棵棵树296

- 10.12.1企业基本情况296
- 10.12.22015年拜丽德集团有限公司经营分析297
- 10.12.3温州市拜丽德少年服饰有限公司经营分析300
- 10.12.4棵棵树品牌发展策略分析302
- 10.13红孩儿303
  - 10.13.1企业基本情况303
  - 10.13.22015年企业经营情况分析303
  - 10.13.3红孩儿童装市场策略分析306
- 10.14巴布豆306
  - 10.14.1企业基本情况306
  - 10.14.22015年企业经营情况分析307
  - 10.14.32015年巴布豆童装融资分析310
- 10.15力果310
  - 10.15.1企业基本情况310
  - 10.15.2力果童装探路类ZARA模式310
  - 10.15.3力果童装市场细分策略分析313
- 10.16淘帝314
  - 10.16.1企业基本情况314
  - 10.16.2TOPBI品牌发展概述315
  - 10.16.3淘帝童装产销并举内外共赢316
- 10.17石狮市小玩皮服装织造有限公司317
  - 10.17.1企业基本情况317
  - 10.17.22015年企业经营情况分析318
- 10.18上海雅多服饰有限公司320
  - 10.18.1企业基本情况320
  - 10.18.22015年企业经营情况分析321
- 10.19南通金典服饰有限公司323
  - 10.19.1企业基本情况323
  - 10.19.22015年企业经营情况分析324
- 10.20福建野豹儿童用品有限公司325
  - 10.20.1企业基本情况325
  - 10.20.22015年企业经营情况分析326

10.21北京宝贝屋童装有限公司329

10.21.1企业基本情况329

10.21.22015年企业经营情况分析329

10.22湖州市益华制衣有限公司331

10.22.1企业基本情况331

10.22.22015年企业经营情况分析331

10.23上海良友服饰有限公司334

10.23.1企业基本情况334

10.23.22015年企业经营情况分析334

10.24大连叮特来服饰有限公司337

10.24.1企业基本情况337

10.24.22015年企业经营情况分析337

10.25南通赛晖服装有限公司340

10.25.1企业基本情况340

10.25.22015年企业经营情况分析340

## 第十一章 中国童装品牌发展策略分析344

11.1 中国童装品牌的发展344

11.1.1 中国童装发展品牌市场的背景344

11.1.2中国童装品牌经营模式分析344

11.1.3 中国童装品牌市场的整体格局346

11.2 童装品牌细分市场的定位348

11.2.1 以年龄层次细分市场348

11.2.2 以个性定位细分市场349

11.2.3 以功能定位细分市场350

11.2.4以设计定位细分市场351

11.2.5以童装价格细分市场351

11.2.6以品牌文化形象细分352

11.3 中国童装品牌市场存在的问题352

11.3.1 童装品牌结构不合理设计老化352

11.3.2 中国童装品牌消费存在的不足354

11.3.3 中国童装品牌做不大的原因354

- 11.3.4 童装企业在品牌策划中的误区355
- 11.4 中国童装品牌发展的策略363
  - 11.4.1 童装打造自主品牌的建议363
  - 11.4.2 中国童装品牌文化应升级363
  - 11.4.3国内童装中高档品牌发展战略364
  - 11.4.4中国童装品牌的提升策略分析365

## 第十二章 中国童装市场营销策略分析366

- 12.1 中国童装市场营销环境366
  - 12.1.1 中国童装市场的宏观营销环境366
  - 12.1.2 中国童装市场的微观营销环境367
  - 12.1.3中国童装市场机遇和竞争环境369
- 12.2 中国童装市场营销概况370
  - 12.2.1 童装市场营销主要渠道分析370
  - 12.2.2童装企业战略营销模式分析374
  - 12.2.3 童装与动漫相结合促品牌营销升级379
  - 12.2.4 中国童装整体营销战略发展的趋势381
- 12.3中国童装市场营销4P策略383
  - 12.3.1童装企业的产品策略383
  - 12.3.2童装企业的定价策略385
  - 12.3.3童装企业的渠道策略386
  - 12.3.4童装企业的促销策略386
- 12.4中国童装市场营销4C策略388
  - 12.4.1满足不同消费群体的童装需求388
  - 12.4.2关注消费者购买童装付出成本388
  - 12.4.3强调消费者购买童装的便利389
  - 12.4.4与消费者保持良好的沟通389
- 12.5 童装市场营销的对策390
  - 12.5.1 中国童装市场的营销策略390
  - 12.5.2 童装企业市场营销的创新391
  - 12.5.3 中国童装的定位营销策略394
- 12.6 著名童装企业的营销策略395

- 12.6.1 米奇妙童装形象+概念的营销策略395
- 12.6.2 叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式396
- 12.6.3 香港小天使儿童服装的区域促销方案398

### 第十三章2016-2022年中国童装行业发展前景分析402

- 13.1 中国童装行业发展趋势分析402
  - 13.1.1 消费趋势402
  - 13.1.2 生产趋势403
  - 13.1.3 品牌趋势403
  - 13.1.4 营销趋势405
- 13.2中国童装行业发展前景分析406
  - 13.2.1 中国童装产业发展前景分析406
  - 13.2.2 时尚童装市场发展潜力探析408
  - 13.2.3 中国童装市场将迎来空前机遇409
- 13.32016-2022年中国童装市场预测分析411
  - 13.3.12016-2022年中国童装产量预测分析411
  - 13.3.22016-2022年中国童装市场规模预测412
  - 13.3.32016-2022年中国童装零售规模预测412

### 第十四章 2016-2022年中国童装行业投资前景分析414

- 14.1 2016-2022年中国童装行业投资机会分析414
  - 14.1.1 中国婴儿装童装市场充满商机414
  - 14.1.2 国内童装市场暗藏断层商机414
  - 14.1.32015年童装消费时尚成投资焦点415
  - 14.1.4 童装连锁投资成为未来主流趋势416
- 14.2 2016-2022年中国童装行业投资风险分析416
  - 14.2.1 童装产业政策风险416
  - 14.2.2市场竞争加剧风险417
  - 14.2.3童装质量风险418
  - 14.2.4童装出口相关风险418
- 14.3 2016-2022年中国童装行业投资策略及建议419
  - 14.3.1 童装品牌特许经营风险规避对策419

14.3.2 童装企业应合理安排内外销比重420

14.3.3 童装投资应注重渠道建设421

图表目录：

图表12014年意大利主要童装童鞋企业销售收入统计41

图表22005-2014年中国国内生产总值及增长速度47

图表32007-2014年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图48

图表42007-2014年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图48

图表52007-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度49

图表6中国儿童服装安全系列标准53

图表72014年中国人口数性别及年龄构成54

图表82007-2014年中国儿童人口数统计54

图表92007-2014年中国儿童人口比重变化趋势图55

图表102007-2014年中国城镇居民家庭恩格尔系数55

图表112007-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数56

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/11438224DM.html>