

# 2022-2028年中国高端童装 市场发展态势与未来前景预测报告

## 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

《2022-2028年中国高端童装市场发展态势与未来前景预测报告》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/774128KJWP.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

儿童服装简称童装，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。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国高端童装市场发展态势与未来前景预测报告》共十章。首先介绍了高端童装相关概念及发展环境，接着分析了中国高端童装规模及消费需求，然后对中国高端童装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端童装面临的机遇及发展前景。您若想对中国高端童装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章：中国高端童装行业发展综述

1.1 高端童装行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 主要产品大类

1.2 高端童装行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 统计方法

1.2.3 数据种类

1.3 高端童装行业PEST模型

1.3.1 行业政治法律环境分析（P）

（1）行业相关标准

1) 婴幼儿服装标准

2) 婴幼儿纺织品标准

3) 童装绳索和拉带安全要求

- 4) 儿童上衣拉带安全规格
- 5) 提高机械安全性的儿童服装设计和生产实施规范
- 6) 国家纺织商品基本安全技术规范
- 7) 婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范

#### (2) 行业法律法规

- 1) 纺织服装出口退税调整
- 2) 增值税制度
- 3) 服装自主品牌建设
- 4) 童装安全法

#### (3) 行业发展规划

- 1) 纺织工业调整和振兴规划
- 2) 纺织工业“十三五”科技进步纲要

### 1.3.2 行业经济环境分析 (E)

- (1) 国内经济增长
- (2) 居民收入水平
- (3) 城镇化水平
- (4) 消费者信心指数

### 1.3.3 行业社会环境分析 (S)

- (1) 居民消费结构 39
- (2) 居民消费观念
- (3) 奢侈品消费观念

### 1.3.4 行业信息技术环境分析 (T)

- (1) 企业IT数据系统装备情况
- 1) 中国服装企业中的MIS
- 2) 中国服装企业中的CAD/CAM系统
- 3) 中国服装企业中的ERP系统
- (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

## 1.4 高端童装行业波特五力模型

- 1.4.1 上游议价能力
- 1.4.2 下游议价能力
- 1.4.3 新进入者壁垒

#### 1.4.4 替代威胁

#### 1.4.5 行业内竞争

### 第2章：2016-2020年高端童装所属行业经济指标

#### 2.1 中国高端童装所属行业经济指标分析

##### 2.1.1 2016-2020年高端童装所属行业经营效益指标

(1) 综合经营效益指标

(2) 盈利能力指标

(3) 运营能力指标

(4) 偿债能力指标

(5) 发展能力指标

##### 2.1.2 2016-2020年高端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

#### 2.2 中国高端童装行业供需平衡指标

##### 2.2.1 高端童装所属行业供给指标

(1) 2016-2020年高端童装行业供给指标

1) 总产值

2) 产成品

##### 2.2.2 高端童装所属行业需求指标

(1) 2016-2020年高端童装行业需求指标

1) 销售产值

2) 销售收入

##### 2.2.3 2016-2020年高端童装所属行业产销率

#### 2.3 2020年高端童装所属行业经营效益指标

##### 2.3.1 产业规模分析

##### 2.3.2 月资本/劳动密集度分析

##### 2.3.3 高端童装行业产销分析

##### 2.3.4 成本费用结构分析

##### 2.3.5 高端童装行业盈亏分析

## 2.4 中国高端童装制造所属行业进出口市场分析

### 2.4.1 中国高端童装制造所属行业出口情况

#### (1) 2016-2020年行业出口市场分析

##### 1) 行业出口整体情况

##### 2) 行业出口产品结构特征分析

#### (2) 2020年行业出口市场分析

##### 1) 行业出口整体情况

##### 2) 行业出口产品结构特征分析

### 2.4.2 中国高端童装制造所属行业进口情况

#### (1) 2016-2020年行业进口市场分析

##### 1) 行业进口整体情况

##### 2) 行业进口产品结构特征分析

#### (2) 2020年行业进口市场分析

##### 1) 行业进口整体状况

##### 2) 行业进口产品结构特征分析

## 第3章：高端童装行业产业链直观

### 3.1 高端童装行业产业链直观

### 3.2 高端童装行业上游产业供应链解析

#### 3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析

##### (1) 服装面料生产情况

##### (2) 服装面料需求情况

##### (3) 服装面料投资情况

##### (4) 服装面料开发趋势

#### 3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势

##### (1) 拉链市场供给与价格走势

##### (2) 衬布市场供给与价格走势

##### (3) 纽扣市场供给与价格走势

#### 3.2.3 缝纫机械产销与经营

##### (1) 缝纫机械市场产销情况

##### (2) 缝纫机械行业经营情况

### 3.3 高端童装行业下游产业流通链解析

### 3.3.1 传统零售业发展现状与需求

#### (1) 传统零售业发展现状

##### 1) 零售行业发展概况

##### 2) 零售行业发展特征

##### 3) 零售行业经济运行

##### 4) 零售行业竞争情况

#### (2) 高端童装综合零售渠道需求

### 3.3.2 电子商务发展现状与需求

#### (1) 电子商务行业发展现状

##### 1) 中国电子商务行业发展概况

##### 2) 中国电子商务网站规模

##### 3) 中国电子商务行业市场规模

##### 4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析

#### (2) 高端童装电子商务渠道需求

## 第4章：高端童装行业细分产品市场

### 4.1 高端童装产品市场发展

#### 4.1.1 产品线延伸

##### (1) 产品年龄段拓展

##### (2) 产品性别市场拓展

#### 4.1.2 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

### 4.2 不同年龄段产品市场分析

#### 4.2.1 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

#### 4.2.2 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

#### 4.2.3 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

#### 4.2.4 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

#### 4.3 高端童装产业链延伸

##### 4.3.1 延伸至鞋类市场

##### 4.3.2 延伸至文具市场

##### 4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

### 第5章：高端童装行业发展与竞合关系

#### 5.1 国际高端童装市场竞合关系

##### 5.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展

- (1) 美国
- (2) 俄罗斯
- (3) 英国
- (4) 日本
- (5) 其它国家及地区

##### 5.1.2 国际高端童装市场竞合关系



### 5.1.3 国际童装品牌调研及在华投资

#### (1) 耐克 (nike)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

#### (2) 阿迪达斯 (adidas)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

#### (3) 古驰 (GUCCI)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

#### (4) 阿卡邦 (agabang)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

#### (5) 史努比

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

#### (6) 樱桃小丸子

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

### 5.2 国内高端童装市场竞合关系

#### 5.2.1 高端童装市场规模

#### 5.2.2 高端童装行业集中度

(1) 销售集中度

(2) 资产集中度

(3) 利润集中度

(4) 不同经济类型企业集中度

- 1) 不同经济类型企业特征
- 2) 不同经济类型企业集中度

### 5.2.3 高端童装竞争格局

- (1) 中外品牌竞争格局
- (2) 国内品牌竞争力

### 5.2.4 国内童装品牌调研

#### (1) 巴拉巴拉

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

#### (2) 派克兰帝

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

#### (3) 小猪班纳

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

#### (4) 巴布豆

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

#### (5) 安奈尔

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

#### (6) 米奇

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

## 5.3 高端童装企业资本整合与并购

### 5.3.1 行业结构的演进和增长点

- 5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合
- 5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合
- 5.3.4 高端童装企业投资兼并与重组整合案例

## 第6章：高端童装行业重点区域市场

### 6.1 行业总体区域结构特征

#### 6.1.1 区域结构总体特征

#### 6.1.2 区域集中度

### 6.2 行业重点区域产销情况

#### 6.2.1 华北地区高端童装产销情况

#### 6.2.2 华南地区高端童装产销情况

#### 6.2.3 华东地区高端童装产销情况

#### 6.2.4 华中地区高端童装产销情况

#### 6.2.5 西南地区高端童装产销情况

#### 6.2.6 东北地区高端童装产销情况

#### 6.2.7 西北地区高端童装产销情况

## 第7章：高端童装行业消费需求调研

### 7.1 高端童装需求背景

#### 7.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利

- (1) 我国人口结构变化特征
- (2) 人口结构变迁与消费品成长性影响
- (3) 中国儿童消费群体成长情况

#### 7.1.2 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

### 7.2 儿童消费决策市场

#### 7.2.1 童装消费决策调研

#### 7.2.2 儿童消费决策情况调研

- (1) 儿童人均消费额
- (2) 儿童购物自主意识与品牌认知

#### 1) 儿童自主消费意识提高及影响

## 2) 儿童自主意识与行为案例

### (3) 儿童高消费影响因素

## 7.3 高端童装需求空间分析

### 7.3.1 城市儿童消费规模

### 7.3.2 城市儿童消费结构

### 7.3.3 高端童装需求空间分析

## 7.4 高端童装消费需求调研

### 7.4.1 童装消费层次

### 7.4.2 童装消费价格承受能力

### 7.4.3 童装消费质量要求

### 7.4.4 童装消费场所选择

### 7.4.5 高端童装消费品牌忠诚度

## 第8章：高端童装销售渠道与发展策略

### 8.1 高端童装销售渠道

#### 8.1.1 高端童装销售渠道发展

#### 8.1.2 国外高端童装进入渠道

##### (1) 直营

##### (2) 代理分销

##### (3) 品牌托管

#### 8.1.3 国内高端童装销售渠道

##### (1) 百货商场

##### (2) 品牌专卖店

##### (3) 专营店

##### (4) 仓储超市

##### (5) 电子商务

#### 8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

### 8.2 高端童装营销策略及形式

#### 8.2.1 高端童装营销策略

##### (1) 产品策略

##### (2) 价格策略

##### (3) 渠道策略

(4) 促销策略

## 8.2.2 高端童装营销策略形式

(1) 形象营销策略

(2) 概念营销策略

(3) 品牌营销策略

(4) 文化营销策略

(5) 情感营销策略

## 第9章：高端童装行业主要企业运营指标

### 9.1 高端童装企业发展总体状况分析

#### 9.1.1 高端童装行业企业规模

#### 9.1.2 高端童装行业工业产值状况

#### 9.1.3 高端童装行业销售收入和利润

#### 9.1.4 主要高端童装企业创新能力分析

### 9.2 高端童装行业领先企业个案分析

#### 9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

#### 9.2.2 温州市森马童装有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

#### 9.2.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

#### 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

#### 9.2.5 广州中威日用品企业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

### 第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测（）

#### 10.1 高端童装市场趋势与前景

##### 10.1.1 市场发展趋势

##### 10.1.2 市场前景预测

#### 10.2 高端童装行业投资特性

##### 10.2.1 进入壁垒

##### 10.2.2 盈利模式

##### 10.2.3 盈利因素

#### 10.3 高端童装行业投资风险

##### 10.3.1 政策风险

##### 10.3.2 技术风险

##### 10.3.3 供求风险

##### 10.3.4 宏观经济波动风险

##### 10.3.5 关联产业风险

##### 10.3.6 生产规模及所有制风险

#### 10.4 高端童装行业投资建议

##### 10.4.1 行业投资现状

##### 10.4.2 主要投资建议

#### 部分图表目录：

图表1：2016-2020年高端童装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表2：婴幼儿及儿童纺织所用织物技术安全要求

图表3：婴幼儿及儿童纺织所用填充物技术安全要求

图表4：2020年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表5：2016-2020年下半年我国GDP分季度增长情况（单位：%）

图表6：2016-2020年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%）

图表7：2016-2020年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%）

图表8：2016-2020年我国城镇化水平（单位：万人，%）

图表9：2016-2020年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势

图表10：奢侈品消费动机结构

图表11：日本、美国和欧洲奢侈品消费者购买动机认同百分比（单位：%）

图表12：中国奢侈品消费者购买动机

图表13：美特斯邦威供应链资源整合系统架构图

图表14：2016-2020年高端童装所属行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表15：2016-2020年中国高端童装所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表16：2016-2020年中国高端童装所属行业运营能力分析（单位：次）

图表17：2016-2020年中国高端童装所属行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表18：2016-2020年中国高端童装所属行业发展能力分析（单位：%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128KJWP.html>