

2017-2022年中国童装市场 深度研究与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国童装市场深度研究与行业发展趋势报告》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/774128Y87P.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

国内0-16岁的少年儿童人口超过3亿，随着80后、90后进入生育期，加上单独二胎政策的实施，未来儿童人口数量的进一步增加将为童装市场奠定快速发展的基石。目前，童装产业品牌较多，消费者分化较为严重，中高端定位的服装品牌包括迪士尼、耐克和阿迪达斯的童装子品牌，国内的有森马等定位中高端的品牌。而在低端的品牌中，价格较低，市场竞争较为激烈，品牌较为混乱，企业的竞争策略基本以控制成本为主、主打价格战。由于童装产品消费群体阶段性的保持稳定，因此，在人口结构没有发生较大变化之时，市场消费群体难以发生较大改变，市场规模的扩大整体依赖于消费者对于产品价格的整体可接受程度的提高。

经过多年发展，中国童装产业不断壮大，已形成了一大批以贴牌加工为主，能够生产供应大批量、多品种、快交期、中低附加值产品的童装生产企业，并成为了全球童装的主要生产中心。随着产业结构的调整和升级，中国的童装正由追求产业规模和产量规模向专业化和精细化方向转变，为自主服饰品牌的发展奠定了良好基础。由于我国童装市场起步较晚，品牌建立时间较短，整体而言童装市场处于成长期。相对国外较高集中度的童装市场，我国童装业存在增长速度迅速、毛利率高，集中度低的特点。但随着我国居民消费能力的提升，长久以来实施计划生育政策每户家庭仅有一个小孩，父母相当愿意为小孩花钱。加之现在二胎政策的放开，乐观估计每年将以100-150万人的速度释放出儿童市场的一个庞大增量。

我国童装行业，在2000年左右基本上形成了以广东佛山、浙江湖州、福建石狮和武汉为主要的四个生产基地。随着市场竞争的加剧，受地理位置以及产业链等影响。石狮和武汉的童装产业逐渐趋于弱势，佛山与湖州则继续做大做强。与此同时，东莞的童装行业也随着自身的优势后来居上成为了新崛起的童装基地之一。2015年，中国拥有童装企业逾2万家，主要分布在广东东莞、浙江湖州、福建泉州、河南安阳、四川成都等地。随着二胎政策的全面放开，童装市场将迎来新的市场需求。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国童装市场深度研究与行业发展趋势报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 童装行业运行现状

第一章 2016年中国童装行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2016年宏观经济运行情况

二、2016年中国经济发展预测分析

第二节 童装行业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策（标准、技术）

三、出口关税及相关税收政策

第三节 2016年中国童装行业发展社会环境分析

第二章 童装行业发展概述

第一节 行业界定

一、童装行业定义及分类

二、童装行业经济特性

三、童装产业链模型介绍及童装产业链图分析

第二节 童装行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 童装行业相关产业动态

第三章 2016年世界童装行业市场运行形势分析

第一节 世界童装行业市场运行环境分析

第二节 世界童装行业市场发展情况分析

一、世界童装行业市场供需分析

二、世界童装行业市场规模分析

三、世界童装行业主要国家发展情况分析

第三节 世界童装行业重点企业分析

第四节 2017-2022年世界童装行业市场规模趋势预测分析

第四章 2016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

第二部分 童装行业区域市场分析

第五章 我国童装行业发展分析

第一节 2016年中国童装行业发展状况

一、2016年童装行业发展状况分析

二、2016年中国童装行业发展动态

三、2016年我国童装行业发展热点

四、2016年我国童装行业存在的问题

第二节 2016年中国童装行业市场供需状况

一、2013-2016年中国童装行业供给分析

二、2013-2016年中国童装行业市场需求分析

三、中国童装行业产品价格分析

四、2013-2016年中国童装行业市场规模分析

五、中国童装行业区域市场规模分析

第三部分 童装行业深度分析

第六章 2014-2016年中国童装行业（所属行业）主要数据监测分析

第一节 2014-2016年中国童装行业（所属行业）总体数据分析

一、2014年中国童装行业（所属行业）全部企业数据分析

二、2015年中国童装行业（所属行业）全部企业数据分析

三、2016年中国童装行业（所属行业）全部企业数据分析

第二节 2014-2016年中国童装行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2014年中国童装行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2015年中国童装行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2016年中国童装行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2014-2016年中国童装行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2014年中国童装行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2015年中国童装行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2016年中国童装行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第四部分 童装行业竞争格局分析

第七章 2016年中国童装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 童装行业集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 2016年中国童装行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第八章 2016年童装行业优势生产企业竞争力分析

第一节 深圳市安奈儿股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第二节 红黄蓝集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第三节 深圳市久久时尚童装有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第四节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第五节 杭州娃哈哈童装有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第六节 北京派克兰帝有限责任公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第七节 福建格林集团

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第八节 福建宝德集团

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第九节 广东小猪班纳服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第十节 博士蛙国际控股有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第十一节 广州市缔造亿百儿童用品有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第十二节 上海良友服饰有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第十三节 上海雅多服饰有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第十四节 上海今童王服饰有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业竞争优势分析

第五部分 童装产业结构分析

第九章 2014-2016年中国童装行业上下游分析及其影响

第一节 2014-2016年中国童装行业上游发展及影响分析

一、2014-2016年中国童装行业上游运行现状分析

二、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2014-2016年中国童装行业下游发展及影响分析

一、2014-2016年中国童装行业下游运行现状分析

二、下游对本行业产生的影响分析

第六部分 童装行业投资分析

第十章 2017-2022年童装行业发展及投资前景预测分析

第一节 2017-2022年童装行业市场规模预测分析

第二节 2017-2022年童装行业供需预测分析

第三节 中国童装行业五力分析

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

第四节 2017-2022年我国童装行业投资环境分析

第五节 2017-2022年我国童装行业前景展望分析

第六节 2017-2022年我国童装行业盈利能力预测

第十一章 2017-2022年中国童装行业投资风险分析

第一节 2015-2016年中国童装行业投资分析

第二节 近年中国童装行业主要投资项目分析

第三节 2017-2022年中国童装行业投资周期分析

第四节 2017-2022年中国童装行业投资风险分析

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

第十二章 2017-2022年中国童装行业发展策略及投资建议分析

第一节 童装行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 童装行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2017-2022年中国童装生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、建立自主品牌案例分析

第四节 2017-2022年中国童装行业发展建议

第五节 2017-2022年中国童装行业投资建议

图表目录：

图表：2010-2016年我国季度GDP增长率

图表：2010-2016年我国三次产业增加值季度增长率

图表：2010-2016年我国工业增加值走势图

图表：2010-2016年固定资产投资增速走势图

图表：2014-2016年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率

图表：2010-2016年我国社会消费品零售总额走势图

图表：2010-2016年我国社会消费品零售总额构成走势图

图表：2010-2016年我国CPI、PPI运行趋势

图表：2010-2016年企业商品价格指数走势（上年同期为100）

图表：2010-2016年进出口走势图

图表：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表：童装行业相关标准

图表：产业链模型分析

图表：童装产业链图示

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128Y87P.html>