

2016-2022年中国童装童鞋 市场前景研究与市场全景评估报告

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

《2016-2022年中国童装童鞋市场前景研究与市场全景评估报告》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/l58532YT2S.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

近些年来，我国的童装消费规模不断扩大，且保持着较高的增长率。2015年我国童装市场规模达到1372亿，增长率达到8%，随着二胎开放和消费升级，预计到2017年市场规模将突破1500亿。在大环境需求不景气的背景下，尤其是在成人服装市场增长放缓，男女装市场趋于饱和的背景下，童装市场的快速增长显得尤为亮眼，已成为服装行业发展的一个新兴增长领域。2015年10月26日至29日，在中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出“全面实施一对夫妇可生育两个孩子的政策”。自2013年局部开放二胎政策以来，中国新生婴儿数量就开始开启了高速增长模式，我们预计伴随着这次政策的全面实施，未来新生婴儿数将保持甚至提高目前的高增长率。

由于计划生育的持续实施，我国0-14岁人口一直在下降，在2011年达到最低点2.22亿人，然后在2012年和2013年缓慢增长，增长率为0.1%~0.5%，总人口占比也从2005年的20.27%下降到2013年的16.41%。在2013年局部开放二胎政策后，随着新生婴儿数量的加速增长，2014年0-14岁人口开始加速增长，增长率达到1%，占总人口的16.49%，占比为4年最高。我们预计，随着新生婴儿数规模的高速增长，我国0-14岁人口数量也将持续增长。持续增长的婴童数量给童装市场带来更大的市场空间。2014年我国0-14岁人口为2.26亿人，其中城市儿童约1.24亿人，这部分人群是当前童装消费的主力群体。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国童装童鞋市场前景研究与市场全景评估报告》共十七章。首先介绍了童装童鞋产业相关概念及发展环境，接着分析了中国童装童鞋行业规模及消费需求，然后对中国童装童鞋行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国童装童鞋行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国童装童鞋行业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：

第一部分 童装行业发展分析22

第一章2016年中国童装行业运行动态透析22

第一节 童装的相关概述22

一、童装的起源	22
二、童装的分类	22
三、童装产业的特征	24
第二节 2016年中国童装行业的发展分析	25
一、中国童装产业结构及产业链概况	25
二、中国童装业开始步入产业升级轨道	25
三、我国童装产业的运行特点	26
四、中国童装产业呈遍地开花局面	28
第三节 2016年童装产业绿色环保的发展分析	28
一、环保童装的介绍	28
二、绿色童装的四大功能	30
三、童装企业应尽力打造绿色环保童装	30
四、健康童装的面料要提高科技含量	31
五、国内冬季童装市场掀起环保风	33
六、环保童装消费理念深入人心	34
第四节 2016年童装产业发展存在的问题及对策分析	34
一、制约中国童装产业发展的八大因素	34
二、样式无差异制约童装行业发展	36
三、童装产业基地发展存在的问题	37
四、童装产业应实施ISO9000国际标准	40
五、我国童装行业应重视出口风险防范	42
第二章2016年中国童装市场运行走势解析	47
第一节 中国童装市场发展概况	47
一、改革开放以来童装市场的发展变化	47
二、中国童装市场发展格局分析	50
三、中国童装市场发展特征	53
四、中国童装市场开始步入调整周期	54
五、运动品牌集体发力国内童装市场	56
第二节 中国童装市场存在的问题	56
一、童装市场发展面临的五大难题	56
二、中国童装市场发展需突破的瓶颈	57

- 三、制约中国童装市场发展的因素62
- 四、中国童装市场不景气的内外因63
- 第三节 中国童装市场的发展对策64
 - 一、童装成功开创蓝海大市场的策略64
 - 二、童装企业的低成本传播战略67
 - 三、童装企业从批发向品牌转型的建议70

第三章2016年中国童装行业市场需求及消费情况深度研究77

- 第一节 中国童装市场需求分析77
 - 一、中国童装市场的需求规模77
 - 二、女童装市场需求比男童市场大78
 - 三、童装市场的需求趋向80
 - 四、童装市场需求六大趋势81
 - 五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变86
- 第二节 中国童装市场消费分析87
 - 一、童装消费的特征87
 - 二、影响童装消费的因素90
 - 三、中国童装市场消费水平多层次91
 - 四、2016年童装市场消费者调查分析92
 - 五、童装个性化消费来临及应对策略93
- 第三节 中国童装市场价格分析94
 - 一、影响儿童服装价格的因素94
 - 二、中国童装价格居高原因分析96
 - 三、中国童装市场价格与需求形式分析98

第四章2015中国童装品牌市场运行形势分析103

- 第一节 中国童装品牌的发展103
 - 一、中国童装发展品牌市场的背景103
 - 二、中国童装品牌市场的整体格局104
 - 三、我国自主童装品牌发展状况简析106
 - 四、洋品牌大肆抢滩中国童装市场108
 - 五、2015中国大型商场前十位童装品牌的销售统计112

六、2015中国童装市场前十位品牌综合占有率情况113

第二节 童装品牌细分市场的定位113

一、以年龄层细分市场113

二、以个性定位细分市场114

三、以功能定位细分市场116

第三节 中国童装品牌市场存在的问题118

一、童装品牌发展的难点118

二、中国童装品牌结构不合理设计老化118

三、中国童装品牌消费存在的不足120

四、中国童装品牌做不大的原因122

五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区123

第四节 中国童装品牌发展的策略135

一、童装打造自主品牌的建议135

二、中国童装品牌文化应升级136

三、中国童装企业品牌策划的策略139

第五章2009-2016年中国婴儿服装及衣着附件产量统计分析142

第一节 2009-2016年全国婴儿服装及衣着附件产量分析142

第二节 2016年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析143

第三节 2016年婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

第六章2016年中国童装区域市场格局分析153

第一节 北京153

一、北京童装销售市场发展回顾153

二、北京亿元商场童装市场销售情况153

三、北京童装行业零售简况154

第二节 上海159

一、上海市童装市场的定位分析159

二、上海童装质量安全性指数有保障160

三、上海童装市场发展综述162

四、法国顶级童装品牌进驻上海164

五、上海童装销售规模分析165

第三节 深圳167

- 一、深圳童装市场总体概述167
- 二、深圳童装市场面临洗牌169
- 三、深圳童装着力打造领先品牌172
- 四、深圳“衣童俱乐部”品牌抢占全国市场174
- 五、深圳童装市场企业与日俱增174

第四节 杭州177

- 一、杭州已成为童装品牌必争之地177
- 二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山177
- 三、杭州街头童装受欢迎179
- 四、T100低调抢滩杭州童装市场182

第五节 温州183

- 一、温州童装发展的轨迹183
- 二、限制温州童装发展的瓶颈186
- 三、温州童装业保持稳健发展188
- 四、温州童装积极抢占核心商圈191

第六节 其他地区193

- 一、江苏省童装市场商机大193
- 二、成都童装品牌领先全国194
- 三、武汉本土童装集体失声196
- 四、长春品牌童装市场销售形势火热198

第七章2016年中国童装行业市场竞争格局分析200

第一节 2016年中国童装市场的竞争状况200

- 一、中国童装市场的主要竞争形式200
- 二、成人服装品牌挤占童装市场空间200
- 三、成装企业大规模介入加剧童装行业竞争202

第二节 2016年中国童装行业集中度分析205

- 一、市场集中度分析205
- 二、区域集中度分析205
- 三、2016年中国童装企业提升竞争力策略分析205

第八章 国内外童装重点企业分析207

第一节 NIKE207

一、企业概况207

二、市场定位情况208

三、市场占有份额情况209

四、NIKE童装品牌分析210

第二节 ADIDAS210

一、企业概况210

二、市场定位情况211

三、市场占有份额情况211

四、企业品牌规模分析212

第三节 PawinPaw213

一、企业概况213

二、市场定位情况213

三、市场占有份额情况214

第四节 巴拉巴拉214

一、企业概况214

二、市场定位情况215

三、市场占有份额情况216

四、企业品牌规模216

第五节 安奈儿216

一、企业概况216

二、市场定位情况217

三、市场占有份额情况218

四、2016-2022年公司发展战略分析218

第六节 衣恋218

一、企业概况218

二、市场定位情况219

三、市场占有份额情况219

四、企业产品介绍219

第七节 派克兰帝220

一、企业概况220

二、市场定位情况	221
三、市场占有份额情况	221
四、2016-2022年公司发展战略分析	222
第八节 丽婴房	222
一、企业概况	222
二、企业规模分析	222
三、市场占有份额情况	223
四、企业经营分析	223
第九节 史努比	224
一、企业概况	224
二、市场定位情况	225
三、市场占有份额情况	225
四、企业品牌分析	226
第十节 小猪班纳	226
一、企业概况	226
二、市场定位情况	227
三、市场占有份额情况	227
四、企业经营分析	228
第九章 2016-2022年中国童装投资机会与风险分析	229
第一节 2016-2022年中国童装投资现状分析	229
一、童装市场的投资特性	229
二、童装连锁投资成为未来主流趋势	232
三、消费市场巨大使童装成为投资焦点	235
第二节 2016-2022年中国童装投资机会分析	236
一、全球童装市场增长空间广阔	236
二、中国童装行业的投资机会	236
三、国内中端童装市场面临投资机遇	237
四、中国婴儿装、童装市场充满商机	239
五、童装童鞋一体化带来的新机遇	240
第三节 2016-2022年中国童装投资风险分析	243
一、童装企业的内部风险	243

二、品牌效应给童装企业带来的风险243

三、童装行业盈利能力有待提高244

四、其他风险分析245

第四节 2016-2022年中国童装投资建议分析246

一、童装品牌特许经营风险规避的对策246

二、童装企业应合理安排内外销比重249

三、童装投资应注重渠道建设250

四、童装投资的七大要素252

第十章 2016-2022年中国童装的发展趋势分析254

第一节 2016-2022年中国童装的发展前景254

一、2016-2022年中国童装行业预测分析254

二、中国童装产业发展前景分析256

三、中国童装产业的发展方向257

四、未来十年中国童装产业发展前景展望258

五、童装市场发展潜力探析267

第二节 中国童装的运行趋势269

一、消费趋势269

二、生产趋势270

三、品牌趋势271

四、营销趋势271

第十一章 中国童装行业发展预测278

第一节 2016-2022年我国童装行业产量预测278

第二节 2016-2022年我国童装行业消费量预测278

第三节 2016-2022年我国童装行业产值预测279

第四节 2016-2022年我国童装行业销售收入预测280

第二部分 童鞋行业发展分析281

第十二章 2010-2016年中国童鞋行业市场发展分析281

第一节 童鞋行业市场发展现状281

一、市场发展概况281

- 二、发展热点回顾284
- 三、市场存在问题及策略分析285
- 第二节 童鞋行业技术发展287
 - 一、技术特征现状分析287
 - 二、新技术研发及应用动态288
 - 三、技术发展趋势292
- 第三节 中国童鞋行业消费市场分析297
 - 一、消费特征分析297
 - 二、消费需求趋势297
 - 三、品牌市场消费结构298
- 第四节 2016-2022年童鞋行业市场发展趋势299

第十三章 中国童鞋市场规模分析301

- 第一节 2016年中国童鞋市场规模分析301
- 第二节 2016年我国童鞋区域结构分析301

第十四章 童鞋行业竞争格局分析304

- 第一节 行业竞争结构分析304
 - 一、现有企业间竞争304
 - 二、潜在进入者分析304
 - 三、替代品威胁分析305
 - 四、供应商议价能力306
 - 五、客户议价能力306
- 第二节 行业集中度分析307
 - 一、市场集中度分析307
 - 二、企业集中度分析307
 - 三、区域集中度分析308
- 第三节 2016-2022年童鞋行业竞争格局分析308
 - 一、2010-2016年国内外童鞋竞争分析308
 - 二、2010-2016年我国童鞋市场竞争分析311
 - 三、2016-2022年国内主要童鞋企业动向312

第十五章 未来童鞋行业发展预测分析315

第一节 未来童鞋行业需求与消费预测315

- 一、2016-2022年童鞋产品消费预测315
- 二、2016-2022年童鞋市场规模预测315
- 三、2016-2022年童鞋行业总产值预测316
- 四、2016-2022年童鞋行业销售收入预测317

第二节 2016-2022年中国童鞋行业供需预测317

- 一、2016-2022年中国童鞋供给预测317
- 二、2016-2022年中国童鞋产量预测318
- 三、2016-2022年中国童鞋需求预测319
- 四、2016-2022年中国童鞋供需平衡预测319

第十六章 童鞋行业投资机会与风险分析321

第一节 童鞋行业投资机会分析321

- 一、童鞋投资项目分析321
- 二、可以投资的童鞋模式321
- 三、2016年童鞋投资机会322
- 四、2016年童鞋投资新方向322
- 五、2016-2022年童鞋行业投资的建议323
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析327

第二节 影响童鞋行业发展的主要因素328

- 一、2016-2022年影响童鞋行业运行的有利因素分析328
- 二、2016-2022年影响童鞋行业运行的稳定因素分析328
- 三、2016-2022年影响童鞋行业运行的不利因素分析329
- 四、2016-2022年我国童鞋行业发展面临的挑战分析330
- 五、2016-2022年我国童鞋行业发展面临的机遇分析330

第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析331

- 一、2016-2022年童鞋行业市场风险及控制策略331
- 二、2016-2022年童鞋行业政策风险及控制策略332
- 三、2016-2022年童鞋行业经营风险及控制策略333
- 四、2016-2022年童鞋行业技术风险及控制策略334
- 五、2016-2022年童鞋同业竞争风险及控制策略335

六、2016-2022年童鞋行业其他风险及控制策略335

第十七章 童鞋行业投资战略研究336 (ZY CW)

第一节 童鞋行业发展战略研究336

一、战略综合规划336

二、技术开发战略336

三、业务组合战略336

四、营销品牌战略337

五、竞争战略规划337

第二节 对我国童鞋品牌的战略思考337

一、企业品牌的重要性337

二、童鞋实施品牌战略的意义339

三、童鞋企业品牌的现状分析339

四、我国童鞋企业的品牌战略340

五、童鞋品牌战略管理的策略340

第三节 童鞋行业投资战略研究342

图表目录：

图表1：2009-2016年上半年中国童装行业市场规模分析77

图表2：童装市场竞争格局107

图表3：2016年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计112

图表4：2010年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142

图表5：2011年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142

图表6：2012年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142

图表7：2013年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142

图表8：2016年我国婴儿服装及衣着附件产量分析143

图表9：2016年上半年我国婴儿服装及衣着附件产量分析143

图表10：2016年上半年北京婴儿服装及衣着附件产量分析143

图表11：2016年上半年天津婴儿服装及衣着附件产量分析143

图表12：2016年上半年河北婴儿服装及衣着附件产量分析144

图表13：2016年上半年山西婴儿服装及衣着附件产量分析144

图表14：2016年上半年内蒙古婴儿服装及衣着附件产量分析144

图表15：2016年上半年辽宁婴儿服装及衣着附件产量分析144

图表16：2016年上半年上海婴儿服装及衣着附件产量分析145

图表17：2016年上半年江苏婴儿服装及衣着附件产量分析145

图表18：2016年上半年浙江婴儿服装及衣着附件产量分析145

图表19：2016年上半年安徽婴儿服装及衣着附件产量分析145

图表20：2016年上半年福建婴儿服装及衣着附件产量分析145

图表21：2016年上半年江西婴儿服装及衣着附件产量分析146

图表22：2016年上半年山东婴儿服装及衣着附件产量分析146

图表23：2016年上半年河南婴儿服装及衣着附件产量分析146

图表24：2016年上半年湖北婴儿服装及衣着附件产量分析146

图表25：2016年上半年湖南婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表26：2016年上半年广东婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表27：2016年上半年广西婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表28：2016年上半年重庆婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表29：2016年上半年四川婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表30：2016年上半年北京婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

图表31：2016年上半年天津婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

图表32：2016年上半年河北婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

图表33：2016年上半年山西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

图表34：2016年上半年内蒙古婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149

图表35：2016年上半年辽宁婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149

图表36：2016年上半年上海婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149

图表37：2016年上半年江苏婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149

图表38：2016年上半年浙江婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150

图表39：2016年上半年安徽婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150

图表40：2016年上半年福建婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150

图表41：2016年上半年江西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150

图表42：2016年上半年山东婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150

图表43：2016年上半年河南婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151

图表44：2016年上半年湖北婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151

图表45：2016年上半年湖南婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151

图表46：2016年上半年广东婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151

图表47：2016年上半年广西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152

图表48：2016年上半年重庆婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152

图表49：2016年上半年四川婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152

图表50：北京亿元商场童装销售额前10位商场排序153

图表51：10月上海童装销售额排名前十品牌166

图表52：2016年上半年童装行业企业集中度分析205

图表53：2016年上半年童装行业区域集中度分析205

图表54：市场占有份额209

图表55：市场占有份额211

图表56：市场占有份额214

图表57：市场占有份额216

图表58：市场占有份额218

图表59：市场占有份额219

图表60：市场占有份额221

图表61：市场占有份额223

图表62：市场占有份额225

图表63：市场占有份额227

图表64：2016-2022年中国童装行业产量预测278

图表65：2016-2022年中国童装行业消费量预测278

图表66：2016-2022年中国童装行业产值预测279

图表67：2016-2022年中国童装行业销售收入预测280

图表68：2009-2016年上半年中国童鞋行业市场规模分析301

图表69：2016年上半年中国童鞋行业需求区域结构分析301

图表70：2016年上半年华北地区童鞋市场规模分析302

图表71：2016年上半年东北地区童鞋市场规模分析302

图表72：2016年上半年华东地区童鞋市场规模分析302

图表73：2016年上半年华南地区童鞋市场规模分析303

图表74：2016年上半年华中地区童鞋市场规模分析303

图表75：2016年上半年西部地区童鞋市场规模分析303

图表76：2016年童鞋行业企业集中度分析307

图表77：2016年上半年童鞋行业生产区域集中度分析308

图表78：2016-2022年中国童鞋行业消费量预测315

- 图表79：2016-2022年中国童鞋行业市场规模预测315
- 图表80：2016-2022年中国童鞋行业总产值预测316
- 图表81：2016-2022年中国童鞋行业销售收入预测317
- 图表82：2016-2022年中国童鞋行业产能预测317
- 图表83：2016-2022年中国童鞋行业产量预测318
- 图表84：2016-2022年中国童鞋行业需求量预测319
- 图表85：2016-2022年中国童鞋行业供需平衡预测319
- 图表86：童鞋投资项目321
- 图表87：中国童鞋项目风险控制建议与收益潜力提升措施323
- 图表88：童鞋产品技术应用注意事项分析323
- 图表89：童鞋产品项目投资注意事项图324
- 图表90：童鞋产品行业生产开发注意事项325
- 图表91：童鞋产品销售注意事项326

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/l58532YT2S.html>