

# 2018-2024年中国童装品牌 市场深度评估与发展方向研究报告

## 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

《2018-2024年中国童装品牌市场深度评估与发展方向研究报告》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/Q361895NRG.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

童装市场品牌众多，专业童装品牌与成人装延伸品牌共同竞争。相对童装市场快速增长的高成长性，成人服装市场趋于成熟。众多国内外成人服装品牌企业纷纷进入童装市场，行业竞争愈加激烈。国际品牌多定位于高端童装市场，其中成人运动品牌延伸的儿童服装 Adidas Kids、Nike Kids 等品牌主要以运动功能童装为主；Gucci、Dior 等品牌注重高端时尚童装。国内品牌以中端、低端童装市场为主，部分具有较强实力的品牌已逐渐定位中高端市场。且国内童装品牌尚以区域性品牌为主，随着渠道下沉与完善，童装品牌正经历从区域性童装逐步转型为全国品牌的过程。

童装行业龙头经营业绩稳健，不惧经济周期调整 虽然童装行业 2012 年后也经历了收入增速下滑，特别是巴拉巴拉 12 年后收入增速降到了 30% 以下。但行业龙头公司普遍注重经营质量，毛利率稳定、单店收入稳步提升。

童装行业龙头公司单店收入（万元）资料来源：公开资料整理

童装行业龙头公司毛利率变动情况资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国童装品牌市场深度评估与发展方向研究报告》共十四章。首先介绍了童装品牌行业市场发展环境、童装品牌整体运行态势等，接着分析了童装品牌行业市场运行的现状，然后介绍了童装品牌市场竞争格局。随后，报告对童装品牌做了重点企业经营状况分析，最后分析了童装品牌行业发展趋势与投资预测。您若想对童装品牌产业有个系统的了解或者想投资童装品牌行业，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：

第一章 中国品牌童装发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、经济发展状况

二、收入增长情况

三、固定资产投资

四、存贷款利率变化

五、人民币汇率变化

六、金融危机对童装行业影响分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四节 技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二章 中国童装市场规模分析

第一节 2012-2017年中国童装市场规模分析

童装行业龙头收入增速资料来源：公开资料整理

童装行业龙头公司门店数量资料来源：公开资料整理

第二节 2017年我国童装区域结构分析

第三节 中国童装区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2009—2012年中国童装市场规模预测

第三章 中国童装需求与消费者偏好调查

第一节 2012-2017年中国童装产量统计分析

第二节 2012-2017年中国童装历年消费量统计分析

第三节 童装产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 童装产品的品牌市场调查

一、消费者对童装品牌认知度宏观调查

二、消费者对童装产品的品牌偏好调查

三、消费者对童装品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、童装品牌忠诚度调查

六、童装品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 中国品牌童装市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2012-2017年中国品牌童装平均价格趋向势分析

第三节 2018-2024年中国品牌童装价格趋向预测分析

第五章 中国品牌童装进出口市场情况分析

第一节 2012-2017年中国品牌童装进出口量分析

一、2012-2017年中国品牌童装进口分析

二、2012-2017年中国品牌童装出口分析

第二节 2018-2024年中国品牌童装进出口市场预测分析

一、2018-2024年中国品牌童装进口预测

二、2018-2024年中国品牌童装出口预测

第六章 中国童装优势品牌企业分析

第一节 巴拉巴拉（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第二节 红黄蓝（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第三节 派克兰蒂（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第四节 娃哈哈（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第五节 杉杉（一线品牌）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第六节 小数点童装（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

## 第七节 小猪班纳（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第八节 玛米玛卡（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第九节 贝蕾尔（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第十节 嗒嘀嗒（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第七章 中国品牌童装竞争格局分析

第一节 童装行业历史竞争格局概况

一、童装行业集中度分析

二、童装行业竞争程度分析

第二节 童装行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2012-2017年中国品牌童装竞争格局展望

第八章 2018-2024年中国品牌童装发展预测

第一节 2018-2024年童装行业产量预测

第二节 2018-2024年童装行业总资产预测

第三节 2018-2024年童装行业工业总产值预测

第四节 2018-2024年童装行业销售收入预测

## 第九章 2018-2024年我国童装行业投资价值与投资策略分析(ZY GXH)

### 第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

### 第二节 童装行业投资价值分析

- 一、行业盈利能力
- 二、行业偿债能力
- 三、行业发展能力

### 第三节 2018-2024年中国品牌童装投资风险预警

- 一、金融危机风险预警
- 二、行业竞争风险预警
- 三、技术风险预警
- 四、经营管理风险预警

### 第四节 童装行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析 (ZY GXH)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Q361895NRG.html>