

# 2015-2020年中国高端童装 市场现状调查及投资策略研究报告

## 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

《2015-2020年中国高端童装市场现状调查及投资策略研究报告》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/Q36189PMUG.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

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。但是，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。虽然我国童装行业品牌众多，但是高端童装行业尚未形成强势领导品牌，市场的集中度比较低。

随着中国经济的迅速发展及国内生产总值的持续增长，近年来中国儿童消费品市场大幅增长，由2005年的人民币717亿元增至2014年的3524亿元，同2012年比增长21.1%。2014年，我国童装零售量为亿件，同比增长5.3%；零售额达到1107亿元，同比增长9.2%。未来几年中国高端童装市场将步入新的发展阶段，行业零售额将保持平稳增长态势。智研数据研究中心预计，到2018年中国高端童装零售规模将达到190亿元。

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国高端童装市场现状调查及投资策略研究报告》由智研数据研究中心的资深专家和研究人员通过周密的市场调研，参考国家统计局、商务部、中国服装协会、海关总署机构发布的最新权威数据，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过相关市场研究的工具、理论和模型撰写而成。本报告主要分析了世界和中国高端童装行业的发展现状和规模，服装行业的相关政策法规，各地区童装行业的市场分析，高端服装的消费需求调研，国内外重点高端童装品牌的分析以及对中国高端童装行业发展趋势、投资前景、投资风险的分析预测。是高端童装相关企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策的依据。

### 第一章 中国高端童装行业发展综述 13 第一节 童装发展概述 13

#### 一、童装概述 13

#### 二、童装面料 13

#### 三、童装分类 13

#### 四、国内童装主要品牌 14 第二节 高端童装行业发展 15

#### 一、童装行业发展历程 15

#### 二、童装行业竞争格局 16

#### 三、高端童装竞争格局 16

#### 四、高端童装盈利能力 16 第三节 高端童装行业PEST模型 17

#### 一、行业政治法律环境分析 17

##### （一）新国家纺织品基本安全技术规范分析 17

##### （二）工信部批准项纺织行业新标准分析 18

##### （三）《服装生产企业安全生产标准化评定标准》 20

(四)	《2014年羊毛、毛条进口关税配额管理实施细则》	20
(五)	《关于进一步强化监管、加强重点领域消费维权工作的通知》	21
二、	行业经济环境分析	21
(一)	国内经济增长	21
(二)	居民收入水平	22
三、	行业消费环境分析	24
(一)	社会消费情况	24
(二)	居民消费信心	25
(三)	居民消费结构	26
四、	行业信息技术环境分析	26
第四节	高端童装行业波特五力模型	27
一、	上游议价能力	27
二、	下游议价能力	28
三、	新进入者壁垒	28
四、	替代威胁	29
五、	行业内竞争	29
第二章	2014年高端童装行业经济指标	31
第一节	中国儿童消费品市场分析	31
一、	儿童消费品市场规模分析	31
二、	儿童消费品户均年度开支	31
三、	儿童消费品市场结构分析	32
(一)	按产品分类	32
(二)	按产品层次	33
第二节	中国童装市场分析	34
一、	童装零售量分析	34
二、	童装零售额分析	34
三、	童装市场结构分析	35
(一)	按产品分类	35
(二)	按产品层次	36
四、	童装零售渠道	37
五、	童装零售价格	37
第三节	中国高端童装行业供需平衡指标	38
一、	高端童装行业供给指标	38
二、	高端童装行业需求指标	40
(一)	高端童装需求规模	40
(二)	高端童装需求分析	40

### 第三章 国内外品牌童装品牌案例研究 41 第一节 Gymboree 41

#### 一、品牌概述 41

(一) 品牌历程 41

(二) 品牌介绍 41

(三) 品牌愿景 41

#### 二、品牌运作 42

(一) 商品系列 42

(二) 发展动态 42

#### 三、产品销售 43

(一) 门店数量 43

(二) 在华门店 43

(三) 销售规模 45

(四) 毛利水平 45 第二节 巴拉巴拉 45

#### 一、品牌概述 45

(一) 品牌简介 45

(二) 品牌价值 46

(三) 品牌历程 46

#### 二、品牌运作 47

(一) 部门组织架构 47

(二) 设计研发模式 48

(三) 生产采购模式 49

#### 三、产品销售 49

(一) 销售模式 49

(二) 门店数量 51

(三) 不同门店销售规模 51

(四) 细分产品销售规模 52

(五) 产品销售毛利水平 53

### 第四章 高端童装行业产业链直观 54 第一节 高端童装行业产业链分析 54 第二节 高端童装行业上游产业供应链解析 55

#### 一、服装面料市场供给与发展趋势分析 55

(一) 纺织业固定资产投资分析 55

(二) 纺织业主要产品产量分析 55

- (三) 纺织业需求情况分析 56
  - (四) 纺织行业发展趋势分析 56
  - 二、服装辅料市场发展分析 58
    - (一) 拉链市场发展分析 58
    - (二) 衬布市场发展分析 58
    - (三) 纽扣市场发展分析 59
  - 三、缝纫机械市场产销与经营 60
    - (一) 缝纫机械行业经营情况 60
    - (二) 缝纫机械市场发展前景 61
  - 第三节 高端童装行业下游产业流通链解析 62
  - 一、网络服饰销售发展现状 62
    - (一) 服装网购市场交易规模 62
    - (二) 服装网络零售趋势分析 62
  - 二、服装行业电子商务渠道 63
    - (一) 服装行业电商经营模式 63
    - (二) 服装电子商务交易模式 64
  - 三、童装网购市场交易规模 66
  - 第四节 童装电子商务平台分析 66
  - 一、天猫商城 66
  - 二、淘宝网 68
  - 三、京东商城 69
  - 四、妙乐乐 70
  - 五、红孩子 71
  - 第五节 童装网购品牌案例分析——绿盒子 72
  - 一、品牌线上经营概述 72
  - 二、品牌线上运营策略 73
  - 三、品牌运营经验启示 73
- 第五章 高端童装行业细分产品市场 75
- 第一节 高端童装产品市场发展 75
  - 一、产品线延伸 75
    - (一) 产品年龄段拓展 75
    - (二) 产品性别市场拓展 75
  - 二、产品设计趋势 76
    - (一) 休闲装崛起 76
    - (二) 颜色、款式成人化 76
    - (三) 尺寸明显放大许多 76

- (四) 图案变小, 流行装饰增多 76
- (五) 健康环保概念流行 76
- 第二节 高端童装各细分市场分析 77
- 一、年龄层细分市场分析 77
  - (一) 细分市场发展概况 77
  - (二) 细分市场发展特点 77
  - (三) 市场需求状况分析 77
  - (四) 细分市场策略分析 79
- 二、个性定位细分市场分析 79
  - (一) 细分市场发展概况 79
  - (二) 细分市场发展策略 80
- 三、功能定位细分市场分析 80
  - (一) 细分市场发展概况 80
  - (二) 细分市场发展策略 81
- 四、设计定位细分市场分析 81
  - (一) 细分市场发展概况 81
  - (二) 细分市场发展策略 81
- 第三节 高端童装产业链延伸 82
- 一、延伸至鞋类市场 82
- 二、延伸至婴幼儿用品市场 82
- 第六章 高端童装行业发展与竞合关系 83
- 第一节 国际高端童装市场竞合关系 83
- 一、主要国家及地区高端童装市场发展 83
  - (一) 美国 83
  - (二) 俄罗斯 83
  - (三) 日本 84
- 二、世界高端品牌童装调研及在华分析 85
  - (一) Mothercare 85
  - (二) Cucci kids 85
  - (三) Baby dior 87
  - (四) BURBERRY CHILDRENSWEAR 88
  - (五) GAP 89
- 第二节 国内高端童装市场竞合关系 90
- 一、高端童装行业集中度 90
  - (一) 品牌集中度 90
  - (二) 企业集中度 90

- (三) 区域集中度 90
- 二、高端童装竞争格局 91
  - (一) 中外品牌竞争格局 91
  - (二) 国内品牌竞争力 92
- 三、国内童装品牌调研 92
  - (一) 派克兰帝 92
  - (二) 小猪班纳 93
  - (三) 巴布豆 94
  - (四) 安奈尔 94
  - (五) 米奇 95
- 第三节 高端童装企业资本整合与并购 95
  - 一、行业结构的演进和增长点 95
  - 二、国际高端童装企业投资兼并与重组整合 96
  - 三、国内高端童装企业投资兼并与重组整合 97
- 第七章 高端童装行业重点区域市场 98
  - 第一节 全国各区域童装市场规模 98
    - 一、华北地区 98
    - 二、东北地区 98
    - 三、华东地区 99
    - 四、华南地区 100
    - 五、华中地区 100
    - 六、西南地区 101
    - 七、西北地区 102
  - 第二节 行业重点区域市场分析 102
    - 一、华北地区高端童装市场分析 102
      - (一) 北京市高端童装市场分析 102
      - (二) 天津市高端童装市场分析 103
      - (三) 河北省高端童装市场分析 104
      - (四) 山西省高端童装市场分析 104
      - (五) 内蒙古高端童装市场分析 105
    - 二、华南地区高端童装市场分析 105
      - (一) 广东省高端童装市场分析 105
      - (二) 广西区高端童装市场分析 106
    - 三、华东地区高端童装市场分析 106
      - (一) 上海市高端童装市场分析 106



(二)	江苏省高端童装市场分析	107
(三)	浙江省高端童装市场分析	108
(四)	山东省高端童装市场分析	108
(五)	福建省高端童装市场分析	108
(六)	安徽省高端童装市场分析	109
(七)	江西省高端童装市场分析	109
四、	华中地区高端童装市场分析	110
(一)	湖北省高端童装市场分析	110
(二)	湖南省高端童装市场分析	111
(三)	河南省高端童装市场分析	111
五、	西南地区高端童装市场分析	112
(一)	重庆市高端童装市场分析	112
(二)	四川省高端童装市场分析	112
(三)	贵州省高端童装市场分析	113
(四)	云南省高端童装市场分析	114
六、	东北地区高端童装市场分析	114
(一)	辽宁省高端童装市场分析	114
(二)	吉林省高端童装市场分析	115
(三)	黑龙江高端童装市场分析	115
七、	西北地区高端童装市场分析	116
(一)	陕西省高端童装市场分析	116
(二)	甘肃省高端童装市场分析	117
第八章	中国高端童装行业消费需求调研	118
第一节	高端童装需求背景	118
一、	人口结构分析	118
(一)	0-14岁人口数量	118
(二)	0-14岁人口结构	118
(三)	新生婴幼儿数量	119
二、	家庭服装消费与消费特征分析	119
(一)	家庭服装消费支出情况	119
(二)	不同家庭服装消费特征	120
第二节	童装消费决策调研分析	120
一、	童装消费决策调研	120
二、	童装购买时间调研	121

- 三、童装消费信息来源 122
  - (一) 购买信息来源 122
  - (二) 陈列信息来源 122
  - (三) 导购信息来源 123
- 第三节 高端童装需求空间分析 123
  - 一、高净值人群规模不断发展壮大 123
  - 二、高端童装需求空间分析 126
  - 三、高端童装需求心理分析 126
- 第四节 高端童装消费需求调研 127
  - 一、童装消费层次 127
  - 二、童装消费价格承受能力 127
  - 三、童装消费质量要求 128
  - 四、童装消费场所选择 128
  - 五、童装消费对品牌的选择 129
- 第九章 高端童装销售渠道与发展策略 130
  - 第一节 高端童装销售渠道 130
    - 一、高端童装销售渠道发展 130
    - 二、国外高端童装进入渠道 130
    - 三、国内高端童装销售渠道 131
    - 四、高端童装销售渠道发展趋势 131
  - 第二节 高端童装营销策略及形式 131
    - 一、品牌营销策略 131
    - 二、产品营销策略 132
    - 三、价格营销策略 133
    - 四、概念营销策略 133
    - 五、体验营销策略 133
    - 六、情感营销策略 134
- 第十章 高端童装行业主要企业运营指标 135
  - 第一节 北京嘉曼服饰有限公司 135
    - 一、公司基本情况 135
    - 二、企业童装品牌介绍 135
    - 三、企业经营情况分析 136
    - 四、企业竞争优势分析 136
  - 第二节 北京派克兰帝有限责任公司 136
    - 一、公司基本情况 136
    - 二、企业童装品牌介绍 137
    - 三、企业经营情况分析 137

四、企业竞争优势分析	138
五、品牌发展特点分析	138
第三节 福建格林集团有限公司	139
一、公司基本情况	139
二、企业童装品牌介绍	139
三、企业营销情况分析	140
四、品牌竞争优势分析	140
第四节 红孩儿(中国)有限公司	141
一、公司基本情况	141
二、企业童装品牌介绍	141
三、品牌销售模式分析	142
四、企业竞争优势分析	142
第五节 博士蛙国际控股有限公司	143
一、公司基本情况	143
二、企业童装品牌介绍	144
三、企业业务模式分析	144
四、品牌经营渠道分析	145
第六节 红黄蓝集团有限公司	145
一、公司基本情况	145
二、企业童装品牌介绍	146
三、企业经营情况分析	146
四、企业发展战略分析	146
第七节 温州市拜丽德少年服饰有限公司	147
一、公司基本情况	147
二、企业童装品牌介绍	147
三、企业发展战略分析	147
第八节 浙江森马服饰股份有限公司	148
一、公司基本情况	148
二、企业童装品牌介绍	148
三、企业经营情况分析	149
四、品牌经营渠道分析	151
五、品牌发展前景分析	151
第十一章 2015-2020年中国高端童装行业发展趋势分析与预测	152
第一节 高端童装市场趋势与前景	152
一、高端童装市场发展趋势	152
二、高端童装市场前景预测	152
第二节 2015-2020年高端童装市场规模预测分析	153
第三节 高端童装行业的投资特性	153
一、进入壁垒	153

- 二、投资吸引力 154
- 第四节 高端童装行业投资风险 155
- 一、宏观经济风险 155
- 二、市场竞争风险 155
- 三、质量安全风险 155
- 第五节 高端童装行业投资建议 156

## 图表目录

- 图表 1 中国主要童装企业及品牌 15
- 图表 2 2008-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 22
- 图表 3 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 22
- 图表 4 2008-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 23
- 图表 5 2008-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 23
- 图表 6 2008-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 24
- 图表 7 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 25
- 图表 8 2007-2014年中国消费者信心指数变化趋势图 26
- 图表 9 中国城镇居民家庭平均每人全年现金消费支出构成 26
- 图表 10 2008-2014年中国儿童消费品市场规模变化趋势 31
- 图表 11 2008-2014年中国儿童消费品户均年度开支变化趋势 32
- 图表 12 2008-2014年儿童消费品开支占家庭可支配收入比例变化趋势图 32
- 图表 13 中国儿童消费品市场按产品类别构成情况 33
- 图表 14 中国儿童消费品市场按级别分类构成情况 33
- 图表 15 2008-2014年中国童装市场零售量变化 34
- 图表 16 2008-2014年中国童装市场零售额变化 34
- 图表 17 2008-2014年中国童装市场按产品分类零售量统计 35
- 图表 18 2014年中国童装市场不同产品大类零售量占比情况 35
- 图表 19 2008-2014年中国童装市场按产品分类零售额统计 36
- 图表 20 2014年中国童装市场不同产品大类零售额占比情况 36
- 图表 21 我国童装产品层次分析 36
- 图表 22 中国童装市场按产品层次构成情况 37
- 图表 23 中国童装行业零售渠道构成情况 37
- 图表 24 2008-2014年中国童装平均价格统计 38
- 图表 25 国外高端童装品牌一览 39
- 图表 26 2008-2014年中国高端童装零售规模变化趋势图 40

- 图表 27 Gymboree商品系列 42
- 图表 28 2014年Gymboree门店数量统计 43
- 图表 29 Gymboree在华门店统计 44
- 图表 30 2008-2014年Gymboree童装零售规模统计 45
- 图表 31 Gymboree童装销售毛利率统计 45
- 图表 32 巴拉巴拉品牌童装主要情况一览 46
- 图表 33 巴拉巴拉品牌发展历程 47
- 图表 34 巴拉巴拉事业部组织结构 48
- 图表 35 巴拉巴拉童装销售模式示意图 49
- 图表 36 巴拉巴拉童装销售模式详解 50
- 图表 37 巴拉巴拉童装门店数量统计 51
- 图表 38 巴拉巴拉童装销售规模统计 52
- 图表 39 巴拉巴拉童装不同类型门店销售占比情况 52
- 图表 40 2010-2014年巴拉巴拉童装细分产品销售收入 53
- 图表 41 巴拉巴拉童装分产品毛利率统计 53
- 图表 42 高端童装行业产业链 54
- 图表 43 2010-2014年中国纺织业固定资产投资额统计 55
- 图表 44 2014年中国纺织业主要产品产量统计 56
- 图表 45 中国限额以上批发零售企业服装销售变化趋势图 56
- 图表 46 2014年中国缝纫机产量情况 61
- 图表 47 2008-2014年中国服装网络购物市场交易规模 62
- 图表 48 中国服装网络购物市场结构份额 63
- 图表 49 B2C服装网购市场主要企业份额 63
- 图表 50 2008-2014年中国孕婴童装网购市场交易规模 66
- 图表 51 天猫商城主要店铺类型一览 67
- 图表 52 天猫商城用户访问情况统计 67
- 图表 53 天猫商城部分入驻童装品牌 67
- 图表 54 淘宝网B2C平台服装网购市场交易规模统计 68
- 图表 55 淘宝网部分入驻童装品牌 68
- 图表 56 京东商城用户访问情况统计 69
- 图表 57 京东商城部分入驻童装品牌 70
- 图表 58 妙乐乐部分入驻童装品牌 71

图表 59 红孩子网站部分入驻童装品牌 72

图表 60 绿盒子销售额统计 73

图表 61 童装按年龄层细分情况 77

图表 62 GUCCI中国大陆直营店一览 86

图表 63 BURBERRY CHILDRENSWEAR中国城市门店一览 88

图表 64 2008-2014年BURBERRY CHILDRENSWEAR销售收入统计 89

图表 65 GAP童装产品系列一览 89

图表 66 中国童装销售前十位品牌市场综合占有率 90

图表 67 2014年中国服装产量区域分布结构图 91

图表 68 派克兰帝品牌童装主要情况一览 93

图表 69 小猪班纳品牌童装主要情况一览 93

图表 70 巴布豆品牌童装主要情况一览 94

图表 71 安奈尔品牌童装主要情况一览 94

图表 72 米奇品牌童装主要情况一览 95

图表 73 童装产业进入品牌竞争时期 96

图表 74 2009-2014年华北地区童装零售额增长趋势图 98

图表 75 2009-2014年东北地区童装零售额增长趋势图 99

图表 76 2009-2014年华东地区童装零售额增长趋势图 99

图表 77 2009-2014年华南地区童装零售额增长趋势图 100

图表 78 2009-2014年华中地区童装零售额增长趋势图 101

图表 79 2009-2014年西南地区童装零售额增长趋势图 101

图表 80 2009-2014年西北地区童装零售额增长趋势图 102

图表 81 2009-2014年北京市0-14岁儿童人口统计 103

图表 82 已在北京市开设高端童装直营店的部分品牌一览 103

图表 83 天津市0-14岁儿童人口统计 104

图表 84 已在天津市开设高端童装直营店的部分品牌一览 104

图表 85 河北省0-14岁儿童人口统计 104

图表 86 2009-2014年山西省0-14岁儿童人口统计 105

图表 87 内蒙古0-14岁儿童人口统计 105

图表 88 2009-2014年广东省0-14岁儿童人口统计 106

图表 89 广西区0-14岁儿童人口统计 106

图表 90 上海市0-14岁儿童人口统计 107

- 图表 91 2009-2014年江苏省0-14岁儿童人口统计 107
- 图表 92 浙江省0-14岁儿童人口统计 108
- 图表 93 2009-2014年山东省0-14岁儿童人口统计 108
- 图表 94 2009-2014年福建省0-14岁儿童人口统计 109
- 图表 95 2009-2014年安徽省0-14岁儿童人口统计 109
- 图表 96 江西省0-14岁儿童人口统计 109
- 图表 97 湖北省0-14岁儿童人口统计 110
- 图表 98 湖南省0-14岁儿童人口统计 111
- 图表 99 河南省0-14岁儿童人口统计 112
- 图表 100 2009-2014年重庆市0-14岁儿童人口统计 112

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Q36189PMUG.html>