

2016-2022年中国高端童装 行业深度调研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

《2016-2022年中国高端童装行业深度调研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/T61651NME3.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

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，这是每位家长都很关注的一点。

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装市场根据年龄段细分为婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等；根据童装的价格、材质、功能、质量及设计细分为高端童装市场、中高端童装市场及低端童装市场。

我国童装行业已经开始步入快速发展期，行业竞争也将随着企业的不断进入而变得越加激烈。实际上国内高端童装行业主要以中小企业为主，2011年中小型企业数量占规模以上高端童装企业的比重为超过99%；从资产规模上来看，中小型企业的资产规模占比为75%；从销售收入占比来看，中小企业的销售收入占比为86.08%。这也就是说，企业数量的占比要远高于资产和销售的占比。

从企业的规模和企业的经营情况来看，未来很长一段时间，中国高端童装行业都将处在一个群雄纷争的时期，各个企业都试图从童装行业这个大蛋糕中获得一杯羹，甚至是没有服装制造行业背景的企业也是如此。但是从区域来看，江苏省、广东省和浙江省必将继续发挥在高端童装行业的规模优势，继续领跑其他地区，实现效益的最大化。

中国高端童装行业主要以中小企业为主。2012年，中国高端童装行业的中小型企业数量占规模以上高端童装企业的比重为超过99%；从资产规模上来看，中小型企业的资产规模占比为75%；从销售收入占比来看，中小企业的销售收入占比为86.08%，这也就是说，企业数量的占比要远高于资产和销售的占比。

2015年，我国0-15岁人口数量达到2.42亿人，占总人口比重达到17.6%；我国童装零售量为23.15亿件；童装零售额为1290亿元；高端童装零售规模为144亿元，我国童装市场产品层次主要为低端童装。

高端童装作为童装市场的重要组成部分，考虑到高端童装主要由中高端收入家庭消费的现实，中国高端童装市场的规模也已经超过300亿元，童装市场在未来几年中具有较大的发展空间，有部分国内企业和国外企业普遍看好童装市场发展的前景，开始涉足童装经营。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国高端童装行业深度调研与行业发展趋势报告》共十章。首先介绍了高端童装行业市场发展环境、高端童装整体运行态势等，接着分析了高端童装行业市场运行的现状，然后介绍了高端童装市场竞争格局。随后，报告对高端童装做

了重点企业经营状况分析，最后分析了高端童装行业发展趋势与投资预测。您若想对高端童装产业有个系统的了解或者想投资高端童装行业，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1章：中国高端童装行业发展综述14

1.1高端童装行业定义及分类14

1.1.1行业概念及定义14

1.1.2主要产品大类14

1.2高端童装行业统计标准14

1.2.1统计部门和统计口径14

1.2.2统计方法15

1.2.3数据种类15

1.3高端童装行业PEST模型17

1.3.1行业政治法律环境分析（P）17

（1）新国家纺织品基本安全技术规范分析17

（2）工信部批准60项纺织行业新标准分析22

1.3.2行业经济环境分析（E）24

（1）国内经济增长24

（2）居民收入水平24

1.3.3行业消费环境分析（S）25

（1）居民消费倾向25

（2）居民消费信心26

（3）居民消费结构26

1.3.4行业信息技术环境分析（T）28

（1）企业IT数据系统装备情况28

（2）行业信息技术使用现状分析29

（3）行业信息技术利用趋势分析31

1.4高端童装行业波特五力模型33

- 1.4.1上游议价能力33
- 1.4.2下游议价能力33
- 1.4.3新进入者壁垒34
- 1.4.4替代威胁34
- 1.4.5行业内竞争35

第2章：高端童装行业经济指标36

2.1中国高端童装行业经济指标分析36

2.1.1高端童装行业经营效益指标36

- (1) 综合经营效益指标36
- (2) 盈利能力分析36
- (3) 运营能力分析37
- (4) 偿债能力分析37
- (5) 发展能力分析38

2.1.2高端童装行业经济指标38

- (1) 综合经济指标38
- (2) 不同规模企业经济指标39
- (3) 不同性质企业经济指标44
- (4) 不同地区企业经济指标54

2.2中国高端童装行业供需平衡指标67

2.2.1高端童装行业供给指标67

- (1) 高端童装行业供给指标67

2.2.2高端童装行业需求指标70

- (1) 高端童装行业需求指标70

2.2.3产销率分析74

2.3年高端童装行业经营效益指标75

2.3.1年产业规模分析75

2.3.2资本/劳动密集度分析75

2.3.3高端童装行业产销分析76

2.3.4高端童装行业成本分析76

2.3.5高端童装行业盈亏分析77

2.4中国高端童装制造行业进出口市场调研78

2.4.1中国高端童装制造行业出口情况78

(1) 行业出口整体情况分析78

(2) 行业出口产品结构分析78

2.4.2中国高端童装制造行业进口情况79

(1) 行业进口整体情况分析79

(2) 行业进口产品结构分析80

第3章：高端童装行业产业链直观81

3.1高端童装行业产业链分析81

3.2高端童装行业上游产业供应链解析81

3.2.1服装面料市场供给与发展趋势分析81

(1) 纺织业固定资产投资情况分析81

(2) 纺织业主要产品生产产量分析82

(3) 纺织业需求情况分析83

(4) 纺织行业发展趋势分析84

3.2.2服装辅料市场供给与价格走势84

(1) 拉链市场价格及走势分析84

(2) 衬布市场价格及走势分析85

(3) 纽扣市场价格及走势分析85

3.2.3缝纫机械市场产销与经营85

(1) 缝纫机械市场产销情况85

(2) 缝纫机械行业经营情况86

3.3高端童装行业下游产业流通链解析86

3.3.1传统零售业发展现状与需求86

(1) 传统零售业发展现状86

(2) 网络服饰销售发展现状91

第4章：高端童装行业细分产品市场95

4.1高端童装产品市场发展95

4.1.1产品线延伸95

(1) 产品年龄段拓展95

(2) 产品性别市场拓展95

4.1.2 产品设计趋势95

- (1) 休闲装崛起95
- (2) 颜色、款式成人化95
- (3) 图案变小, 流行装饰增多96
- (4) 健康环保概念流行96

4.2 不同年龄段产品市场调研96

4.2.1 婴幼儿(0-3岁)装市场96

- (1) 婴幼儿装市场需求96
- (2) 婴幼儿装主要品牌及企业97
- (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为97
- (4) 婴幼儿装营销特征与针对性98
- (5) 婴幼儿装市场趋势与前景98

4.2.2 小童(4-6岁)装市场99

- (1) 小童装市场需求99
- (2) 小童装主要品牌及企业99
- (3) 小童装购买决策与购买行为99
- (4) 小童装营销特征与针对性100
- (5) 小童装市场趋势与前景100

4.2.3 中童(7-12岁)装市场100

- (1) 中童装市场需求100
- (2) 中童装主要品牌及企业100
- (3) 中童装购买决策与购买行为100
- (4) 中童装营销特征与针对性101
- (5) 中童装市场趋势与前景101

4.2.4 大童(13-16岁)装市场101

- (1) 大童装市场需求101
- (2) 大童装主要品牌及企业102
- (3) 大童装购买决策与购买行为102
- (4) 大童装营销特征与针对性102
- (5) 大童装市场趋势与前景102

4.3 高端童装产业链延伸103

4.3.1 延伸至鞋类市场103

4.3.2延伸至文具市场103

4.3.3延伸至婴幼儿用品市场103

第5章：高端童装行业发展与竞合关系104

5.1国际高端童装市场竞合关系104

5.1.1主要国家及地区高端童装市场发展104

(1) 美国104

(2) 俄罗斯104

(3) 英国105

5.1.2国际童装品牌调研及在华投资105

(1) 耐克 (nike) 105

(2) 阿迪达斯 (adidas) 107

(3) 古驰 (GUCCI) 109

(4) 阿卡邦 (agabang) 110

(5) 史努比112

(6) 樱桃小丸子112

5.2国内高端童装市场竞合关系113

5.2.1高端童装市场规模113

5.2.2高端童装行业集中度113

(1) 销售集中度113

(2) 资产集中度114

(3) 利润集中度115

5.2.3不同经济类型企业集中度116

5.2.4高端童装竞争格局119

(1) 中外品牌竞争格局119

(2) 国内品牌竞争力120

5.2.5国内童装品牌调研120

(1) 巴拉巴拉120

(2) 派克兰帝122

(3) 小猪班纳123

(4) 巴布豆125

(5) 安奈尔125

- (6) 米奇126
- 5.3 高端童装企业资本整合与并购127
 - 5.3.1 行业结构的演进和增长点127
 - 5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合128
 - 5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合128

第6章：高端童装行业重点区域市场130

- 6.1 行业总体区域结构特征130
 - 6.1.1 区域结构总体特征130
 - 6.1.2 区域集中度133
- 6.2 行业重点区域产销情况135
 - 6.2.1 华北地区高端童装产销情况135
 - (1) 北京市高端童装产销情况135
 - (2) 天津市高端童装产销情况137
 - (3) 河北省高端童装产销情况140
 - (4) 山西省高端童装产销情况142
 - (5) 内蒙古高端童装产销情况144
 - 6.2.2 华南地区高端童装产销情况147
 - (1) 广东省高端童装产销情况147
 - (2) 广西壮族自治区高端童装产销情况149
 - 6.2.3 华东地区高端童装产销情况152
 - (1) 上海市高端童装产销情况152
 - (2) 江苏省高端童装产销情况154
 - (3) 浙江省高端童装产销情况157
 - (4) 山东省高端童装产销情况159
 - (5) 福建省高端童装产销情况162
 - (6) 安徽省高端童装产销情况164
 - (7) 江西省高端童装产销情况167
 - 6.2.4 华中地区高端童装产销情况169
 - (1) 湖北省高端童装产销情况169
 - (2) 湖南省高端童装产销情况172
 - (3) 河南省高端童装产销情况174

6.2.5西南地区高端童装产销情况177

(1) 重庆市高端童装产销情况177

(2) 四川省高端童装产销情况179

(3) 贵州省高端童装产销情况182

(4) 云南省高端童装产销情况184

6.2.6东北地区高端童装产销情况186

(1) 辽宁省高端童装产销情况186

(2) 吉林省高端童装产销情况189

(3) 黑龙江省高端童装产销情况191

6.2.7西北地区高端童装产销情况193

(1) 山西省高端童装产销情况193

(2) 甘肃省高端童装产销情况195

(3) 青海省高端童装产销情况197

(4) 宁夏高端童装产销情况199

第7章：高端童装行业消费需求调研202

7.1高端童装需求背景202

7.1.1人口结构分析202

(1) 人口增长情况分析202

(2) 人口结构变化分析202

(3) 人口结构变化对消费的影响203

7.1.2家庭消费周期与消费特征分析204

(1) 家庭消费生命周期界定204

(2) 不同家庭消费生命周期的消费特征205

7.2儿童消费决策市场207

7.2.1童装消费决策调研207

7.2.2儿童消费决策情况调研208

(1) 儿童人均消费结构208

(2) 儿童购物自主意识与品牌认知208

(3) 儿童高消费影响因素209

7.3高端童装需求空间分析210

7.3.1童装消费规模分析210

7.3.2 高端童装需求空间分析 210

7.4 高端童装消费需求调研 211

7.4.1 童装消费层次 211

7.4.2 童装消费价格承受能力 212

7.4.3 童装消费质量要求 213

7.4.4 童装消费场所选择 214

7.4.5 童装消费对品牌的选择 215

第8章：高端童装销售渠道与投资策略 217

8.1 高端童装销售渠道 217

8.1.1 高端童装销售渠道发展 217

8.1.2 国外高端童装进入渠道 217

(1) 直营 217

(2) 品牌托管 218

8.1.3 国内高端童装销售渠道 218

(1) 百货商场 218

(2) 专卖店 218

(3) 专营店 219

(4) 网络销售 219

8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势 220

8.2 高端童装营销策略及形式 220

8.2.1 高端童装营销策略 220

(1) 品牌营销策略 220

(2) 产品营销策略 221

(3) 价格营销策略 222

(4) 概念营销策略 222

(5) 知识营销策略 222

(6) 情感营销策略 223

第9章：高端童装行业主要企业运营指标 224

9.1 高端童装企业发展总体状况分析 224

9.1.1 高端童装行业企业规模 224

- 9.1.2 高端童装行业工业产值状况225
- 9.1.3 高端童装行业销售收入状况225
- 9.1.4 高端童装行业利润总额状况226
- 9.2 高端童装行业领先企业个案分析227
 - 9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析227
 - (1) 企业发展简况分析227
 - (2) 企业产品结构及新产品动向227
 - (3) 企业销售渠道与网络227
 - (4) 企业经营状况优劣势分析227
 - 9.2.2 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析228
 - (1) 企业发展简况分析228
 - (2) 企业经营情况分析228
 - (3) 企业组织架构分析228
 - (4) 企业产品结构及新产品动向228
 - (5) 企业销售渠道与网络228
 - (6) 企业经营状况优劣势分析229
 - (7) 企业最新发展动向分析229
 - 9.2.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营情况分析230
 - (1) 企业发展简况分析230
 - (2) 企业经营情况分析230
 - (3) 企业组织架构分析230
 - (4) 企业产品结构及新产品动向231
 - (5) 企业销售渠道与网络231
 - (6) 企业经营状况优劣势分析231
 - (7) 企业最新发展动向分析231
 - 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析232
 - (1) 企业发展简况分析232
 - (2) 企业经营情况分析232
 - (3) 企业产品结构及新产品动向232
 - (4) 企业销售渠道与网络232
 - (5) 企业经营状况优劣势分析232
 - (6) 企业最新发展动向分析233

9.2.5广州中威日用品企业有限公司经营情况分析233

- (1) 企业发展简况分析233
- (2) 企业经营情况分析233
- (3) 企业产品结构及新产品动向233
- (4) 企业销售渠道与网络234
- (5) 企业经营状况优劣势分析234

9.2.6上海巴布豆儿童用品有限公司经营情况分析234

- (1) 企业发展简况分析234
- (2) 企业经营情况分析235
- (3) 企业产品结构及新产品动向235
- (4) 企业销售渠道与网络235
- (5) 企业经营状况优劣势分析235

9.2.7上海雅多服饰有限公司经营情况分析236

- (1) 企业发展简况分析236
- (2) 企业经营情况分析236
- (3) 企业产品结构及新产品动向236
- (4) 企业销售渠道与网络236
- (5) 企业经营状况优劣势分析236

9.2.8广州市力果服饰有限公司经营情况分析237

- (1) 企业发展简况分析237
- (2) 企业产品结构及新产品动向237
- (3) 企业销售渠道与网络237
- (4) 企业经营状况优劣势分析237

9.2.9上海今童王服饰有限公司经营情况分析238

- (1) 企业发展简况分析238
- (2) 企业经营情况分析238
- (3) 企业产品结构及新产品动向238
- (4) 企业销售渠道与网络238
- (5) 企业经营状况优劣势分析238

9.2.10深圳市岁孚服装有限公司经营情况分析239

- (1) 企业发展简况分析239
- (2) 企业产品结构及新产品动向239

- (3) 企业销售渠道与网络239
- (4) 企业经营状况优劣势分析239
- 9.2.11北京嘉曼服饰有限公司经营情况分析240
 - (1) 企业发展简况分析240
 - (2) 企业经营情况分析240
 - (3) 企业产品结构及新产品动向240
 - (4) 企业销售渠道与网络240
 - (5) 企业经营状况优劣势分析240
- 9.2.12博士蛙国际控股有限公司经营情况分析241
 - (1) 企业发展简况分析241
 - (2) 企业经营情况分析241
 - (3) 企业产品结构及新产品动向241
 - (4) 企业销售渠道与网络241
 - (5) 企业经营状况优劣势分析242
 - (6) 企业最新发展动向分析242
- 9.2.13福建宝德集团有限公司经营情况分析242
 - (1) 企业发展简况分析242
 - (2) 企业经营情况分析243
 - (3) 企业产品结构及新产品动向243
 - (4) 企业销售渠道与网络243
 - (5) 企业经营状况优劣势分析243
 - (6) 企业最新发展动向分析243
- 9.2.14北京旺乐高婴幼儿用品制造中心经营情况分析244
 - (1) 企业发展简况分析244
 - (2) 企业经营情况分析244
 - (3) 企业产品结构及新产品动向244
 - (4) 企业销售渠道与网络244
 - (5) 企业经营状况优劣势分析244
- 9.2.15广东小猪班纳服饰股份有限公司经营情况分析245
 - (1) 企业发展简况分析245
 - (2) 企业经营情况分析245
 - (3) 企业产品结构及新产品动向245

- (4) 企业销售渠道与网络245
- (5) 企业经营状况优劣势分析246
- (6) 企业最新发展动向分析246
- 9.2.16福建省福马企业集团有限公司经营情况分析246
 - (1) 企业发展简况分析246
 - (2) 企业经营情况分析247
 - (3) 企业产品结构及新产品动向247
 - (4) 企业销售渠道与网络247
 - (5) 企业经营状况优劣势分析247
- 9.2.17泉州格林服装有限公司经营情况分析247
 - (1) 企业发展简况分析247
 - (2) 企业经营情况分析248
 - (3) 企业产品结构及新产品动向248
 - (4) 企业销售渠道与网络248
 - (5) 企业经营状况优劣势分析248
- 9.2.18上海贞鑫制衣有限公司经营情况分析248
 - (1) 企业发展简况分析248
 - (2) 企业经营情况分析249
 - (3) 企业产品结构及新产品动向249
 - (4) 企业经营状况优劣势分析249
- 9.2.19深圳市世都实业有限公司经营情况分析249
 - (1) 企业发展简况分析249
 - (2) 企业经营情况分析250
 - (3) 企业产品结构及新产品动向250
 - (4) 企业销售渠道与网络250
 - (5) 企业经营状况优劣势分析250
- 9.2.20佛山市青蛙皇子服装有限公司经营情况分析251
 - (1) 企业发展简况分析251
 - (2) 企业产品结构及新产品动向251
 - (3) 企业销售渠道与网络251
 - (4) 企业经营状况优劣势分析252
- 9.2.21杭州娃哈哈童装有限公司经营情况分析252

- (1) 企业发展简况分析252
- (2) 企业经营情况分析253
- (3) 企业产品结构及新产品动向253
- (4) 企业销售渠道与网络253
- (5) 企业经营状况优劣势分析253
- 9.2.22上海兰博星儿童用品有限公司经营情况分析253
 - (1) 企业发展简况分析253
 - (2) 企业产品结构及新产品动向254
 - (3) 企业销售渠道与网络254
 - (4) 企业经营状况优劣势分析254
- 9.2.23上海仪华服饰有限公司经营情况分析255
 - (1) 企业发展简况分析255
 - (2) 企业经营情况分析255
 - (3) 企业产品结构及新产品动向255
 - (4) 企业销售渠道与网络255
 - (5) 企业经营状况优劣势分析255
- 9.2.24苏州市七彩城服饰有限公司经营情况分析256
 - (1) 企业发展简况分析256
 - (2) 企业经营情况分析256
 - (3) 企业组织架构分析256
 - (4) 企业产品结构及新产品动向257
 - (5) 企业销售渠道与网络258
 - (6) 企业经营状况优劣势分析258
- 9.2.25杭州赛尔美服饰有限公司经营情况分析258
 - (1) 企业发展简况分析258
 - (2) 企业经营情况分析259
 - (3) 企业产品结构及新产品动向259
 - (4) 企业销售渠道与网络259
 - (5) 企业经营状况优劣势分析259
- 9.2.26江苏迪可衣服饰有限公司经营情况分析259
 - (1) 企业发展简况分析259
 - (2) 企业经营情况分析260

(3) 企业产品结构及新产品动向260

(4) 企业销售渠道与网络260

(5) 企业经营状况优劣势分析260

9.2.27 宁波宝源服饰有限公司经营情况分析260

(1) 企业发展简况分析260

(2) 企业经营情况分析261

(3) 企业组织架构分析261

(4) 企业产品结构及新产品动向261

(5) 企业销售渠道与网络261

(6) 企业经营状况优劣势分析261

9.2.28 宁波一休有限责任公司经营情况分析262

(1) 企业发展简况分析262

(2) 企业经营情况分析262

(3) 企业产品结构及新产品动向262

(4) 企业销售渠道与网络262

(5) 企业经营状况优劣势分析263

9.2.29 上海四维儿童用品有限公司经营情况分析263

(1) 企业发展简况分析263

(2) 企业经营情况分析264

(3) 企业产品结构及新产品动向264

(4) 企业销售渠道与网络264

(5) 企业经营状况优劣势分析264

9.2.30 浙江香猫童装有限公司经营情况分析264

(1) 企业发展简况分析264

(2) 企业经营情况分析265

(3) 企业产品结构及新产品动向265

(4) 企业销售渠道与网络265

(5) 企业经营状况优劣势分析265

第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测267 (ZY GXH)

10.1 高端童装市场趋势与前景267

10.1.1 高端童装市场发展趋势267

10.1.2	高端童装市场趋势分析	267
10.2	高端童装行业的投资特性	268
10.2.1	进入壁垒	268
10.2.2	盈利模式	268
10.2.3	盈利因素	269
10.3	高端童装行业投资前景	270
10.3.1	需求风险	270
10.3.2	竞争风险	270
10.4	高端童装行业投资建议	271
10.4.1	行业投资现状	271
10.4.2	主要投资建议	271 (ZY GXH)

图表目录：

图表1	新老标准对比分析	16
图表2	新老标准纺织品基本安全技术要求对比分析	20
图表3	1978年以来中国名义GDP总量及其同比增速 (单位：亿元，%)	23
图表4	2006年以来城镇居民人均可支配收入及其增速 (单位：元，%)	24
图表5	2006年以来农村居民人均可支配收入及其增速 (单位：元，%)	24
图表6	2011年以来消费者指数分析 (单位：%)	25
图表7	农村居民消费结构 (一) (单位：%)	26
图表8	农村居民消费结构 (二) (单位：%)	26
图表9	美特斯?邦威供应链资源整合系统架构图	29
图表10	2010年以来中国高端童装行业经营效益分析 (单位：家，人，万元，%)	35
图表11	2010年以来中国高端童装行业盈利能力分析 (单位：%)	36
图表12	2010年以来中国高端童装行业运营能力分析 (单位：次)	36
图表13	2010年以来中国高端童装行业偿债能力分析 (单位：%，倍)	36
图表14	2010年以来中国高端童装行业发展能力分析 (单位：%)	37
图表15	2010年以来高端童装行业主要经济指标统计表 (单位：万元，人，家，%)	37
图表16	2010年以来中国高端童装大型企业主要经济指标 (单位：万元，人，家，%)	39
图表17	2010年以来中国高端童装中型企业主要经济指标 (单位：万元，人，家，%)	40
图表18	2010年以来中国高端童装小型企业主要经济指标 (单位：万元，人，家，%)	41
图表19	2011年以来中国高端童装行业不同规模企业数量比重 (单位：%)	42

图表20：2011年以来中国高端童装行业不同规模企业资产比重（单位：%）42

图表21：2011年以来中国高端童装行业不同规模企业销售收入比重（单位：%）43

图表22：2011年以来中国高端童装行业不同规模企业利润总额比重（单位：%）43

图表23：2010年以来中国高端童装国有企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）44

图表24：2010年以来中国高端童装集体企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）45

图表25：2010年以来中国高端童装股份合作企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）46

图表26：2010年以来中国高端童装股份制企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）47

图表27：2010年以来中国高端童装私营企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）48

图表28：2010年以来中国高端童装外商企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）49

图表29：2010年以来中国高端童装其他性质企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）50

图表30：2011年以来中国高端童装行业不同性质企业数量比重（单位：%）51

图表31：2011年以来中国高端童装行业不同性质企业资产比重（单位：%）52

图表32：2011年以来中国高端童装行业不同性质企业销售收入比重（单位：%）52

图表33：2011年以来中国高端童装行业不同性质企业利润总额比重（单位：%）53

图表34：中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%）53

图表35：中国高端童装行业不同地区销售占比（单位：%）55

图表36：中国高端童装行业资产总额前十省市（单位：万元，%）55

图表37：中国高端童装行业各地区资产总额占比（单位：万元，%）56

图表38：中国高端童装行业负债前十的省市（单位：万元，%）57

图表39：中国高端童装行业各地区资产负债总额占比（单位：%）58

图表40：中国高端童装行业产品销售利润前十的省市（单位：万元）58

图表41：中国高端童装行业各地区产品销售利润占比（单位：%）59

图表42：中国高端童装行业利润总额前十的省市（单位：万元，%）60

图表43：中国高端童装行业各地区利润总额占比（单位：%）61

图表44：中国高端童装行业产成品前十的省市（单位：万元，%）61

图表45：中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%）62

图表46：中国高端童装行业企业数前十的省市（单位：家）63

图表47：中国高端童装行业各地区企业数占比（单位：万元，%）64

图表48：中国高端童装行业亏损额前十的省市（单位：万元，%）64

图表49：中国高端童装行业各地区亏损额占比（单位：%）65

图表50：2007年以来中国高端童装行业工业总产值及同比增速（单位：万元，%）66

图表51：中国高端童装行业工业总产值前十的省市（单位：万元，%）66

图表52：中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位：%）67

图表53：2007年以来中国高端童装行业产成品及同比增速（单位：万元，%）68

图表54：中国高端童装行业产成品前十名省市（单位：万元，%）68

图表55：中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%）69

图表56：2007年以来中国高端童装行业工业销售产值及同比增速（单位：万元，%）70

图表57：中国高端童装行业工业销售产值前十的省市（单位：万元，%）70

图表58：中国高端童装行业工业各地区销售产值占比（单位：%）71

图表59：2007年以来中国高端童装行业销售收入及同比增速（单位：万元，%）72

图表60：中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%）72

图表61：中国高端童装行业各地区销售收入占比（单位：%）73

图表62：2004年以来中国高端童装行业产销率变化（单位：%）73

图表63：2007年以来中国高端童装行业产业规模分析（单位：家，万元，%）74

图表64：2007年以来中国高端童装行业资本劳动/密集度（单位：万元/人，万元/单位）74

图表65：2007年以来中国高端童装行业产销分析（单位：万元，%）75

图表66：2007年以来中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）75

图表67：中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）76

图表68：2007年以来中国高端童装行业盈亏情况分析（单位：万元，%）76

图表69：2011年以来中国高端童装行业原料出口金额（单位：万美元）77

图表70：中国高端童装行业原料出口结构（单位：万美元，%）78

图表71：2011年以来中国高端童装行业原料进口金额（单位：万美元）78

图表72：中国高端童装行业原料出口结构（单位：万美元，%）79

图表73：高端童装行业产业链80

图表74：2011年以来中国纺织业固定该资产投资累计及同比增速（单位：亿元，%）81

图表75：2011年以来纱累计产量及同比增速（单位：万吨，%）81

图表76：2011年以来布累计产量及同比增速（单位：亿米，%）82

图表77：2011年以来蚕丝及交织机织物累计产量及同比增速（单位：万米，%）82

图表78：2011年以来蚕丝及交织机织物累计产量及同比增速（单位：万米，%）84

图表79：2008年以来重点零售企业销售增速（单位：%）86

图表80：2010年以来重点零售企业分商品类别销售增速（单位：%）86

图表81：2011年以来零售行业上市企业营业收入同比增速（单位：%）87

图表82：2011年以来零售行业上市企业净利润同比增速（单位：%）87

图表83：2011年以来零售行业上市企业毛利率（单位：%）88

图表84：2011年以来零售行业上市企业净利率（单位：%）89

图表85：2011年以来零售行业上市企业三项费用变化情况（单位：%）89

图表86：2011年以来零售行业上市企业资产负债率（单位：%）90

图表87：2007年以来网购市场规模及增速（单位：亿元，%）91

图表88：2006-2016年中国网购市场规模及同比增速（单位：亿元，%）92

图表89：2004年以来中国网民数及互联网普及率（单位：万人，%）92

图表90：2006年以来服装网购市场规模及其增速（单位：亿元，%）93

图表91：2011-2016年中国网购用户占网民的占比（单位：万人，%）93

图表92：婴幼儿装主要品牌及企业（排名不分先后）96

图表93：中国高端童装行业产品销售收入集中度分析（单位：亿元，%）113

图表94：中国高端童装行业产品资产总额集中度分析（单位：亿元，%）113

图表95：中国高端童装行业产品利润总额集中度分析（单位：亿元，%）114

图表96：高端童装行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元）115

图表97：高端童装行业不同所有制企业财务状况（一）115

图表98：高端童装行业不同所有制企业财务状况（二）116

图表99：高端童装行业不同所有制企业销售收入集中度117

图表100：高端童装行业不同所有制企业销售收入百分比（单位：%）117

图表101：2006年以来行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）118

图表102：行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）118

图表103：中国高端童装市场品牌分别情况（单位：%）119

图表104：中国高端童装行业区域市场情况（单位：家，亿元）129

图表105：中国高端童装行业各区域企业数量情况（单位：家）131

图表106：中国高端童装行业各区域企业销售收入情况（单位：亿元）131

图表107：中国高端童装行业各区域企业资产总计情况（单位：亿元）132

图表108：中国高端童装行业销售收入按省排名（单位：亿元）132

图表109：中国高端童装行业销售收入按省排名累计占比（单位：%）133

图表110：2007年以来中国高端童装行业销售收入前五、十名省市累计占比（单位：%）133

图表111：2007年以来中国高端童装行业销售收入前五名省市累计占比（单位：%）134

图表112：2006年以来北京市高端童装行业产销情况（单位：万元，%）134

图表113：2006年以来北京市高端童装行业产销情况变化趋势（单位：万元，%）135

图表114：2006年以来北京市高端童装行业产销率变化（单位：%）135

图表115：2006年以来北京市高端童装行业企业数量变化趋势（单位：家）136

图表116：2006年以来北京市高端童装行业亏损总额变化趋势（单位：万元，%）136

图表117：2006年以来天津市高端童装行业产销情况（单位：万元，%）137

图表118：2006年以来天津市高端童装行业产销情况变化趋势（单位：万元，%）137

图表119：2006年以来天津市高端童装行业产销率变化（单位：%）138

图表120：2006年以来天津市高端童装行业企业数量变化趋势（单位：家）138

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/T61651NME3.html>