

# 2017-2022年中国高端童装 市场运行态势及投资策略建议报告

## 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

《2017-2022年中国高端童装市场运行态势及投资策略建议报告》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/V81894C6CP.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。

随着中国经济增长速度放缓及增长方式调整，中国童装行业发展环境也快速变化。伴随着人民收入的增长，中国童装消费保持持续增长，正在成为全球最大、增长最快的童装消费市场。但童装行业的优胜劣汰现象进一步显现，大众化业务集中化，中高端业务细分化更加明显；消费升级和消费细分的特征更加突出，消费需求的变化更加明显。童装行业各细分市场洗牌加剧，童装行业已经从机会导向变成现在的能力导向，从渠道驱动变成产品驱动，从追求速度变成追求质量。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国高端童装市场运行态势及投资策略建议报告》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1章：中国高端童装行业市场运行情况分析

1.1 中国高端童装行业经济指标分析

1.1.1 综合经营效益指标

1.1.2 盈利能力分析

1.1.3 运营能力分析

- 1.1.4 偿债能力分析
- 1.1.5 发展能力分析
- 1.2 中国高端童装行业供需平衡指标
  - 1.2.1 高端童装行业供给指标
  - 1.2.2 高端童装行业需求指标
  - 1.2.3 高端童装行业产销率分析
- 1.3 中国高端童装行业经营效益指标
  - 1.3.1 高端童装行业成本分析
  - 1.3.2 高端童装行业盈亏分析
- 1.4 中国高端童装制造行业进出口市场分析
  - 1.4.1 中国高端童装制造行业出口情况
    - (1) 行业出口整体情况分析
    - (2) 行业出口产品结构分析
  - 1.4.2 中国高端童装制造行业进口情况
    - (1) 行业进口整体情况分析
    - (2) 行业进口产品结构分析

## 第2章：高端童装行业细分产品市场分析

- 2.1 高端童装产品市场发展
  - 2.1.1 产品线延伸
    - (1) 产品年龄段拓展
    - (2) 产品性别市场拓展
  - 2.1.2 产品设计趋势
    - (1) 休闲装崛起
    - (2) 颜色、款式成人化
    - (3) 流行装饰增多
    - (4) 健康环保概念流行
- 2.2 不同年龄段产品市场分析
  - 2.2.1 婴幼儿（0-3岁）装市场
    - (1) 婴幼儿装市场需求
    - (2) 婴幼儿装主要品牌及企业
    - (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为

(4) 婴幼儿装营销特征与针对性

(5) 婴幼儿装市场趋势与前景

#### 2.2.2 小童（4-6岁）装市场

(1) 小童装市场需求

(2) 小童装主要品牌及企业

(3) 小童装购买决策与购买行为

(4) 小童装营销特征与针对性

(5) 小童装市场趋势与前景

#### 2.2.3 中童（7-12岁）装市场

(1) 中童装市场需求

(2) 中童装主要品牌及企业

(3) 中童装购买决策与购买行为

(4) 中童装营销特征与针对性

(5) 中童装市场趋势与前景

#### 2.2.4 大童（13-16岁）装市场

(1) 大童装市场需求

(2) 大童装主要品牌及企业

(3) 大童装购买决策与购买行为

(4) 大童装营销特征与针对性

(5) 大童装市场趋势与前景

### 2.3 高端童装产业链延伸

#### 2.3.1 延伸至鞋类市场

#### 2.3.2 延伸至文具市场

#### 2.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

### 2.4 高端童装消费需求调研

#### 2.4.1 童装消费层次

#### 2.4.2 童装消费价格承受能力

#### 2.4.3 童装消费质量要求

#### 2.4.4 童装消费场所选择

#### 2.4.5 童装消费对品牌的选择

## 第3章：国内外高端童装行业竞争情况分析

### 3.1 国际高端童装市场竞争分析

#### 3.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展

- (1) 美国
- (2) 俄罗斯
- (3) 英国

#### 3.1.2 国际童装品牌调研及在华投资

- (1) 耐克 (nike)
- (2) 阿迪达斯 (adidas)
- (3) 古驰 (GUCCI)
- (4) 阿卡邦 (agabang)
- (5) 史努比
- (6) 樱桃小丸子

### 3.2 国内高端童装市场竞争分析

#### 3.2.1 高端童装行业集中度

#### 3.2.2 高端童装竞争格局

- (1) 中外品牌竞争格局
- (2) 国内品牌竞争力

#### 3.2.3 国内童装品牌调研

- (1) 巴拉巴拉
- (2) 派克兰帝
- (3) 小猪班纳
- (4) 巴布豆
- (5) 安奈尔
- (6) 米奇

### 3.3 高端童装行业兼并重组分析

#### 3.3.1 国际高端童装企业投资兼并与重组整合

#### 3.3.2 国内高端童装企业投资兼并与重组整合

## 第4章：高端童装销售渠道与发展策略

### 4.1 高端童装销售渠道

#### 4.1.1 高端童装销售渠道发展

#### 4.1.2 国外高端童装进入渠道

(1) 直营

(2) 品牌托管

#### 4.1.3 国内高端童装销售渠道

(1) 百货商场

(2) 专卖店

(3) 专营店

(4) 网络销售

#### 4.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

### 4.2 高端童装营销策略及形式

4.2.1 品牌营销策略

4.2.2 产品营销策略

4.2.3 价格营销策略

4.2.4 概念营销策略

4.2.5 知识营销策略

4.2.6 情感营销策略

## 第5章：高端童装行业主要企业运营指标

### 5.1 高端童装企业发展特点分析

### 5.2 高端童装行业领先企业个案分析

#### 5.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.2 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.5 巴布豆（中国）儿童用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.6 广东小猪班纳服饰有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.7 深圳市安奈儿股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.8 淘帝（中国）服饰有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.9 北京嘉曼服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

#### 5.2.10 博士蛙国际控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

## 第6章：高端童装行业发展趋势分析与预测

### 6.1 高端童装市场趋势与前景

#### 6.1.1 高端童装市场发展趋势

#### 6.1.2 高端童装市场前景预测



## 6.2 高端童装行业的投资特性

### 6.2.1 进入壁垒

### 6.2.2 盈利模式

### 6.2.3 盈利因素

## 6.3 高端童装行业投资建议

### 6.3.1 行业投资现状

### 6.3.2 主要投资建议

图表目录：

图表1：2013-2016年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表2：2013-2016年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）

图表3：2013-2016年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）

图表4：2013-2016年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表5：2013-2016年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%）

图表6：2010-2016年中国高端童装行业工业总产值及同比增速（单位：万元，%）

图表7：2016年中国高端童装行业工业总产值前十的省市（单位：万元，%）

图表8：2016年中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位：%）

图表9：2010-2016年中国高端童装行业产成品及同比增速（单位：万元，%）

图表10：2016年中国高端童装行业产成品前十名省市（单位：万元，%）

图表11：2016年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%）

图表12：2010-2016年中国高端童装行业工业销售产值及同比增速（单位：万元，%）

图表13：2016年中国高端童装行业工业销售产值前十的省市（单位：万元，%）

图表14：2016年中国高端童装行业工业各地区销售产值占比（单位：%）

图表15：2010-2016年中国高端童装行业销售收入及同比增速（单位：万元，%）

图表16：2016年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%）

图表17：2016年中国高端童装行业各地区销售收入占比（单位：%）

图表18：2010-2016年中国高端童装行业产销率变化（单位：%）

图表19：2010-2016年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）

图表20：2016年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/V81894C6CP.html>