

# 2020-2026年中国童装市场 深度调研分析与投资发展前景趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国童装市场深度调研分析与投资发展前景趋势研究报告》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.cction.com/report/201910/143369.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

### 第一章 2013-2017年国际童装市场分析

#### 1.1 美国童装市场发展分析

##### 1.1.1 行业发展概述

##### 1.1.2 消费市场状况

##### 1.1.3 市场重点品牌

##### 1.1.4 境外市场开拓状况

##### 1.1.5 行业政策环境

##### 1.1.6 市场发展动态

#### 1.2 俄罗斯童装市场发展分析

##### 1.2.1 市场的发展状况

##### 1.2.2 市场发展特点

##### 1.2.3 线上市场状况

##### 1.2.4 市场消费者分析

#### 1.3 英国童装市场发展分析

##### 1.3.1 市场SWOT分析

##### 1.3.2 市场品牌状况

##### 1.3.3 市场消费渠道状况

##### 1.3.4 市场竞争动态

##### 1.3.5 行业安全标准状况

#### 1.4 日本童装市场发展分析

##### 1.4.1 市场发展综析

##### 1.4.2 市场消费特征分析

##### 1.4.3 境外市场开拓状况

##### 1.4.4 市场营销方式动态

##### 1.4.5 行业政策动态

#### 1.5 其它国家及地区童装市场发展分析

##### 1.5.1 欧洲

##### 1.5.2 印尼

##### 1.5.3 越南

## 第二章 2012-2017年中国童装行业的发展

### 2.1 童装的相关概述

#### 2.1.1 童装的起源

#### 2.1.2 童装的分类

#### 2.1.3 童装产业的特征

### 2.2 中国童装行业发展总析

#### 2.2.1 行业发展态势

#### 2.2.2 产业总体发展特征

#### 2.2.3 产业区域格局

#### 2.2.4 产业结构状况

### 2.3 童装行业标准体系状况

#### 2.3.1 国内外童装行业标准比较

#### 2.3.2 中国童装安全性能标准

#### 2.3.3 我国童装新国标实施

#### 2.3.4 我国将加强童装标准体系建设

#### 2.3.5 童装产业应实施ISO9000国际标准

### 2.4 童装产业绿色环保的发展

#### 2.4.1 环保童装的介绍

#### 2.4.2 绿色童装的四大功能

#### 2.4.3 童装企业应尽力打造绿色环保童装

#### 2.4.4 健康童装的面料要提高科技含量

#### 2.4.5 环保童装消费理念深入人心

#### 2.4.6 低碳环保成童装流行设计理念

### 2.5 童装产业发展存在的问题

#### 2.5.1 产业发展的制约因素

#### 2.5.2 市场终端面临的问题

#### 2.5.3 品牌建设面临的问题

#### 2.5.4 行业质量问题

### 2.6 童装产业的发展对策

#### 2.6.1 我国童装企业发展对策

#### 2.6.2 童装企业开拓市场的策略

- 2.6.3 童装企业的低成本传播战略
- 2.6.4 童装企业从批发向品牌转型的建议

### 第三章 2012-2017年中国童装市场分析

- 3.1 中国童装市场发展综述
  - 3.1.1 市场的发展状况
  - 3.1.2 市场发展特征
  - 3.1.3 市场定位分析
  - 3.1.4 市场销售规模
- 3.2 童装行业细分市场发展剖析
  - 3.2.1 中大童装市场需求分析
  - 3.2.2 中大童装市场现状分析
  - 3.2.3 中大童装企业发展面临的问题
  - 3.2.4 我国高端童装市场品牌状况
  - 3.2.5 中国童装奢侈品牌市场分析
- 3.3 童装电商市场的发展
  - 3.3.1 童装电商市场发展态势
  - 3.3.2 童装电商市场特征分析
  - 3.3.3 童装线上市场消费者特征
  - 3.3.4 童装主要电商平台销售数据
  - 3.3.5 童装线上品牌格局的变化
  - 3.3.6 童装现地域性电商品牌
  - 3.3.7 童装电商投资前景分析
- 3.4 中国童装市场需求分析
  - 3.4.1 中国童装市场的需求规模
  - 3.4.2 女童装市场需求比男童市场大
  - 3.4.3 童装市场需求增速快
  - 3.4.4 童装市场的需求趋向
  - 3.4.5 童装市场需求六大趋势
- 3.5 中国童装市场消费分析
  - 3.5.1 我国童装市场消费观念状况
  - 3.5.2 童装市场消费的特征

- 3.5.3 影响童装消费的八大因素
- 3.5.4 儿童消费心理对童装市场的影响
- 3.5.5 中国童装市场消费水平多层次
- 3.5.6 童装个性化消费来临及应对策略
- 3.6 中国童装市场价格分析
  - 3.6.1 影响因素分析
  - 3.6.2 价格居高的原因分析
  - 3.6.3 市场价格分析
- 3.7 中国童装市场的竞争状况
  - 3.7.1 市场主要竞争形式
  - 3.7.2 市场竞争状况
  - 3.7.3 主要竞争势力分析
  - 3.7.4 传统品牌竞争力提升状况
- 3.8 中国童装出口市场分析
  - 3.8.1 部分地区童装出口状况
  - 3.8.2 儿童服装出口风险简析
  - 3.8.3 我国童装出口的问题及对策

#### 第四章 2012-2017年中国童装产业集群的发展

- 4.1 中国童装产业集群的概况
  - 4.1.1 中国童装产业集群地发展状况
  - 4.1.2 中国三大童装产业集群的发展特点
  - 4.1.3 童装产业基地产品安全问题
  - 4.1.4 中国童装产业集群的发展对策
- 4.2 浙江织里
  - 4.2.1 织里童装产业的发展历程
  - 4.2.2 织里童装产业集群的优势
  - 4.2.3 织里童装产业集群发展的作用
  - 4.2.4 织里童装产业园动态
  - 4.2.5 织里童装电商市场的发展
  - 4.2.6 织里童装加快产业转型升级
  - 4.2.7 织里童装产业的发展目标

## 4.3 广东佛山

### 4.3.1 佛山童装产业的发展概况

### 4.3.2 佛山童装产业的SWOT分析

### 4.3.3 佛山童装行业政策动态

### 4.3.4 佛山童装产业的发展规划

## 4.4 福建石狮

### 4.4.1 石狮凤里童装基地介绍

### 4.4.2 石狮市童装产业的发展状况

### 4.4.3 石狮童装设计人才因素分析

### 4.4.4 石狮童装行业发展瓶颈

### 4.4.5 新品牌提升石狮童装产业竞争力

### 4.4.6 石狮童装企业新发展模式分析

## 第五章 2012-2017年中国童装区域市场分析

### 5.1 北京

#### 5.1.1 北京重点商场童装销售概况

#### 5.1.2 北京童装市场国外品牌入驻动态

#### 5.1.3 北京童装质量状况分析

#### 5.1.4 北京童装市场竞争格局分析

### 5.2 上海

#### 5.2.1 英国高端童装品牌登陆上海

#### 5.2.2 上海童装质量状况分析

#### 5.2.3 上海童装市场展会动态

### 5.3 杭州

#### 5.3.1 杭州已成为童装品牌必争之地

#### 5.3.2 杭州街头童装受欢迎

#### 5.3.3 杭州童装质量状况

#### 5.3.4 杭州进口品牌童装状况

### 5.4 温州

#### 5.4.1 温州童装企业积极进行品牌延伸

#### 5.4.2 温州童装市场竞争状况

#### 5.4.3 温州童装市场发展动态

- 5.4.4 限制温州童装发展的瓶颈
- 5.4.5 温州童装业发展前景乐观
- 5.5 其他地区
  - 5.5.1 河南南阳童装业运行状况
  - 5.5.2 广东虎门童装产业发展态势
  - 5.5.3 江苏诞生首个动漫衍生童装品牌
  - 5.5.4 宁波童装市场竞争激烈
  - 5.5.5 成都市龙桥镇童装产业园发展规划

## 第六章 2012-2017年中国童装品牌分析

- 6.1 2012-2017年中国童装品牌的发展
  - 6.1.1 中国童装发展品牌的市场背景
  - 6.1.2 我国自主童装品牌发展状况简析
  - 6.1.3 洋品牌大肆抢滩我国童装市场
  - 6.1.4 运动品牌争相发力国内童装市场
  - 6.1.5 国内童装品牌发展形势分析
- 6.2 2012-2017年童装品牌市场占有率分析
  - 6.2.1 2017年童装品牌市场占有率
  - 6.2.2 2017年我国童装前十位品牌市场综合占有率
  - 6.2.3 2017年我国童装前十位品牌市场综合占有率
- 6.3 2012-2017年童装品牌细分市场的定位
  - 6.3.1 以年龄层定位细分市场
  - 6.3.2 以个性定位细分市场
  - 6.3.3 以功能定位细分市场
- 6.4 2012-2017年中国童装品牌发展的问题及对策
  - 6.4.1 中国童装品牌发展中存在的问题
  - 6.4.2 中国童装品牌发展面临的挑战
  - 6.4.3 童装品牌的运营战略模式
  - 6.4.4 童装品牌的细分策略
  - 6.4.5 童装企业的品牌提升策略
- 6.5 童装企业品牌化打造案例分析
  - 6.5.1 找准定位



- 6.5.2 加强传统渠道开拓电商
- 6.5.3 传播策略向数字媒体倾斜
- 6.5.4 做好深度数据挖掘

## 第七章 2012-2017年中国童装市场营销分析

- 7.1 中国童装市场营销环境
  - 7.1.1 中国童装市场的宏观营销环境
  - 7.1.2 中国童装市场的微观营销环境
  - 7.1.3 我国童装营销环境的新变化
- 7.2 中国童装市场营销概况
  - 7.2.1 童装市场营销渠道分析
  - 7.2.2 童装市场终端营销的特征
  - 7.2.3 童装市场的网络营销模式
  - 7.2.4 绿色营销成为童装市场营销的主旋律
  - 7.2.5 我国童装的创新营销模式
  - 7.2.6 童装市场创新营销案例
- 7.3 童装市场战略营销的模式综述
  - 7.3.1 纵向一体战略营销模式
  - 7.3.2 横向一体战略营销模式
  - 7.3.3 同心多元战略营销模式
- 7.4 童装市场的营销策略
  - 7.4.1 我国童装市场的营销建议
  - 7.4.2 我国童装市场的营销新策略
  - 7.4.3 童装的目标市场营销策略
  - 7.4.4 正确实施童装品牌营销战略
  - 7.4.5 童装整体营销战略的策划及创新

## 第八章 2012-2017年童装行业重点企业分析

- 8.1 耐克
  - 8.1.1 公司简介
  - 8.1.2 耐克童装的定位
  - 8.1.3 2017财年耐克经营状况

- 8.1.4 2017财年耐克经营状况
- 8.1.5 2017财年耐克经营状况
- 8.2 阿迪达斯
  - 8.2.1 公司简介
  - 8.2.2 阿迪达斯推出新型卡通童装
  - 8.2.3 2017年阿迪达斯经营状况
  - 8.2.4 2017年阿迪达斯经营状况分析
  - 8.2.5 2017年阿迪达斯经营状况分析
- 8.3 丽婴房
  - 8.3.1 公司简介
  - 8.3.2 丽婴房的成功之道
  - 8.3.3 丽婴房的发展战略
  - 8.3.4 2017年丽婴房经营状况
  - 8.3.5 2017年丽婴房经营状况分析
  - 8.3.6 2017年丽婴房经营状况分析
- 8.4 森马服饰
  - 8.4.1 公司简介
  - 8.4.2 巴拉巴拉品牌的打造
  - 8.4.3 经营效益分析
  - 8.4.4 业务经营分析
  - 8.4.5 财务状况分析
  - 8.4.6 森马童装市场拓展现状
  - 8.4.7 未来前景展望
- 8.5 安奈儿
  - 8.5.1 公司简介
  - 8.5.2 安奈儿的品牌打造策略
  - 8.5.3 安奈儿借力电子商务快速发展
- 8.6 派克兰帝
  - 8.6.1 公司简介
  - 8.6.2 派克兰帝公司的成功之道
  - 8.6.3 派克兰帝的主要设计方向
  - 8.6.4 派克兰帝推动品牌重塑

## 8.7 博士蛙

### 8.7.1 公司简介

### 8.7.2 博士蛙的市场策略

### 8.7.3 博士蛙经营状况分析

### 8.7.4 博士蛙优化仓储管理方案

## 8.8 小猪班纳

### 8.8.1 公司简介

### 8.8.2 小猪班纳市场价格定位

### 8.8.3 小猪班纳新品计划

## 8.9 其他

### 8.9.1 兔仔唛

### 8.9.2 嗒嘀嗒

### 8.9.3 今童王

### 8.9.4 巴布豆

### 8.9.5 绿盒子

## 第九章 中国童装市场投资分析

### 9.1 投资现状

#### 9.1.1 童装市场的投资特性

#### 9.1.2 童装行业成投资热点

#### 9.1.3 中国童装行业VC/PE投资现状分析

#### 9.1.4 童装批发市场投资分析

#### 9.1.5 童装连锁投资成为未来主流趋势

### 9.2 投资机会

#### 9.2.1 全球童装市场增长空间广阔

#### 9.2.2 中国童装行业潜藏广阔投资机会

#### 9.2.3 国内中端童装市场面临投资机遇

#### 9.2.4 童装童鞋一体化带来的新机遇

#### 9.2.5 童装二三线市场投资空间大

#### 9.2.6 未来童装消费需求巨大带来投资机遇

### 9.3 投资风险

#### 9.3.1 童装行业的产品结构风险

- 9.3.2 童装企业的内部风险
- 9.3.3 品牌效应给童装企业带来的风险
- 9.3.4 童装行业盈利能力有待提高
- 9.4 投资建议
  - 9.4.1 童装品牌特许经营风险规避的对策
  - 9.4.2 童装企业应合理安排内外销比重
  - 9.4.3 童装投资应注重渠道建设
  - 9.4.4 童装投资的七大要素

## 第十章 中国童装行业的发展前景分析

- 10.1 中国童装行业的发展趋势
  - 10.1.1 21世纪中国童装产业发展前景分析
  - 10.1.2 中国童装产业未来前景展望
  - 10.1.3 我国婴幼儿服饰市场未来发展预测
- 10.2 2020-2026年中国童装行业预测分析
  - 10.2.1 市场零售量预测
  - 10.2.2 市场销售额预测
- 10.3 中国童装业的运行趋势
  - 10.3.1 消费趋势
  - 10.3.2 生产趋势
  - 10.3.3 品牌趋势
  - 10.3.4 营销趋势
  - 10.3.5 流行趋势
  - 10.3.6 功能性趋势

附录：

附录一：男儿童单服装标准

附录二：出口服装检验管理规定

附录三：童装绳索和拉带安全要求

图表目录：

图表1 日本主要童装生产商的销售额及主要品牌

- 图表2 日本童装市场上的外国品牌
- 图表3 童装的零售价格
- 图表4 日本家长选择童装的考虑因素
- 图表5 我国儿童服装涉及的已发布实施的标准
- 图表6 童装相关产品标准内在质量要求
- 图表7 童装绳索和拉带安全系列标准主要内容
- 图表8 童装网购性别属性
- 图表9 童装网购高峰期
- 图表10 童装卖家区域分布
- 图表11 淘宝童装销售额
- 图表12 淘宝童装成交量
- 图表13 淘宝童装大卖家数量
- 图表14 淘宝童装每笔订单成交金额
- 图表15 淘宝童装卖家年均销售额
- 图表16 淘宝童装卖家年均成交量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143369.html>