

2020-2026年中国高端童装 行业发展态势与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国高端童装行业发展态势与市场年度调研报告》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/202004/158784.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 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

第二章 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

第三章 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

第四章 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

第五章 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) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

5.2.10 博土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) 企业经营指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

第六章 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 1：2013-2019年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表 2：2013-2019年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）

图表 3：2013-2019年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）

图表 4：2013-2019年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 5：2013-2019年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%）

图表 6：2013-2019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 7：2019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 8：2019年中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位：%）

图表 9：2013-2019年中国高端童装行业产成品及同比增速（单位：万元，%）

图表 10：2019年中国高端童装行业产成品前十名省市（单位：万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/158784.html>