

2021-2027年中国高端童装 市场深度评估与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国高端童装市场深度评估与战略咨询报告》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/202108/232275.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国高端童装市场深度评估与战略咨询报告》共十章。首先介绍了高端童装相关概念及发展环境，接着分析了中国高端童装规模及消费需求，然后对中国高端童装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端童装面临的机遇及发展前景。您若想对中国高端童装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

1.1 高端童装行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 主要产品大类

1.2 高端童装行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 统计方法

1.2.3 数据种类

1.3 高端童装行业PEST模型

1.3.1 行业政治法律环境分析（P）

（1）行业相关标准

1）婴幼儿服装标准

2）婴幼儿纺织品标准

3）童装绳索和拉带安全要求

- 4) 儿童上衣拉带安全规格
- 5) 提高机械安全性的儿童服装设计和生产实施规范
- 6) 国家纺织商品基本安全技术规范
- 7) 婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范

(2) 行业法律法规

- 1) 纺织服装出口退税调整
- 2) 增值税制度
- 3) 服装自主品牌建设
- 4) 童装安全法

(3) 行业发展规划

- 1) 纺织工业调整和振兴规划
- 2) 纺织工业“十三五”科技进步纲要

1.3.2 行业经济环境分析 (E)

- (1) 国内经济增长
- (2) 居民收入水平
- (3) 城镇化水平
- (4) 消费者信心指数

1.3.3 行业社会环境分析 (S)

- (1) 居民消费结构 39
- (2) 居民消费观念
- (3) 奢侈品消费观念

1.3.4 行业信息技术环境分析 (T)

- (1) 企业IT数据系统装备情况
 - 1) 中国服装企业中的MIS
 - 2) 中国服装企业中的CAD/CAM系统
 - 3) 中国服装企业中的ERP系统
- (2) 行业信息技术使用现状分析
- (3) 行业信息技术利用趋势分析

1.4 高端童装行业波特五力模型

- 1.4.1 上游议价能力
- 1.4.2 下游议价能力
- 1.4.3 新进入者壁垒

1.4.4 替代威胁

1.4.5 行业内竞争

第2章：2015-2019年高端童装所属行业经济指标

2.1 中国高端童装所属行业经济指标分析

2.1.1 2015-2019年高端童装所属行业经营效益指标

(1) 综合经营效益指标

(2) 盈利能力指标

(3) 运营能力指标

(4) 偿债能力指标

(5) 发展能力指标

2.1.2 2015-2019年高端童装所属行业经济指标

(1) 综合经济指标

(2) 不同规模企业经济指标

(3) 不同性质企业经济指标

(4) 不同地区企业经济指标

2.2 中国高端童装所属行业供需平衡指标

2.2.1 高端童装所属行业供给指标

(1) 2015-2019年高端童装所属行业供给指标

1) 总产值

2) 总产值前十地区

3) 产成品

4) 产成品前十地区

2.2.2 高端童装所属行业需求指标

(1) 2015-2019年高端童装所属行业需求指标

1) 销售产值

2) 销售产值前十地区

3) 销售收入

4) 销售收入前十地区

2.2.3 2015-2019年高端童装所属行业产销率

2.3 2019年高端童装所属行业经营效益指标

2.3.1 产业规模分析

2.3.2 月资本/劳动密集度分析

2.3.3 高端童装行业产销分析

2.3.4 成本费用结构分析

2.3.5 高端童装行业盈亏分析

2.4 中国高端童装制造所属行业进出口市场分析

2.4.1 中国高端童装制造所属行业出口情况

(1) 2015-2019年行业出口市场分析

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构特征分析

(2) 2019年行业出口市场分析

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构特征分析

2.4.2 中国高端童装制造所属行业进口情况

(1) 2015-2019年行业进口市场分析

1) 行业进口整体情况

2) 行业进口产品结构特征分析

(2) 2019年行业进口市场分析

1) 行业进口整体状况

2) 行业进口产品结构特征分析

第3章：高端童装行业产业链直观

3.1 高端童装行业产业链直观

3.2 高端童装行业上游产业供应链解析

3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析

(1) 服装面料生产情况

(2) 服装面料需求情况

(3) 服装面料投资情况

(4) 服装面料开发趋势

3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势

(1) 拉链市场供给与价格走势

(2) 衬布市场供给与价格走势

(3) 纽扣市场供给与价格走势

3.2.3 缝纫机械产销与经营

(1) 缝纫机械市场产销情况

(2) 缝纫机械行业经营情况

3.3 高端童装行业下游产业流通链解析

3.3.1 传统零售业发展现状与需求

(1) 传统零售业发展现状

1) 零售行业发展概况

2) 零售行业发展特征

3) 零售行业经济运行

4) 零售行业竞争情况

(2) 高端童装综合零售渠道需求

3.3.2 电子商务发展现状与需求

(1) 电子商务行业发展现状

1) 中国电子商务行业发展概况

2) 中国电子商务网站规模

3) 中国电子商务行业市场规模

4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析

(2) 高端童装电子商务渠道需求

第4章：高端童装行业细分产品市场

4.1 高端童装产品市场发展

4.1.1 产品线延伸

(1) 产品年龄段拓展

(2) 产品性别市场拓展

4.1.2 产品设计趋势

(1) 休闲装崛起

(2) 颜色、款式成人化

(3) 图案变小，流行装饰增多

(4) 健康环保概念流行

4.2 不同年龄段产品市场分析

4.2.1 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

4.2.2 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

4.2.3 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

4.2.4 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

4.3 高端童装产业链延伸

4.3.1 延伸至鞋类市场

4.3.2 延伸至文具市场

4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

第5章：高端童装行业发展与竞合关系

5.1 国际高端童装市场竞合关系

5.1.1 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

(4) 日本

(5) 其它国家及地区

5.1.2 国际高端童装市场竞合关系

5.1.3 国际童装品牌调研及在华投资

(1) 耐克 (nike)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

(2) 阿迪达斯 (adidas)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

(3) 古驰 (GUCCI)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

(4) 阿卡邦 (agabang)

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

(5) 史努比

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

(6) 樱桃小丸子

1) 品牌历史与地位

2) 产品特征与定位

3) 企业营销策略分析

5.2 国内高端童装市场竞合关系

5.2.1 高端童装市场规模

5.2.2 高端童装行业集中度

- (1) 销售集中度
- (2) 资产集中度
- (3) 利润集中度
- (4) 不同经济类型企业集中度

- 1) 不同经济类型企业特征
- 2) 不同经济类型企业集中度

5.2.3 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

5.2.4 国内童装品牌调研

- (1) 巴拉巴拉

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

- (2) 派克兰帝

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

- (3) 小猪班纳

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

- (4) 巴布豆

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

- (5) 安奈尔

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

- (6) 米奇

- 1) 产品特征及定位

2) 营销模式及动向

3) 品牌门店数量及分布

5.3 高端童装企业资本整合与并购

5.3.1 行业结构的演进和增长点

5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合

5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合

5.3.4 高端童装企业投资兼并与重组整合案例

第6章：高端童装行业重点区域市场

6.1 行业总体区域结构特征

6.1.1 区域结构总体特征

6.1.2 区域集中度

6.2 行业重点区域产销情况

6.2.1 华北地区高端童装产销情况

(1) 北京市高端童装产销情况

(2) 天津市高端童装产销情况

(3) 河北省高端童装产销情况

(4) 山西省高端童装产销情况

(5) 内蒙古高端童装产销情况

6.2.2 华南地区高端童装产销情况

(1) 广东省高端童装产销情况

(2) 广西高端童装产销情况

6.2.3 华东地区高端童装产销情况

(1) 上海市高端童装产销情况

(2) 江苏省高端童装产销情况

(3) 浙江省高端童装产销情况

(4) 山东省高端童装产销情况

(5) 福建省高端童装产销情况

(6) 安徽省高端童装产销情况

(7) 江西省高端童装产销情况

6.2.4 华中地区高端童装产销情况

(1) 湖北省高端童装产销情况

(2) 湖南省高端童装产销情况

(3) 河南省高端童装产销情况

6.2.5 西南地区高端童装产销情况

(1) 重庆市高端童装产销情况

(2) 四川省高端童装产销情况

(3) 贵州省高端童装产销情况

(4) 云南省高端童装产销情况

6.2.6 东北地区高端童装产销情况

(1) 吉林省高端童装产销情况

(2) 辽宁省高端童装产销情况

(3) 黑龙江省高端童装产销情况

6.2.7 西北地区高端童装产销情况

(1) 陕西省高端童装产销情况

(2) 甘肃省高端童装产销情况

(3) 青海省高端童装产销情况

(4) 宁夏高端童装产销情况

(5) 新疆高端童装产销情况

第7章：高端童装行业消费需求调研

7.1 高端童装需求背景

7.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利

(1) 我国人口结构变化特征

(2) 人口结构变迁与消费品成长性影响

(3) 中国儿童消费群体成长情况

7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析

(1) 家庭消费生命周期界定

(2) 不同家庭消费生命周期的消费特征

7.2 儿童消费决策市场

7.2.1 童装消费决策调研

7.2.2 儿童消费决策情况调研

(1) 儿童人均消费额

(2) 儿童购物自主意识与品牌认知

1) 儿童自主消费意识提高及影响

2) 儿童自主意识与行为案例

(3) 儿童高消费影响因素

7.3 高端童装需求空间分析

7.3.1 城市儿童消费规模

7.3.2 城市儿童消费结构

7.3.3 高端童装需求空间分析

7.4 高端童装消费需求调研

7.4.1 童装消费层次

7.4.2 童装消费价格承受能力

7.4.3 童装消费质量要求

7.4.4 童装消费场所选择

7.4.5 高端童装消费品牌忠诚度

第8章：高端童装销售渠道与发展策略

8.1 高端童装销售渠道

8.1.1 高端童装销售渠道发展

8.1.2 国外高端童装进入渠道

(1) 直营

(2) 代理分销

(3) 品牌托管

8.1.3 国内高端童装销售渠道

(1) 百货商场

(2) 品牌专卖店

(3) 专营店

(4) 仓储超市

(5) 电子商务

8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

8.2 高端童装营销策略及形式

8.2.1 高端童装营销策略

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 促销策略

8.2.2 高端童装营销策略形式

(1) 形象营销策略

(2) 概念营销策略

(3) 品牌营销策略

(4) 文化营销策略

(5) 情感营销策略

第9章：高端童装行业主要企业运营指标

9.1 高端童装企业发展总体状况分析

9.1.1 高端童装行业企业规模

9.1.2 高端童装行业工业产值状况

9.1.3 高端童装行业销售收入和利润

9.1.4 主要高端童装企业创新能力分析

9.2 高端童装行业领先企业个案分析

9.2.1 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) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

9.2.2 温州市森马童装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

9.2.3 红黄蓝集团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

9.2.4 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

9.2.5 广州中威日用品企业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

第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测

10.1 高端童装市场趋势与前景

10.1.1 市场发展趋势

10.1.2 市场前景预测

10.2 高端童装行业投资特性

10.2.1 进入壁垒

10.2.2 盈利模式

10.2.3 盈利因素

10.3 高端童装行业投资风险

10.3.1 政策风险

10.3.2 技术风险

10.3.3 供求风险

10.3.4 宏观经济波动风险

10.3.5 关联产业风险

10.3.6 生产规模及所有制风险

10.4 高端童装行业投资建议

10.4.1 行业投资现状

10.4.2 主要投资建议

图表目录：

图表1：2015-2019年高端童装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表2：婴幼儿及儿童纺织所用织物技术安全要求

图表3：婴幼儿及儿童纺织所用填充物技术安全要求

图表4：2019年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表5：2015-2019年下半年我国GDP分季度增长情况（单位：%）

图表6：2015-2019年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%）

图表7：2015-2019年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%）

图表8：2015-2019年我国城镇化水平（单位：万人，%）

图表9：2015-2019年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势

图表10：奢侈品消费动机结构

图表11：日本、美国和欧洲奢侈品消费者购买动机认同百分比（单位：%）

图表12：中国奢侈品消费者购买动机

图表13：美特斯?邦威供应链资源整合系统架构图

图表14：2015-2019年高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表15：2015-2019年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）

图表16：2015-2019年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）

图表17：2015-2019年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表18：2015-2019年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/232275.html>