

2019-2025年中国童装童鞋行业市场深度调查分析及投资前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国童装童鞋行业市场深度调查分析及投资前景研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/382425.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 童装行业发展分析

第一章 2018年中国童装行业运行动态透析1

第一节 童装的相关概述1

一、童装的起源1

二、童装的分类1

三、童装产业的特征4

第二节 2018年中国童装行业的发展分析6

一、中国童装产业结构及产业链概况6

二、中国童装业开始步入产业升级轨道9

三、我国童装产业的运行特点13

四、中国童装产业呈遍地开花局面14

第三节 2018年童装产业绿色环保的发展分析22

一、环保童装的介绍22

二、绿色童装的四大功能24

三、童装企业应尽力打造绿色环保童装24

四、健康童装的面料要提高科技含量25

五、国内冬季童装市场掀起环保风26

六、环保童装消费理念深入人心27

第四节 2018年童装产业发展存在的问题及对策分析28

一、制约中国童装产业发展的八大因素28

二、样式无差异制约童装行业发展29

三、童装产业基地发展存在的问题31

四、童装产业应实施ISO9000国际标准36

五、我国童装行业应重视出口风险防范36

第二章 2018年中国童装市场运行走势解析38

第一节 中国童装市场发展概况38

一、改革开放以来童装市场的发展变化38

二、中国童装市场发展格局分析41

三、中国童装市场发展特征	42
四、中国童装市场开始步入调整周期	43
五、运动品牌集体发力国内童装市场	44
第二节 中国童装市场存在的问题	46
一、童装市场发展面临的五大难题	46
二、中国童装市场发展需突破的瓶颈	48
三、制约中国童装市场发展的因素	49
四、中国童装市场不景气的内外因	53
第三节 中国童装市场的发展对策	55
一、童装成功开创蓝海大市场的策略	55
二、童装企业的低成本传播战略	61
三、童装企业从批发向品牌转型的建议	64
第三章 2018年中国童装行业市场需求及消费情况深度研究	70
第一节 中国童装市场需求分析	70
一、中国童装市场的需求规模	70
二、女童装市场需求比男童市场大	81
三、童装市场的需求趋向	82
四、童装市场需求六大趋势	83
五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变	88
第二节 中国童装市场消费分析	90
一、童装消费的特征	90
二、影响童装消费的因素	93
三、中国童装市场消费水平多层次	95
四、2018年童装市场消费者调查分析	97
五、童装个性化消费来临及应对策略	98
第三节 中国童装市场价格分析	102
一、影响儿童服装价格的因素	102
二、中国童装价格居高原因分析	106
三、中国童装市场价格与需求形式分析	108
第四章 2018年中国童装品牌市场运行形势分析	110
第一节 中国童装品牌的发展	110
一、中国童装发展品牌市场的背景	110
二、中国童装品牌市场的整体格局	111
三、我国自主童装品牌发展状况简析	112
四、洋品牌大肆抢滩中国童装市场	113

- 五、2018年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计115
- 六、2018年中国童装市场前十位品牌综合占有率情况116
- 第二节 童装品牌细分市场的定位117
 - 一、以年龄层细分市场117
 - 二、以个性定位细分市场118
 - 三、以功能定位细分市场119
- 第三节 中国童装品牌市场存在的问题120
 - 一、童装品牌发展的难点120
 - 二、中国童装品牌结构不合理设计老化122
 - 三、中国童装品牌消费存在的不足123
 - 四、中国童装品牌做不大的原因125
 - 五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区126
- 第四节 中国童装品牌发展的策略135
 - 一、童装打造自主品牌的建议135
 - 二、中国童装品牌文化应升级138
 - 三、中国童装企业品牌策划的策略140
- 第五章 2007-2018年中国婴儿服装及衣着附件产量统计分析142
 - 第一节 2007-2018年全国婴儿服装及衣着附件产量分析142
 - 第二节 2018年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析152
 - 第三节 2018年婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152
- 第六章 2018年中国童装区域市场格局分析153
 - 第一节 北京153
 - 一、北京童装销售市场发展回顾153
 - 二、北京亿元商场童装市场销售情况155
 - 三、北京童装行业零售简况156
 - 第二节 上海159
 - 一、上海市童装市场的定位分析159
 - 二、上海童装质量安全性指数有保障160
 - 三、上海童装市场发展综述160
 - 四、法国顶级童装品牌进驻上海162
 - 五、上海童装销售规模分析163
 - 第三节 深圳164
 - 一、深圳童装市场总体概述164
 - 二、深圳童装市场面临洗牌166
 - 三、深圳童装着力打造领先品牌169

四、深圳“衣童俱乐部”品牌抢占全国市场170

五、深圳童装市场企业与日俱增171

第四节 杭州171

一、杭州已成为童装品牌必争之地171

二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山173

三、杭州街头童装受欢迎175

四、T100低调抢滩杭州童装市场175

第五节 温州176

一、温州童装发展的轨迹176

二、限制温州童装发展的瓶颈179

三、温州童装业保持稳健发展181

四、温州童装积极抢占核心商圈183

第六节 其他地区185

一、江苏省童装市场商机大185

二、成都童装品牌领先全国186

三、武汉本土童装集体失声187

四、长春品牌童装市场销售形势火热187

第七章 2016年中国童装行业市场竞争格局分析189

第一节 2016年中国童装市场的竞争状况189

一、中国童装市场的主要竞争形式189

二、成人服装品牌挤占童装市场空间191

三、成装企业大规模介入加剧童装行业竞争192

第二节 2016年中国童装行业集中度分析195

一、市场集中度分析195

二、区域集中度分析195

三、2016年中国童装企业提升竞争力策略分析196

第八章 国内外童装重点企业分析203

第一节 NIKE203

一、企业概况203

二、市场定位情况203

三、市场占有份额情况204

四、NIKE童装品牌分析204

第二节 ADIDAS205

一、企业概况205

二、市场定位情况205

三、市场占有份额情况205

四、企业品牌规模分析205

第三节 PawinPaw206

一、企业概况206

二、市场定位情况206

三、市场占有份额情况207

第四节 巴拉巴拉207

一、企业概况207

二、市场定位情况209

三、市场占有份额情况211

四、企业品牌规模212

第五节 安奈儿212

一、企业概况212

二、市场定位情况216

三、市场占有份额情况217

四、2019-2025年公司发展战略分析217

第六节 衣恋219

一、企业概况219

二、市场定位情况220

三、市场占有份额情况220

四、企业产品介绍221

第七节 派克兰帝221

一、企业概况221

二、市场定位情况223

三、市场占有份额情况224

四、2019-2025年公司发展战略分析225

第八节 丽婴房227

一、企业概况227

二、企业规模分析228

三、市场占有份额情况229

四、企业经营分析229

第九节 史努比230

一、企业概况230

二、市场定位情况231

三、市场占有份额情况231

四、企业品牌分析231

第十节 小猪班纳232

一、企业概况232

二、市场定位情况233

三、市场占有份额情况233

四、企业经营分析234

第九章 2019-2025年中国童装投资机会与风险分析235

第一节 2019-2025年中国童装投资现状分析235

一、童装市场的投资特性235

二、童装连锁投资成为未来主流趋势238

三、消费市场巨大使童装成为投资焦点241

第二节 2019-2025年中国童装投资机会分析242

一、全球童装市场增长空间广阔242

二、中国童装行业的投资机会243

三、国内中端童装市场面临投资机遇247

四、中国婴儿装、童装市场充满商机248

五、童装童鞋一体化带来的新机遇249

第三节 2019-2025年中国童装投资风险分析252

一、童装企业的内部风险252

二、品牌效应给童装企业带来的风险254

三、童装行业盈利能力有待提高255

四、其他风险分析256

第四节 2019-2025年中国童装投资建议分析263

一、童装品牌特许经营风险规避的对策263

二、童装企业应合理安排内外销比重264

三、童装投资应注重渠道建设265

四、童装投资的七大要素266

第十章 2019-2025年中国童装的发展趋势分析268

第一节 2019-2025年中国童装的发展前景268

一、2019-2025年中国童装行业预测分析268

二、中国童装产业发展前景分析269

三、中国童装产业的发展方向270

四、未来十年中国童装产业发展前景展望270

五、童装市场发展潜力探析271

第二节 中国童装的运行趋势273

- 一、消费趋势273
- 二、生产趋势274
- 三、品牌趋势275
- 四、营销趋势276
- 第十一章 中国童装行业发展预测279
 - 第一节 2019-2025年我国童装行业产量预测279
 - 第二节 2019-2025年我国童装行业消费量预测280
 - 第三节 2019-2025年我国童装行业产值预测281
 - 第四节 2019-2025年我国童装行业销售收入预测281
- 第二部分 童鞋行业发展分析
- 第十二章 2012-2016年中国童鞋行业市场发展分析283
 - 第一节 童鞋行业市场发展现状283
 - 一、市场发展概况283
 - 二、发展热点回顾285
 - 三、市场存在问题及策略分析287
 - 第二节 童鞋行业技术发展289
 - 一、技术特征现状分析289
 - 二、新技术研发及应用动态290
 - 三、技术发展趋势290
 - 第三节 中国童鞋行业消费市场分析291
 - 一、消费特征分析291
 - 二、消费需求趋势292
 - 三、品牌市场消费结构292
 - 第四节 2019-2025年童鞋行业市场发展趋势293
- 第十三章 中国童鞋市场规模分析299
 - 第一节 2016年中国童鞋市场规模分析299
 - 第二节 2016年我国童鞋区域结构分析299
- 第十四章 童鞋行业竞争格局分析301
 - 第一节 行业竞争结构分析301
 - 一、现有企业间竞争301
 - 二、潜在进入者分析302
 - 三、替代品威胁分析302
 - 四、供应商议价能力302
 - 五、客户议价能力303
 - 第二节 行业集中度分析303

- 一、市场集中度分析303
- 二、企业集中度分析303
- 三、区域集中度分析306
- 第三节 2010-2016年童鞋行业竞争格局分析307
 - 一、2010-2016年国内外童鞋竞争分析307
 - 二、2010-2016年我国童鞋市场竞争分析308
 - 三、2019-2025年国内主要童鞋企业动向309
- 第十五章 未来童鞋行业发展预测分析311
 - 第一节 未来童鞋行业需求与消费预测311
 - 一、2019-2025年童鞋产品消费预测311
 - 二、2019-2025年童鞋市场规模预测312
 - 三、2019-2025年童鞋行业总产值预测313
 - 四、2019-2025年童鞋行业销售收入预测313
 - 第二节 2019-2025年中国童鞋行业供需预测313
 - 一、2019-2025年中国童鞋供给预测313
 - 二、2019-2025年中国童鞋产量预测313
 - 三、2019-2025年中国童鞋需求预测314
 - 四、2019-2025年中国童鞋供需平衡预测314
- 第十六章 童鞋行业投资机会与风险分析315
 - 第一节 童鞋行业投资机会分析315
 - 一、童鞋投资项目分析315
 - 二、可以投资的童鞋模式316
 - 三、2018年童鞋投资机会316
 - 四、2018年童鞋投资新方向318
 - 五、2019-2025年童鞋行业投资的建议318
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析320
 - 第二节 影响童鞋行业发展的主要因素323
 - 一、2019-2025年影响童鞋行业运行的有利因素分析323
 - 二、2019-2025年影响童鞋行业运行的稳定因素分析324
 - 三、2019-2025年影响童鞋行业运行的不利因素分析325
 - 四、2019-2025年我国童鞋行业发展面临的挑战分析329
 - 五、2019-2025年我国童鞋行业发展面临的机遇分析331
 - 第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析335
 - 一、2019-2025年童鞋行业市场风险及控制策略335
 - 二、2019-2025年童鞋行业政策风险及控制策略336

三、2019-2025年童鞋行业经营风险及控制策略337

四、2019-2025年童鞋行业技术风险及控制策略338

五、2019-2025年童鞋同业竞争风险及控制策略339

六、2019-2025年童鞋行业其他风险及控制策略340

第十七章 童鞋行业投资战略研究341（AK LT）

第一节 童鞋行业发展战略研究341

一、战略综合规划341

二、技术开发战略343

三、业务组合战略345

四、营销品牌战略347

五、竞争战略规划348

第二节 对我国童鞋品牌的战略思考350

一、企业品牌的重要性350

二、童鞋实施品牌战略的意义351

三、童鞋企业品牌的现状分析352

四、我国童鞋企业的品牌战略354

五、童鞋品牌战略管理的策略355

第三节 童鞋行业投资战略研究359

图表目录：

图表：2018年全国200家重点大型百货商童装销售统计115

图表：2017年童装前十位品牌市场占有率116

图表：2018年童装前十位品牌市场占有率117

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量全国合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量北京市合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量天津市合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量河北省合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计142

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量上海市合计143

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计143

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计143

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计143

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量福建省合计143

图表：2018年婴儿服装及衣着附件产量江西省合计143

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/382425.html>