

# 2017-2022年中国高端童装行业市场专项调研及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国高端童装行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/313676.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

报告目录：

- 第1章：中国高端童装行业发展综述 17
  - 1.1 高端童装行业定义及分类 17
    - 1.1.1 行业概念及定义 17
    - 1.1.2 主要产品大类 17
  - 1.2 高端童装行业统计标准 18
    - 1.2.1 统计部门和统计口径 18
    - 1.2.2 统计方法 18
    - 1.2.3 数据种类 18
  - 1.3 高端童装行业PEST模型 20
    - 1.3.1 行业政治法律环境分析（P） 20
      - （1）行业相关标准 20
        - 1）婴幼儿服装标准 20
        - 2）婴幼儿纺织品标准 21
        - 3）童装绳索和拉带安全要求 22
        - 4）儿童上衣拉带安全规格 23
        - 5）提高机械安全性的儿童服装设计和生产实施规范 23
        - 6）国家纺织商品基本安全技术规范 24
        - 7）婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范 24
      - （2）行业法律法规 28
        - 1）纺织服装出口退税调整 28
        - 2）增值税制度 29
        - 3）服装自主品牌建设 29
        - 4）童装安全法 32
      - （3）行业发展规划 33
        - 1）纺织工业调整和振兴规划 33
        - 2）纺织工业“十三五”科技进步纲要 34
    - 1.3.2 行业经济环境分析（E） 34
      - （1）国内经济增长 34
      - （2）居民收入水平 35
      - （3）城镇化水平 36
      - （4）消费者信心指数 37
    - 1.3.3 行业社会环境分析（S） 39

- (1) 居民消费结构 39
- (2) 居民消费观念 40
- (3) 奢侈品消费观念 41
- 1.3.4 行业信息技术环境分析 (T) 43
  - (1) 企业IT数据系统装备情况 43
    - 1) 中国服装企业中的MIS 43
    - 2) 中国服装企业中的CAD/CAM系统 44
    - 3) 中国服装企业中的ERP系统 44
  - (2) 行业信息技术使用现状分析 45
  - (3) 行业信息技术利用趋势分析 47
- 1.4 高端童装行业波特五力模型 49
  - 1.4.1 上游议价能力 49
  - 1.4.2 下游议价能力 50
  - 1.4.3 新进入者壁垒 50
  - 1.4.4 替代威胁 51
  - 1.4.5 行业内竞争 51
- 第2章：2012-2016年高端童装行业经济指标 52
  - 2.1 中国高端童装行业经济指标分析 52
    - 2.1.1 2012-2016年高端童装行业经营效益指标 52
      - (1) 综合经营效益指标 52
      - (2) 盈利能力指标 52
      - (3) 运营能力指标 53
      - (4) 偿债能力指标 53
      - (5) 发展能力指标 54
    - 2.1.2 2012-2016年高端童装行业经济指标 54
      - (1) 综合经济指标 54
      - (2) 不同规模企业经济指标 55
      - (3) 不同性质企业经济指标 61
      - (4) 不同地区企业经济指标 72
  - 2.2 中国高端童装行业供需平衡指标 82
    - 2.2.1 高端童装行业供给指标 82
      - (1) 2012-2016年高端童装行业供给指标 83
        - 1) 总产值 83
        - 2) 总产值前十地区 83
        - 3) 产成品 84

4) 产成品前十地区	85
2.2.2 高端童装行业需求指标	86
(1) 2012-2016年高端童装行业需求指标	86
1) 销售产值	86
2) 销售产值前十地区	87
3) 销售收入	88
4) 销售收入前十地区	89
2.2.3 2012-2016年高端童装行业产销率	90
2.3 2016年1-12月高端童装行业经营效益指标	91
2.3.1 产业规模分析	91
2.3.2 月资本/劳动密集度分析	91
2.3.3 高端童装行业产销分析	91
2.3.4 成本费用结构分析	92
2.3.5 高端童装行业盈亏分析	92
2.4 中国高端童装制造进出口市场分析	93
2.4.1 中国高端童装制造行业出口情况	93
(1) 2012-2016年行业出口市场分析	93
1) 行业出口整体情况	93
2) 行业出口产品结构特征分析	94
(2) 2016年1-9月行业出口市场分析	96
1) 行业出口整体情况	96
2) 行业出口产品结构特征分析	96
2.4.2 中国高端童装制造行业进口情况	98
(1) 2012-2016年行业进口市场分析	98
1) 行业进口整体情况	98
2) 行业进口产品结构特征分析	99
(2) 2016年1-9月行业进口市场分析	101
1) 行业进口整体状况	101
2) 行业进口产品结构特征分析	102
第3章：高端童装行业产业链直观	105
3.1 高端童装行业产业链直观	105
3.2 高端童装行业上游产业供应链解析	105
3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析	105
(1) 服装面料生产情况	105
(2) 服装面料需求情况	106

- (3) 服装面料投资情况 107
- (4) 服装面料开发趋势 107
- 3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势 108
  - (1) 拉链市场供给与价格走势 108
  - (2) 衬布市场供给与价格走势 111
  - (3) 纽扣市场供给与价格走势 112
- 3.2.3 缝纫机械产销与经营 113
  - (1) 缝纫机械市场产销情况 113
  - (2) 缝纫机械行业经营情况 114
- 3.3 高端童装行业下游产业流通链解析 117
  - 3.3.1 传统零售业发展现状与需求 117
    - (1) 传统零售业发展现状 117
    - 1) 零售行业发展概况 117
    - 2) 零售行业发展特征 117
    - 3) 零售行业经济运行 119
    - 4) 零售行业竞争情况 120
    - (2) 高端童装综合零售渠道需求 121
  - 3.3.2 电子商务发展现状与需求 122
    - (1) 电子商务行业发展现状 122
    - 1) 中国电子商务行业发展概况 122
    - 2) 中国电子商务网站规模 122
    - 3) 中国电子商务行业市场规模 123
    - 4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析 123
    - (2) 高端童装电子商务渠道需求 124
- 第4章：高端童装行业细分产品市场 126
  - 4.1 高端童装产品市场发展 126
    - 4.1.1 产品线延伸 126
      - (1) 产品年龄段拓展 126
      - (2) 产品性别市场拓展 126
    - 4.1.2 产品设计趋势 126
      - (1) 休闲装崛起 126
      - (2) 颜色、款式成人化 126
      - (3) 图案变小，流行装饰增多 127
      - (4) 健康环保概念流行 127
  - 4.2 不同年龄段产品市场分析 127

- 4.2.1 婴幼儿（0-3岁）装市场 127
  - （1）婴幼儿装市场需求 127
  - （2）婴幼儿装主要品牌及企业 128
  - （3）婴幼儿装购买决策与购买行为 128
  - （4）婴幼儿装营销特征与针对性 129
  - （5）婴幼儿装市场趋势与前景 129
- 4.2.2 小童（4-6岁）装市场 130
  - （1）小童装市场需求 130
  - （2）小童装主要品牌及企业 130
  - （3）小童装购买决策与购买行为 130
  - （4）小童装营销特征与针对性 131
  - （5）小童装市场趋势与前景 131
- 4.2.3 中童（7-12岁）装市场 131
  - （1）中童装市场需求 131
  - （2）中童装主要品牌及企业 131
  - （3）中童装购买决策与购买行为 131
  - （4）中童装营销特征与针对性 132
  - （5）中童装市场趋势与前景 132
- 4.2.4 大童（13-16岁）装市场 132
  - （1）大童装市场需求 132
  - （2）大童装主要品牌及企业 132
  - （3）大童装购买决策与购买行为 133
  - （4）大童装营销特征与针对性 133
  - （5）大童装市场趋势与前景 133
- 4.3 高端童装产业链延伸 133
  - 4.3.1 延伸至鞋类市场 133
  - 4.3.2 延伸至文具市场 134
  - 4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场 134
- 第5章：高端童装行业发展与竞合关系 135
  - 5.1 国际高端童装市场竞合关系 135
    - 5.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展 135
      - （1）美国 135
      - （2）俄罗斯 135
      - （3）英国 136
      - （4）日本 136

- (5) 其它国家及地区 137
- 5.1.2 国际高端童装市场竞合关系 138
- 5.1.3 国际童装品牌调研及在华投资 138
  - (1) 耐克 (nike) 138
    - 1) 品牌历史与地位 138
    - 2) 产品特征与定位 139
    - 3) 企业营销策略分析 139
  - (2) 阿迪达斯 (adidas) 141
    - 1) 品牌历史与地位 141
    - 2) 产品特征与定位 142
    - 3) 企业营销策略分析 142
  - (3) 古驰 (GUCCI) 143
    - 1) 品牌历史与地位 143
    - 2) 产品特征与定位 144
    - 3) 企业营销策略分析 144
  - (4) 阿卡邦 (agabang) 145
    - 1) 品牌历史与地位 145
    - 2) 产品特征与定位 145
    - 3) 企业营销策略分析 145
  - (5) 史努比 146
    - 1) 品牌历史与地位 146
    - 2) 产品特征与定位 146
    - 3) 企业营销策略分析 146
  - (6) 樱桃小丸子 147
    - 1) 品牌历史与地位 147
    - 2) 产品特征与定位 147
    - 3) 企业营销策略分析 147
- 5.2 国内高端童装市场竞合关系 147
- 5.2.1 高端童装市场规模 147
- 5.2.2 高端童装行业集中度 148
  - (1) 销售集中度 148
  - (2) 资产集中度 150
  - (3) 利润集中度 151
  - (4) 不同经济类型企业集中度 152
    - 1) 不同经济类型企业特征 152



- 2) 不同经济类型企业集中度 154
- 5.2.3 高端童装竞争格局 156
  - (1) 中外品牌竞争格局 156
  - (2) 国内品牌竞争力 157
- 5.2.4 国内童装品牌调研 157
  - (1) 巴拉巴拉 157
    - 1) 产品特征及定位 157
    - 2) 营销模式及动向 157
    - 3) 品牌门店数量及分布 158
      - (2) 派克兰帝 158
        - 1) 产品特征及定位 158
        - 2) 营销模式及动向 159
        - 3) 品牌门店数量及分布 159
          - (3) 小猪班纳 160
            - 1) 产品特征及定位 160
            - 2) 营销模式及动向 160
            - 3) 品牌门店数量及分布 161
              - (4) 巴布豆 161
                - 1) 产品特征及定位 161
                - 2) 营销模式及动向 162
                - 3) 品牌门店数量及分布 162
                  - (5) 安奈尔 163
                    - 1) 产品特征及定位 163
                    - 2) 营销模式及动向 163
                    - 3) 品牌门店数量及分布 163
                      - (6) 米奇 163
                        - 1) 产品特征及定位 164
                        - 2) 营销模式及动向 164
                        - 3) 品牌门店数量及分布 164
  - 5.3 高端童装企业资本整合与并购 165
    - 5.3.1 行业结构的演进和增长点 165
    - 5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合 165
    - 5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合 165
    - 5.3.4 高端童装企业投资兼并与重组整合案例 166
  - 第6章：高端童装行业重点区域市场 167

- 6.1 行业总体区域结构特征 167
  - 6.1.1 区域结构总体特征 167
  - 6.1.2 区域集中度 170
- 6.2 行业重点区域产销情况 172
  - 6.2.1 华北地区高端童装产销情况 172
    - (1) 北京市高端童装产销情况 172
    - (2) 天津市高端童装产销情况 174
    - (3) 河北省高端童装产销情况 176
    - (4) 山西省高端童装产销情况 178
    - (5) 内蒙古高端童装产销情况 180
  - 6.2.2 华南地区高端童装产销情况 182
    - (1) 广东省高端童装产销情况 182
    - (2) 广西高端童装产销情况 184
  - 6.2.3 华东地区高端童装产销情况 186
    - (1) 上海市高端童装产销情况 186
    - (2) 江苏省高端童装产销情况 188
    - (3) 浙江省高端童装产销情况 191
    - (4) 山东省高端童装产销情况 193
    - (5) 福建省高端童装产销情况 195
    - (6) 安徽省高端童装产销情况 197
    - (7) 江西省高端童装产销情况 199
  - 6.2.4 华中地区高端童装产销情况 201
    - (1) 湖北省高端童装产销情况 201
    - (2) 湖南省高端童装产销情况 203
    - (3) 河南省高端童装产销情况 205
  - 6.2.5 西南地区高端童装产销情况 207
    - (1) 重庆市高端童装产销情况 207
    - (2) 四川省高端童装产销情况 209
    - (3) 贵州省高端童装产销情况 211
    - (4) 云南省高端童装产销情况 213
  - 6.2.6 东北地区高端童装产销情况 215
    - (1) 吉林省高端童装产销情况 215
    - (2) 辽宁省高端童装产销情况 217
    - (3) 黑龙江省高端童装产销情况 219
  - 6.2.7 西北地区高端童装产销情况 221

- (1) 陕西省高端童装产销情况 221
- (2) 甘肃省高端童装产销情况 223
- (3) 青海省高端童装产销情况 224
- (4) 宁夏高端童装产销情况 225
- (5) 新疆高端童装产销情况 226
- 第7章：高端童装行业消费需求调研 229
  - 7.1 高端童装需求背景 229
    - 7.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利 229
      - (1) 我国人口结构变化特征 229
      - (2) 人口结构变迁与消费品成长性影响 230
      - (3) 中国儿童消费群体成长情况 230
    - 7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析 232
      - (1) 家庭消费生命周期界定 232
      - (2) 不同家庭消费生命周期的消费特征 233
  - 7.2 儿童消费决策市场 235
    - 7.2.1 童装消费决策调研 235
    - 7.2.2 儿童消费决策情况调研 236
      - (1) 儿童人均消费额 236
      - (2) 儿童购物自主意识与品牌认知 236
    - 1) 儿童自主消费意识提高及影响 236
    - 2) 儿童自主意识与行为案例 237
      - (3) 儿童高消费影响因素 237
  - 7.3 高端童装需求空间分析 238
    - 7.3.1 城市儿童消费规模 238
    - 7.3.2 城市儿童消费结构 238
    - 7.3.3 高端童装需求空间分析 238
  - 7.4 高端童装消费需求调研 239
    - 7.4.1 童装消费层次 239
    - 7.4.2 童装消费价格承受能力 240
    - 7.4.3 童装消费质量要求 240
    - 7.4.4 童装消费场所选择 241
    - 7.4.5 高端童装消费品牌忠诚度 242
- 第8章：高端童装销售渠道与发展策略 244
  - 8.1 高端童装销售渠道 244
    - 8.1.1 高端童装销售渠道发展 244

- 8.1.2 国外高端童装进入渠道 244
  - (1) 直营 244
  - (2) 代理分销 245
  - (3) 品牌托管 245
- 8.1.3 国内高端童装销售渠道 245
  - (1) 百货商场 245
  - (2) 品牌专卖店 246
  - (3) 专营店 246
  - (4) 仓储超市 247
  - (5) 电子商务 247
- 8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势 247
- 8.2 高端童装营销策略及形式 248
  - 8.2.1 高端童装营销策略 248
    - (1) 产品策略 248
    - (2) 价格策略 249
    - (3) 渠道策略 249
    - (4) 促销策略 250
  - 8.2.2 高端童装营销策略形式 250
    - (1) 形象营销策略 250
    - (2) 概念营销策略 250
    - (3) 品牌营销策略 251
    - (4) 文化营销策略 251
    - (5) 情感营销策略 252
- 第9章：高端童装行业主要企业运营指标 253
  - 9.1 高端童装企业发展总体状况分析 253
    - 9.1.1 高端童装行业企业规模 253
    - 9.1.2 高端童装行业工业产值状况 253
    - 9.1.3 高端童装行业销售收入和利润 254
    - 9.1.4 主要高端童装企业创新能力分析 255
  - 9.2 高端童装行业领先企业个案分析 255
    - 9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析 255
      - (1) 企业发展简况分析 255
      - (2) 企业产销能力分析 256
      - (3) 企业盈利能力分析 256
      - (4) 企业运营能力分析 257

- (5) 企业偿债能力分析 257
- (6) 企业发展能力分析 258
- (7) 企业产品结构及新产品动向 258
- (8) 企业销售渠道与网络 260
- (9) 企业经营状况优劣势分析 260
- (10) 企业最新发展动向分析 260
- 9.2.2 温州市森马童装有限公司经营情况分析 261
  - (1) 企业发展简况分析 261
  - (2) 企业产销能力分析 261
  - (3) 企业盈利能力分析 262
  - (4) 企业运营能力分析 262
  - (5) 企业偿债能力分析 263
  - (6) 企业发展能力分析 263
  - (7) 企业组织架构分析 264
  - (8) 企业产品结构及新产品动向 264
  - (9) 企业销售渠道与网络 264
  - (10) 企业经营状况优劣势分析 264
  - (11) 企业最新发展动向分析 265
- 9.2.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析 265
  - (1) 企业发展简况分析 265
  - (2) 企业产销能力分析 265
  - (3) 企业盈利能力分析 266
  - (4) 企业运营能力分析 267
  - (5) 企业偿债能力分析 267
  - (6) 企业发展能力分析 268
  - (7) 企业组织架构分析 268
  - (8) 企业产品结构及新产品动向 269
  - (9) 企业销售渠道与网络 269
  - (10) 企业经营状况优劣势分析 269
  - (11) 企业最新发展动向分析 270
- 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析 270
  - (1) 企业发展简况分析 270
  - (2) 企业产销能力分析 270
  - (3) 企业盈利能力分析 271
  - (4) 企业运营能力分析 271

- (5) 企业偿债能力分析 272
- (6) 企业发展能力分析 272
- (7) 企业产品结构及新产品动向 273
- (8) 企业销售渠道与网络 273
- (9) 企业经营状况优劣势分析 273
- (10) 企业最新发展动向分析 273
- 9.2.5 广州中威日用品企业有限公司经营情况分析 274
  - (1) 企业发展简况分析 274
  - (2) 企业产销能力分析 274
  - (3) 企业盈利能力分析 275
  - (4) 企业运营能力分析 275
  - (5) 企业偿债能力分析 276
  - (6) 企业发展能力分析 276
  - (7) 企业产品结构及新产品动向 277
  - (8) 企业销售渠道与网络 277
  - (9) 企业经营状况优劣势分析 278
  - (10) 企业最新发展动向分析 278
- 第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测 368(AK WZY)
  - 10.1 高端童装市场趋势与前景 368
    - 10.1.1 市场发展趋势 368
    - 10.1.2 市场前景预测 368
  - 10.2 高端童装行业投资特性 369
    - 10.2.1 进入壁垒 369
    - 10.2.2 盈利模式 369
    - 10.2.3 盈利因素 369
  - 10.3 高端童装行业投资风险 371
    - 10.3.1 政策风险 371
    - 10.3.2 技术风险 371
    - 10.3.3 供求风险 371
    - 10.3.4 宏观经济波动风险 371
    - 10.3.5 关联产业风险 372
    - 10.3.6 生产规模及所有制风险 372
  - 10.4 高端童装行业投资建议 373
    - 10.4.1 行业投资现状 373
    - 10.4.2 主要投资建议 373

部分图表目录：

- 图表1：2012-2016年高端童装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 2
- 图表2：婴幼儿及儿童纺织所用织物技术安全要求 25
- 图表3：婴幼儿及儿童纺织所用填充物技术安全要求 26
- 图表4：2012年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%） 29
- 图表5：2012-2016年下半年我国GDP分季度增长情况（单位：%） 35
- 图表6：2012-2016年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%） 36
- 图表7：2012-2016年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%） 36
- 图表8：2011-2016年我国城镇化水平（单位：万人，%） 37
- 图表9：2016年5月-2016年9月消费者信心指数、预期指数和满意指数走势 38
- 图表10：奢侈品消费动机结构 42
- 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：%） 42
- 图表12：中国奢侈品消费者购买动机 43
- 图表13：美特斯?邦威供应链资源整合系统架构图 46
- 图表14：2012-2016年高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 52
- 图表15：2012-2016年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%） 53
- 图表16：2012-2016年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次） 53
- 图表17：2012-2016年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：% ，倍） 53
- 图表18：2012-2016年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%） 54
- 图表19：2012-2016年高端童装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 54
- 图表20：2012-2016年中国大型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 56
- 图表21：2012-2016年中国中型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 57
- 图表22：2012-2016年中国小型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 58
- 图表23：2012-2016年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 60
- 图表24：2012-2016年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 60
- 图表25：2012-2016年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 61
- 图表26：2012-2016年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 61
- 图表27：2012-2016年国有高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 62
- 图表28：2012-2016年集体高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 63
- 图表29：2012-2016年股份合作高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

%) 64

图表30：2012-2016年股份制高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 65

图表31：2012-2016年私营高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 66

图表32：2012-2016年外商和港澳台投资高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 68

图表33：2012-2016年其他性质高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 69

图表34：2012-2016年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 70

图表35：2012-2016年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 71

图表36：2012-2016年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 71

图表37：2012-2016年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 72

图表38：2012-2016年居前的10个省份销售收入统计表（单位：万元，%） 72

图表39：2012-2016年居前的10个省份销售收入比重图（单位：%） 73

图表40：2012-2016年居前的10个省份资产总额统计表（单位：万元，%） 74

图表41：2012-2016年居前的10个省份资产总额比重图（单位：%） 75

图表42：2012-2016年居前的10个省份负债统计表（单位：万元，%） 75

图表43：2012-2016年居前的10个省份负债比重图（单位：%） 76

图表44：2012-2016年居前的10个省份利润总额统计表（单位：万元，%） 77

图表45：2012-2016年居前的10个省份利润总额比重图（单位：%） 78

图表46：2012-2016年居前的10个省份产成品统计表（单位：万元，%） 78

图表47：2012-2016年居前的10个省份产成品比重图（单位：%） 79

图表48：2012-2016年居前的10个省份单位数及亏损单位数统计表（单位：个） 80

图表49：2012-2016年居前的10个省份企业单位数比重图（单位：%） 81

图表50：2012-2016年居前的10个亏损省份亏损单位亏损总额统计表（单位：万元，%） 81

图表51：2012-2016年居前的10个亏损省份亏损总额比重图（单位：%） 82

图表52：2012-2016年高端童装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 83

图表53：2012-2016年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 83

图表54：2016年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 84

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/313676.html>