

2018-2024年中国高端童装未来趋势预测分析及投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国高端童装未来趋势预测分析及投资规划研究建议报告》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/327722.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

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，这是每位家长都很关注的一点。

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装市场根据年龄段细分为婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等；根据童装的价格、材质、功能、质量及设计细分为高端童装市场、中高端童装市场及低端童装市场。

随着中国经济增长速度放缓及增长方式调整，中国童装行业发展环境也快速变化。伴随着人民收入的增长，中国童装消费保持持续增长，正在成为全球最大、增长最快的童装消费市场。但童装行业的优胜劣汰现象进一步显现，大众化业务集中化，中高端业务细分化更加明显；消费升级和消费细分的特征更加突出，消费需求的变化更加明显。童装行业各细分市场洗牌加剧，童装行业已经从机会导向变成现在的能力导向，从渠道驱动变成产品驱动，从追求速度变成追求质量。

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2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3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4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5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) 企业经营状况分析

- (3) 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 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) 企业经营状况分析
 - (3) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.10 博士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) 企业经营状况分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

第6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1：2015-2017年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表2：2015-2017年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）

图表3：2015-2017年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）

图表4：2015-2017年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表5：2015-2017年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%）

图表6：2015-2017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7：2017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8：2017年中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位：%）

图表9：2015-2017年中国高端童装行业产成品及同比增速（单位：万元，%）

图表10：2017年中国高端童装行业产成品前十名省市（单位：万元，%）

图表11：2017年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%）

图表12：2015-2017年中国高端童装行业工业销售产值及同比增速（单位：万元，%）

图表13：2017年中国高端童装行业工业销售产值前十的省市（单位：万元，%）

图表14：2017年中国高端童装行业工业各地区销售产值占比（单位：%）

图表15：2015-2017年中国高端童装行业销售收入及同比增速（单位：万元，%）

图表16：2017年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%）

图表17：2017年中国高端童装行业各地区销售收入占比（单位：%）

图表18：2015-2017年中国高端童装行业产销率变化（单位：%）

图表19：2015-2017年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）

图表20：2017年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/327722.html>