

2020-2025年中国童装行业市场运营现状及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国童装行业市场运营现状及行业发展趋势报告》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/channel/clothing/625004.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

婴童服装产业是21世纪的朝阳产业，童装市场每年需求在8~10亿件，年增长率达9%左右，童装企业迎来了新一轮的发展机遇。未来的童装市场，在需求扩展的情形下竞争也日益激烈，竞争的压力加速了市场的深度细分。因此，童装企业必须创新思维、深挖内功，大力实施品牌战略，注重产品品位的提升和品牌整体形象的提高。

在国内二孩政策实施背景下，国内二胎生育率显著提升，且80后、90后父母优生优育观念更强，中国儿童人均童装消费水平持续提升，行业增长潜力较大。据统计，2019年中国0-14岁人口为23493万人。

2010-2019年中国0-14岁人口统计

近年来中国儿童人均童装消费额逐年增长，2019年中国儿童人均童装消费额达到1018元，同比增长14.5%。

2010-2019年中国儿童人均童装消费额

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：

第一章 童装行业特征及产业链分析

1.1 基本概述

1.1.1 定义及分类

1.1.2 行业生命周期

1.2 行业主要特征

1.2.1 品牌效应

1.2.2 相关产业多

1.2.3 属于劳动密集型产业

1.2.4 流行周期短、季节性强、变化快

1.2.5 产品开发和展示具有时效性

1.2.6 市场具有被动消费和诱导消费的两重性

1.3 行业产业链分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 与上游行业的关联性及其影响

1.3.3 与下游行业的关联性及其影响

第二章 2015-2019年国际童装市场调研

2.1全球童装市场发展情况分析

2.1.1全球童装市场人均消费对比

2.1.2美国童装市场发展分析

2.2发达国家童装市场发展经验借鉴

第三章 2015-2019年中国童装产业发展环境分析

3.1经济环境分析

3.1.1全球经济发展形势

3.1.2中国宏观经济发展现状调研

3.1.3中国宏观经济发展趋势预测分析

3.2社会环境分析

3.2.1人口环境分析

3.2.2收入及消费水平

3.2.3城镇化状况分析

3.3政策环境分析

3.3.1行业监管体系

3.3.2主要法律法规

3.3.3主要产业政策

3.3.4行业标准情况分析

第四章 2015-2019年中国童装行业深度分析

4.12015-2019年中国童装行业发展综述

4.1.1行业发展现状调研

4.1.2产业发展特征

4.1.3产业结构情况分析

4.1.4区域发展格局

4.2中国童装产业供需规模分析

童装行业市场规模近年来持续快速提升，“二孩政策”+“优生优育”带动下未来发展潜力十足。据统计，2019年童装行业市场规模已达到2391.5亿元，同比增加14.4%，增长迅猛。

2010-2019年中国童装行业市场规模及增长

4.3中国童装行业的绿色环保探析

4.3.1环保童装的介绍

4.3.2绿色童装的生产过程

4.3.3绿色童装的重要性

4.3.4绿色环保发展的建议

第五章 2015-2019年中国童装市场消费需求分析

5.1 市场需求特征

5.1.1 市场需求规模

5.1.2 市场需求特点

5.1.3 市场需求趋向

5.2 外销需求分析

5.2.1 出口市场规模

5.2.2 重点区域的出口

5.2.3 出口风险简析

5.2.4 出口面临的问题及对策

5.3 市场消费行为分析

5.3.1 市场消费观念

5.3.2 市场消费特征

5.3.3 影响消费的因素

5.3.4 市场消费频次

5.3.5 消费产品关注度

5.4 销售价格行情分析

5.4.1 市场价格现状分析

5.4.2 国内价格居高原因

第六章 2015-2019年中国童装行业细分市场发展分析

6.1 中国小、大童装市场发展分析

6.1.1 市场需求分析

6.1.2 市场特征分析

6.2 中国高端童装市场发展分析

6.2.1 高端童装行业发展情况分析

6.2.2 高端童装品牌情况分析

6.3 中国童装线上市场发展分析

6.3.1 市场发展优势

6.3.2 线上市场消费者特征

6.3.3 童装电商平台销售数据

6.3.4 企业抢占线上市场的对策

第七章 2015-2019年中国童装产业集群的发展

7.1 2015-2019年中国童装产业集群的概况

7.1.1 产业集群发展情况分析

7.1.2 产业集群发展对策

7.2浙江织里童装产业发展分析

7.2.1产业发展概况

7.2.2产业集群的优势

7.2.3产业转型升级情况分析

7.2.4产业集群主要对策

7.2.5产业发展目标

7.3广东佛山童装产业发展分析

7.3.1产业发展概况

7.3.2产业的SWOT分析

7.3.3产业集群发展措施

第八章 2015-2019年中国童装市场区域格局分析

8.1北京童装市场发展分析

8.1.1市场销售环境

8.1.2市场销售规模

8.1.3市场发展动态

8.2上海童装市场发展分析

8.2.1市场销售环境

8.2.2市场销售规模

8.2.3市场发展动态

8.3杭州童装市场发展分析

8.3.1市场销售环境

8.3.2市场销售规模

8.3.3市场发展动态

第九章 2015-2019年中国童装品牌定位及战略分析

9.12015-2019年中国童装品牌的发展

9.1.1品牌发展状况分析

9.1.2品牌发展形势分析

9.1.3品牌市场占有率情况分析

9.22015-2019年童装品牌细分市场的定位

9.2.1以年龄层定位细分市场

9.2.2以个性定位细分市场

9.2.3以功能定位细分市场

9.32015-2019年中国童装品牌发展对策

9.3.1品牌运营战略模式

9.3.2品牌的细分策略

9.3.3品牌提升策略

9.4童装企业品牌化打造案例分析

9.4.1找准定位

9.4.2加强传统渠道开拓电商

9.4.3传播策略向数字媒体倾斜

9.4.4做好深度数据挖掘

第十章 中国童装市场竞争状况分析

10.1中国童装市场竞争概况

10.1.1市场竞争格局分析

10.1.2市场竞争热点

10.2主要竞争主体分析

10.2.1国外儿童鞋服名牌

10.2.2国内成人鞋服品牌

10.2.3其他行业知名企业

10.2.4专职儿童鞋服厂商

第十一章 中国童装市场核心竞争要素分析

11.1优质童装品牌发展方向

11.2核心竞争要素之一：品质至上

11.3核心竞争要素之二：高效运营

第十二章 中国童装行业技术特征与经营特征分析

12.1中国童装行业商业模式分析

12.2中国童装行业销售模式分析

12.2.1直营模式分析

12.2.2加盟模式分析

12.2.3渠道模式分析

12.3中国童装行业技术水平及技术特点

12.3.1产品设计研发分析

12.3.2供应链管理分析

12.3.3销售渠道管理分析

第十三章 2015-2019年童装行业领先品牌经营分析

13.1Carter's

13.1.1企业发展分析

13.1.2成功经验借鉴

13.2ZARA

13.2.1企业发展分析

13.2.2成功经验借鉴

13.3起步股份

13.3.1企业发展概况

13.3.2经营状况分析

13.3.3品牌策略分析

13.3.4成功经验借鉴

13.3.5企业战略动态

13.4森马服饰

13.4.1企业发展概况

13.4.2经营状况分析

13.4.3品牌策略分析

13.4.4成功经验借鉴

13.4.5企业战略动态

13.5安奈儿

13.5.1企业发展概况

13.5.2经营状况分析

13.5.3品牌策略分析

13.5.4成功经验借鉴

13.5.5企业战略动态

13.6金发拉比

13.6.1企业发展概况

13.6.2经营状况分析

13.6.3品牌策略分析

13.6.4成功经验借鉴

13.6.5企业战略动态

第十四章 中国童装行业问题分析及企业投资前景探索

14.1中国童装产业发展存在的问题

14.1.1市场自身问题

14.1.2行业质量问题

14.1.3产品设计问题

14.1.4产品价格问题

14.1.5市场经营问题

14.2中国童装企业长远投资前景预测

14.2.1要加强设计和研发

14.2.2严把“三关”打造百年品牌

14.2.3重点关注标准变化以规避贸易壁垒

14.3中国童装企业市场开拓策略分析

14.3.1品牌个性需鲜明、独特性

14.3.2产品组合：独特、系列化

14.3.3传播对象：兼顾、倾向性

14.3.4传播组合：同步、低成本

14.3.5渠道---：创新、系统性

14.4中国童装从批发向品牌转型的建议

14.4.1树立足够的魄力和决心

14.4.2规划科学的产品结构

14.4.3制定规范的价格体系

14.4.4构筑健康的渠道网络

14.4.5打造完整的品牌体系

14.4.6提升企业管理体系

14.5中国童装市场低成本传播战略

14.5.1产品传播战略

14.5.2口碑传播战略

14.5.3公关传播

14.5.4事件传播战略

14.5.5分众传播战略

14.5.6新媒体传播

第十五章 中国童装市场投资机会分析

15.1行业投资特性

15.1.1周期性

15.1.2区域性

15.1.3季节性

15.2市场投资机会

15.2.1童装市场容量在经济社会发展中不断扩大

15.2.2人口政策的调整有利于扩大童装市场容量

15.2.3品牌消费观念增强有利于提高童装市场集中度

15.2.4消费升级下的新消费群体有利于童装市场的稳定增长

15.2.5童装中高端品牌市场空间大

15.2.6童装线上线下融合是大趋势预测分析

第十六章 中国童装市场投资前景及建议

16.1童装行业进入壁垒

16.1.1品质要求壁垒

16.1.2设计研发壁垒

16.1.3品牌建设壁垒

16.1.4渠道资源壁垒

16.2童装行业投资前景

16.2.1行业规范标准调整的风险

16.2.2产品质量的风险

16.2.3市场竞争风险

16.2.4受电商业冲击及电商业务运营的风险

16.3童装市场投资建议

16.3.1行业投资模式建议

16.3.2行业投资方式建议

第十七章 中国童装行业的趋势预测及趋势分析

17.1中国服装行业的趋势预测分析

17.1.1服装业复苏确立「AKLX」

17.1.2服装专卖店量、质齐升

17.1.3集中度进入加速提升阶段

17.2中国童装业的运行趋势预测分析

17.2.1消费趋势预测分析

17.2.2生产趋势预测分析

17.2.3品牌趋势预测分析

17.3.4营销趋势预测分析

图表目录：

图表1：2019年各国童装人均消费（美元）

图表2：美国童装行业品牌市场份额分布

图表3：美国童装市场规模及增速

图表4：2015-2019年美国童装年均复合增速

图表5：Gymboree海外业务收入及同比增速

图表6：美国童装行业发展历史

图表7：日本童装行业发展历史（增长指数为右轴）

图表8：各主要国家童装业务市占率排名前四的公司/集团

图表9：各主要国家童装市占率前四详细信息梳理

图表10：国内生产总值情况 亿元

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/625004.html>