

2017-2022年中国童装行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国童装行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/295538.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。

与男装、女装等服装品类相比，我国童装行业起步较晚。随着我国家庭对童装消费习惯的改变，国内专业童装企业普遍于上世纪90年代中期以后开始发展。从产业生命周期的角度来看，我国童装行业尚处于成长期阶段，具有市场需求增长迅速、成长空间加大的特点。近些年来，我国的童装消费规模不断扩大，且保持着较高的增长率。根据Euromonitor的数据显示，2015年我国童装市场规模达到1372亿元，增长率达到8%。

2011-2015年中国童装销售规模统计

而童装市场容量在此期间的复合年增长率为9.2%，近年来国家不断出台多种鼓励政策和措施以刺激国民消费，未来几年我国童装市场将继续保持稳定增长。同时，国家于2015年10月决定放开二胎政策，长期利好我国童装市场，2020年我国童装市场的零售额将达到2098亿元。

2016-2020年中国童装销售规模预测

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：

第一章国际童装市场 14

1.1美国 14

1.1.1 美国服装消费市场童装最出色 14

1.1.2 美国童装市场回顾 15

1.1.3 美国名贵童装市场受宠 16

1.1.4 2016年美国童装安全新标准开始生效 17

1.2 俄罗斯 18

1.2.1 俄罗斯童装市场的发展回顾 18

- 1.2.2 俄罗斯父母购买童装心理特点 18
- 1.2.3 俄罗斯童装的市场价格浅析 19
- 1.2.4 俄罗斯高档童装市场需求较旺 20
- 1.2.5俄罗斯销毁大量中国童装童鞋 20
- 1.3 英国 20
 - 1.3.1 英国童装市场发展势头强劲 20
 - 1.3.2英国童装款式多变渐趋时尚 21
 - 1.3.3 英国服装零售商争夺童装市场 23
 - 1.3.4 2016年英国儿童睡衣安全新标准生效 23
- 1.4 日本 24
 - 1.4.1 日本童装市场的回顾 24
 - 1.4.2 日本高档童装市场受宠 25
 - 1.4.32016年日本童装零售情况 25
- 1.5韩国 26
 - 1.5.1韩国童装业的发展历程 26
 - 1.5.2韩国童装市场销售规模持续增长 27
 - 1.5.3 韩国童装业成本降低措施的探讨 27
- 1.6 其它国家及地区 28
 - 1.6.1 2016年意大利主要童装企业销售情况 28
 - 1.6.2 印度品牌童装市场迅速起步 29
 - 1.6.3 台湾婴童服饰产业发展分析 29
 - 1.6.4阿根廷欲对中国童装产品设限制 33

第二章 2015-2016年中国童装行业的发展分析 35

- 2.1 童装的相关概述 35
 - 2.1.1 童装的概述 35
 - 2.1.2 童装产品的分类 35
 - 2.1.3 童装产业的特征 36
- 2.2 中国童装行业的发展现状 38
 - 2.2.1中国童装行业发展的现状 38
 - 2.2.2 童装发展成为服装业新的增长点 39
 - 2.2.3 国内童装产业优化布局已现雏形 40
 - 2.2.4 2016年中国童装产业的运行特点 42
 - 2.2.5 中国童装产业各区域的发展分析 43
- 2.3 童装产业绿色环保的发展 43

- 2.3.1 绿色环保童装的介绍 43
- 2.3.2 绿色童装的四大功能 44
- 2.3.3 童装企业应尽力打造绿色环保童装 44
- 2.3.4 健康童装的面料要提高科技含量 45
- 2.4 童装产业发展存在的问题及对策 46
- 2.4.1 制约中国童装产业发展的因素 46
- 2.4.2 样式无差异制约童装行业发展 47
- 2.4.3 童装产业基地发展存在的问题 48
- 2.4.4 童装产业应实施ISO9000国际标准 50

第三章 2015-2016年中国童装市场分析 56

- 3.1 中国童装市场发展概况 56
 - 3.1.1 中国童装市场的发展回顾 56
 - 3.1.2 2016年中国童装市场发展特征 58
 - 3.1.3 2016年中国童装市场步入调整周期 60
 - 3.1.4 2016年童装二级市场品牌倍受关注 60
 - 3.1.5 2016年童装市场整体发展将趋缓 61
- 3.2 2015-2016年中国童装市场产量分析 62
 - 3.2.1 2015-2016年中国童装产量总体情况 62
 - 3.2.2 2015-2016年中国童装区域产量分析 64
 - 3.2.3 2015-2016年中国主要省市童装产量情况 66
- 3.3 2015-2016年中国童装市场需求分析 91
 - 3.3.1 中国童装市场需求规模分析 91
 - 3.3.2 中国各类童装市场需求概况 93
 - 3.3.3 2015-2016年中国童装市场需求分析 95
 - 3.3.4 女童装市场需求比男童市场大 97
 - 3.3.5 中国童装市场的需求趋向 98
- 2007-2016年中国0-3岁城镇 婴儿人口
- 3.3.6 中国童装市场需求的趋势 102
- 3.4 中国童装市场消费分析 102
 - 3.4.1 中国童装消费主要特征 102
 - 3.4.2 中国童装市场消费层次 105
 - 3.4.3 中国童装消费观念的变化 106
 - 3.4.4 中国童装消费呈现六大趋势 107

3.4.5 童装个性化消费来临及应对策略 108

3.5 中国童装市场价格分析 110

3.5.1 影响儿童服装价格的因素 110

3.5.2 中国童装价格居高原因分析 112

3.5.3 2016年中国童装市场价格分析 113

3.6 中国童装市场存在的问题 114

3.6.1 童装市场发展面临的主要难题 114

3.6.2 中国童装市场发展需突破的瓶颈 115

3.6.3 制约中国童装市场发展的因素 116

3.6.4 中国童装市场不景气的内外因 118

3.7 中国童装市场的发展对策 119

3.7.1 童装成功开创蓝海大市场的策略 119

3.7.2 金融危机下童装企业的发展策略 122

3.7.3 中国童装企业的低成本传播战略 123

3.7.4 童装企业从批发向品牌转型建议 125

第四章中国童装产业集群的发展 130

4.1 中国童装产业集群的概况 130

4.1.1 中国三大童装产业集群强势发展 130

4.1.2 中国童装产业集群的发展及共同特点 131

4.1.3 中国童装产业集群的发展对策 132

4.2 浙江织里 133

4.2.1 浙江织里镇社会经济及童装产业的回顾 133

4.2.2 织里童装产业集群发展的作用 137

4.2.3 织里童装市场的整体发展概况 138

4.2.4 织里童装产业集群的优势 141

4.2.5 金融危机下浙江织里镇童装产业逆势飞扬 146

4.2.6 浙江织里兴建中国童装城 148

4.2.7 织里童装产业集群发展旺盛 149

4.3 广东佛山 151

4.3.1 佛山环市童装产业各功能区简介 151

4.3.2 佛山环市镇童装产业的回顾 153

4.3.3 佛山童装产业的发展概况 156

4.3.4 佛山童装产业品牌发展阶段 157

4.3.5 佛山童装产业的SWOT分析 158

4.3.6佛山童装产业的发展战略 161

4.4福建石狮凤里 164

4.4.1凤里童装基地介绍 164

4.4.2童装和面料是凤里的双轨产业 165

4.4.3福建凤里童装基地规模效益凸出 167

4.4.4福建凤里竭力打造“中国童装名镇” 168

4.4.5石狮童装品牌升级 169

4.4.6石狮童装业应对外贸壁垒 169

第五章2015-2016年中国童装区域市场分析 171

5.1北京 171

5.1.12016年北京亿元商场童装销售市场总体回顾 171

5.1.22016年上半年北京亿元商场童装市场销售数据分析 173

5.1.32016年春节北京童装市场大童装销售火爆 176

5.1.42016年北京童装童鞋抽检情况 177

5.2上海 177

5.2.1上海市童装市场的定位分析 177

5.2.2上海童装质量安全性指数有保障 178

5.2.32016年上海童装市场发展综述 179

5.2.42016年法国顶级童装品牌进驻上海 180

5.2.52016年上海童装缩减广告预算 180

5.3深圳 182

5.3.1深圳童装市场总体概述 182

5.3.2深圳童装市场发展回顾 184

5.3.3深圳童装着力打造领先品牌 186

5.4杭州 188

5.4.1杭州已成为童装品牌必争之地 188

5.4.2杭州童装市场洋品牌占据半壁江山 188

5.4.3杭州街头童装受欢迎 189

5.4.42016年T100低调抢滩杭州童装市场 191

5.4.52016年BLOWD 奢侈品牌进驻杭州童装市场 192

5.5温州 193

5.5.1温州童装发展的轨迹 193

5.5.2限制温州童装发展的瓶颈 195

5.5.32016年温州童装业保持稳健发展 197

5.5.4温州童装积极抢占核心商圈 199

5.6其他地区 201

5.6.1江苏省童装市场商机大 201

5.6.2武汉在售童装标准执行不力 205

5.6.3成都童装品牌领先全国 206

5.6.4山东省童装市场发展分析 207

第六章中国童装进出口数据分析 211

6.12016年中国婴儿服装及衣着附件进出口数据分析 211

6.1.12016年中国婴儿服装及衣着附件进出口总体数据 211

6.1.22016年中国婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据 214

6.1.32016年中国婴儿服装及衣着附件主要国家进出口数据 215

6.22016年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口数据分析 217

6.2.12016年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口总体数据 217

6.2.22016年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据 220

6.2.32016年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要国家进出口数据 221

第七章2015-2016年中国童装重点企业经营分析 223

7.1派克兰帝 223

7.1.1公司简介 223

7.1.22016年企业偿债能力分析 224

7.1.32016年企业盈利能力分析 224

7.1.42016年企业成本费用分析 225

7.1.5派克兰帝公司的成功之道 225

7.1.6派克兰帝打造中国童装的神话 227

7.2加菲猫 229

7.2.1 品牌简介 229

7.2.2加菲猫童装的成功之道 230

7.2.3加菲猫童装引领时尚 231

7.2.4加菲猫品牌招募童装形象代言人 232

7.3好孩子 233

7.3.1公司简介 233

7.3.22016年企业偿债能力分析 234

7.3.32013-2016年企业盈利能力分析 235

7.3.42013-2016年企业成本费用分析 235

- 7.3.5好孩子童装的成功之道 236
- 7.3.6好孩子童装的营销方式 237
- 7.4红黄蓝 239
 - 7.4.1公司简介 239
 - 7.4.22013-2016年企业偿债能力分析 239
 - 7.4.32013-2016年企业盈利能力分析 240
 - 7.4.42013-2016年企业成本费用分析 241
 - 7.4.5红黄蓝童装提倡绿色环保 241
 - 7.4.6红黄蓝打造童装品牌的对策 242
- 7.5娃哈哈 244
 - 7.5.1公司简介 244
 - 7.5.22013-2016年企业偿债能力分析 246
 - 7.5.32013-2016年企业盈利能力分析 246
 - 7.5.42013-2016年企业成本费用分析 247
 - 7.5.5娃哈哈童装启动新标识 247
 - 7.5.6娃哈哈童装品牌延伸面临的困难 248
 - 7.5.7娃哈哈童装品牌延伸的优化对策 249
 - 7.5.82016年娃哈哈童装产业拓展情况 252
- 7.6兔仔唛 252
 - 7.6.1公司简介 252
 - 7.6.22013-2016年企业偿债能力分析 254
 - 7.6.32013-2016年企业盈利能力分析 254
 - 7.6.42013-2016年企业成本费用分析 255
 - 7.6.5兔仔唛童装成功的九个秘诀 255
 - 7.6.6兔仔唛打造“儿童时装” 256
- 7.7石狮市小玩皮服装织造有限公司 258
 - 7.7.1公司简介 258
 - 7.7.22013-2016年企业偿债能力分析 258
 - 7.7.32013-2016年企业盈利能力分析 259
 - 7.7.42013-2016年企业成本费用分析 260
- 7.8上海巴布豆儿童用品有限公司 260
 - 7.8.1公司简介 260
 - 7.8.22013-2016年企业偿债能力分析 261
 - 7.8.32013-2016年企业盈利能力分析 262
 - 7.8.42013-2016年企业成本费用分析 262

7.9 嗒嘀嗒 263

7.9.1 企业概况 263

7.9.2 嗒嘀嗒童装品牌简介 264

7.9.3 参与制定的三项童装国家标准 266

7.9.4 “嗒嘀嗒”开启中国童装发展新纪元 267

7.10 其他 268

7.10.1 小猪班纳童装 268

7.10.2 可可鸭 271

7.10.3 安奈儿 273

第八章 中国童装品牌市场分析 275

8.1 中国童装品牌的发展 275

8.1.1 中国童装发展品牌市场的背景 275

8.1.2 中国童装品牌经营的六种模式 276

8.1.3 中国童装品牌市场的整体格局 277

8.2 童装品牌细分市场的定位 280

8.2.1 以年龄层次细分市场 280

8.2.2 以个性定位细分市场 280

8.2.3 以功能定位细分市场 281

8.2.4 以设计定位细分市场 282

8.2.5 以童装价格细分市场 283

8.2.6 以品牌文化形象细分 283

8.3 中国童装品牌市场存在的问题 284

8.3.1 童装品牌结构不合理设计老化 284

8.3.2 中国童装品牌消费存在的不足 285

8.3.3 中国童装品牌做不大的原因 286

8.3.4 童装企业在品牌策划中的误区 287

8.4 中国童装品牌发展的策略 295

8.4.1 童装打造自主品牌的建议 295

8.4.2 中国童装品牌文化应升级 295

8.4.3 国内童装中高档品牌发展战略 296

8.4.4 中国童装品牌的提升策略分析 297

第九章 中国童装市场营销策略分析 299

9.1 中国童装市场营销环境 299

9.1.1 中国童装市场的宏观营销环境	299
9.1.2 中国童装市场的微观营销环境	301
9.1.3 中国童装市场机遇和竞争环境	303
9.2 中国童装市场营销概况	304
9.2.1 童装市场营销主要渠道分析	304
9.2.2 童装企业战略营销模式分析	308
9.2.3 童装与动漫相结合促品牌营销升级	314
9.2.4 中国童装整体营销战略发展的趋势	315
9.3 中国童装市场营销4P策略	317
9.3.1 童装企业的产品策略	317
9.3.2 童装企业的定价策略	320
9.3.3 童装企业的渠道策略	320
9.3.4 童装企业的促销策略	320
9.4 中国童装市场营销4C策略	322
9.4.1 满足不同消费群体的童装需求	322
9.4.2 关注消费者购买童装付出成本	323
9.4.3 强调消费者购买童装的便利	323
9.4.4 与消费者保持良好的沟通	323
9.5 童装市场营销的对策	324
9.5.1 中国童装市场的营销策略	324
9.5.2 童装企业市场营销的创新	326
9.5.3 中国童装的定位营销策略	329
9.6 著名童装企业的营销策略	330
9.6.1 米奇妙童装形象+概念的营销策略	330
9.6.2 叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式	331
9.6.3 香港小天使儿童服装的区域促销方案	332
第十章 2009-2016年年中国童装行业投资前景分析	337
10.1 投资现状	337
10.1.1 童装市场的投资特性	337
10.1.2 2016年常熟建成国内最大童装交易市场	340
10.1.3 2016年浙江织里中国童装城开工奠基	340
10.1.4 2016年361度公司正式启动童装品牌	341
10.1.5 童装连锁投资成为未来主流趋势	342
10.2 投资机会	343

- 10.2.1 中国婴儿装童装市场充满商机 343
- 10.2.2 全球童装市场增长空间广阔 343
- 10.2.3 中国中低端童装市场形势大好 345
- 10.2.4 中国童装市场将迎来空前机遇 345
- 10.2.5 国内童装市场暗藏断层商机 347
- 10.3 投资风险 348
 - 10.3.1 童装行业的政策风险 348
 - 10.3.2 童装面料质量的风险 349
 - 10.3.3 童装出口的相关风险 349
 - 10.3.4 童装市场竞争加剧风险 350
- 10.4 投资建议 351
 - 10.4.1 2016年中国童装行业投资建议 351
 - 10.4.2 童装品牌特许经营的风险规避对策 352
 - 10.4.3 童装企业应合理安排内外销比重 353
 - 10.4.4 童装投资应注重渠道建设 354

第十一章 2009-2016年中国童装的发展趋势与前景 356

- 11.1 中国童装的发展前景 356
 - 11.1.1 21世纪中国童装产业发展前景分析 356
 - 11.1.2 2017-2022年中国童装市场发展态势 357
 - 11.1.3 时尚童装市场发展潜力探析 359
 - 11.1.4 中国童装产业的发展方向 360
- 11.2 中国童装发展趋势分析 364
 - 11.2.1 消费趋势 364
 - 11.2.2 生产趋势 365
 - 11.2.3 品牌趋势 365
 - 11.2.4 营销趋势 367
- 11.3 2017-2022年中国童装市场规模预测 368

图表目录：

- 图表 1 2016年意大利主要童装童鞋企业销售收入统计 29
- 图表 2 2013-2016年中国童装产量统计 63
- 图表 3 2013-2016年中国童装产量增长趋势图 63
- 图表 4 2016年中国童装产量月度统计表 63
- 图表 5 2016年中国童装产量月度统计表 64

图表 62015-2016年中国童装区域产量统计 64

图表 72016年中国各地区童装产量统计 65

图表 82016年中国各地区童装产量统计 65

图表 92013-2016年广东省童装产量统计 66

图表 102013-2016年广东省童装产量增长趋势图 67

图表 112016年广东省童装产量月度统计表 67

图表 122016年广东省童装产量月度统计表 67

图表 132013-2016年福建省童装产量统计 68

图表 142013-2016年福建省童装产量增长趋势图 68

图表 152016年福建省童装产量月度统计表 69

图表 162016年福建省童装产量月度统计表 69

图表 172013-2016年浙江省童装产量统计 70

图表 182013-2016年浙江省童装产量增长趋势图 70

图表 192016年浙江省童装产量月度统计表 70

图表 202016年浙江省童装产量月度统计表 71

图表 212013-2016年江西省童装产量统计 71

图表 222013-2016年江西省童装产量增长趋势图 72

图表 232016年江西省童装产量月度统计表 72

图表 242016年江西省童装产量月度统计表 72

图表 252013-2016年江苏省童装产量统计 73

图表 262013-2016年江苏省童装产量增长趋势图 73

图表 272016年江苏省童装产量月度统计表 74

图表 282016年江苏省童装产量月度统计表 74

图表 292013-2016年山东省童装产量统计

75

图表

302013-2016年山东省童装产量增长趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295538.html>