

2012-2016年童装市场运行态势与投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年童装市场运行态势与投资战略咨询报告》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/115961.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

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。按年龄段可以细分出婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。根据中国纺织工业协会统计信息中心、中国国家统计局的研究显示，虽然经历金融危机，但是2006-2010年中国童装供给量呈现上升趋势，2006年供给量达到了12亿件，截止到2010年产量达到了47亿件，2011年产量达到55亿件。随着全球经济复苏及国内经济发展，我国童装市场销量增长速度也快速回升，2010年我国童装市场销量达到25亿件，2011年童装的消费量更是达到了30亿件。现阶段，我国0岁-16岁儿童人口有3亿多左右，由于童装市场在未来几年中具有较大的发展空间，有部分国内企业和国外企业普遍看好童装市场发展的前景，开始涉足童装经营。在今后几年，童装市场消费量每年将保持12%以上的增长，并成为我国最有增长性的消费市场之一。

近几年来，随着中国成人服装行业发展渐渐放缓，正处于高速发展期的儿童服装市场自然成为了行业内各大企业关注的焦点。据了解，目前国内童装市场已经达到千亿规模，对于这样巨大的市场，本土的众多成衣服装品牌也纷纷开始了他们的行动。“童装是中国服装市场的最后一块蛋糕”，这样的观点由来已久，而中国服装市场的发展也在验证着这个观点。据相关数据显示，2011年占据中国童装市场前三位的品牌分别是阿迪达斯、耐克和本土品牌巴拉巴拉。国际运动品牌阿迪达斯和耐克已经在国内童装市场内分得了一杯羹，而巴拉巴拉在2011年的营收增长速度甚至已经超过了其母品牌“森马”休闲服饰，这样的市场成绩，一方面表明了童装市场迅猛的发展速度，另一方面也让我们看到了成人服装品牌在童装市场寻求突破的努力。跟随着“森马”的脚步，美特斯邦威、报喜鸟这样的休闲服饰品牌也纷纷进入童装市场。

美特斯邦威接连推出了ME&CITY KIDS和Moomoo两个童装子品牌，而报喜鸟也正式推出了自己的童装品牌---比路特(BIGROOSTER)。与本土服装品牌的初入童装市场相比，阿迪达斯和耐克对童装市场的掌控已有多多年。早在10年前，这两个国际运动品牌就已经推出了自己的童装产品，经过多年探索和发展，也让这两个国际品牌占据了国内很大一部分市场空间。相比之下，国内的运动品牌对童装市场的探索起步相对较晚，这也让本土品牌在高端市场丧失了先发制人的优势。目前，安踏、李宁、特步等本土运动品牌童装的定位大多在中低端市场，面对国际品牌领先近10年的市场先机，国内品牌更多的开始向细分市场拓展。

2010年中国婴幼儿服饰棉品和用品市场总规模达到980亿元，与2006年相比，增长了一倍。中国消费者对于高品质婴幼儿服饰和用品的需求远远没有得到满足，市场的潜力巨大，未来五年该行业将继续保持蓬勃的发展势头，年增长速度将超过18%。随着中国人消费力的显著提高，以及独生子女受到众星捧月的多重关爱，越来越多的商家意识到这个群体蕴含的巨大潜力。目前中国童装市场品牌众多，市场高度分散，从国外的一线童装品牌到一些国内

不知名的童装品牌，价格差异很大，满足了不同收入水平的父母的需求。然而，不同中高端婴幼儿品牌为了在市场上站得一席之地往往过多地着眼于服装的时尚性和多样化，却没有在婴幼儿的形体特点和生理特点上深挖精耕，为婴幼儿量身定做适合其穿着的服装。弗若斯特沙利文公司的调查显示，目前市场上专门为婴幼儿设计、生产的服装品牌大多为进口品牌，民族品牌仅有拉比、丽婴房等少数几家。其他品牌多为做中童、大童服装起家的儿童装品牌，其婴幼儿服装产品很多仅仅是儿童装在尺寸上的缩小，并不是真正意义上的婴幼儿服装。婴幼儿服装市场可谓童装市场这个红海中的一片蔚蓝海域。如何在这片新兴蓝海中抢占先入者优势，不仅考验生产企业的品牌营销能力，更考验其行业经验和创新能力。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年童装市场运行态势与投资战略咨询报告》共十六章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国产业研究报告网、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本童装行业报告，首先介绍童装的定义、分类等，然后分析童装行业的发展现状，接着具体介绍了浙江织里、广东佛山等生产基地的发展情况。随后阐述童装行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析童装行业的发展前景与趋势，同时对童装行业进行全面的投资分析。本报告是童装行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 童装行业相关概述

第一节 童装简介

一、童装的分类

二、童装的面料概述

第二节 环保童装概述

一、环保童装的介绍

二、绿色童装的四大功能

三、童装企业应尽力打造绿色环保童装

四、健康童装的面料要提高科技含量

五、环保童装消费理念深入人心

六、低碳环保成童装流行设计理念

第三节 童装的发展历史

第二章 中国童装行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国童装行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2011-2012年中国童装行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 全球童装行业发展分析

第一节 美国童装市场分析

一、美国童装市场回顾

二、美国名贵童装市场分析

三、美国童装安全新标准

第二节 俄罗斯童装市场分析

一、俄罗斯童装市场回顾

二、俄罗斯父母购买童装心理特点

三、俄罗斯童装的市场价格分析

四、俄罗斯高档童装市场需求分析

第三节 英国童装市场分析

一、英国童装市场发展空间大

二、英国童装款式时尚化

三、英国儿童睡衣安全新标准

第四节 日本童装市场分析

一、日本童装市场的回顾

二、日本高档童装市场潜力大

三、2011年日本童装零售情况

第五节 韩国童装市场分析

一、韩国童装的发展历程

二、韩国童装市场销售规模持续增长

三、韩国童装业成本降低措施的探讨

第六节 其它国家及地区童装市场分析

一、2011年意大利童装市场销售情况

二、印度品牌童装市场发展迅速

三、台湾婴童服饰行业发展分析

四、阿根廷欲对中国童装产品设限制

第四章 中国童装行业发展分析

第一节 2011-2012年童装行业发展现状分析

一、童装行业处在第四阶段发展期

二、童装市场形势严峻

三、童装市场面临重新洗牌

四、童装行业发展新机遇

五、童装市场销售快速增长

七、童装行业发展迅速

第二节 2011-2012年童装市场存在的问题分析

一、童装的产品结构不合理

二、童装设计水平比较低

三、国产童装品牌缺乏竞争力

四、童装市场不景气的原因分析

五、童装产品的质量问題

第三节 童装行业的发展对策

一、童装行业应实施ISO9000国际标准

二、童装企业开拓市场的策略

三、童装企业的低成本传播战略

四、童装企业从批发向品牌转型的建议

第五章 中国童装市场供需分析

第一节 2009 -2012年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析

一、2009年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析

二、2010年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析

三、2011年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析

第二节 2011-2012年童装市场需求分析

一、婴儿装市场需求分析

二、幼儿装市场需求分析

三、小童装市场需求分析

三、中童装市场需求分析

四、大童装市场需求分析

五、童装市场供需形势分析

第六章 中国童装消费市场分析

第一节 2011-2012年童装市场消费分析

一、童装消费特征分析

二、童装市场消费层次分析

三、童装消费观念的变化分析

四、童装的消费趋势分析

五、童装个性化消费来临及应对策略

第二节 2011-2012年童装市场价格分析

一、影响儿童服装价格的因素

二、童装价格居高原因分析

三、消费者对童装价格敏感度分析

第七章 中国纺织行业发展分析

第一节 2011-2012年纺织行业总体发展情况

一、2011年纺织行业经济运行分析

二、2011年纺织行业主要经济指标分析

第二节 2011-2012年纺织市场分析

一、2011年纺织市场现状分析

二、2011年纺织市场形势分析

三、2012年纺织市场走势分析

第三节 2011-2012年纺织行业发展策略分析

一、纺织行业发展环境分析

二、纺织行业发展面临的问题

三、纺织行业发展战略分析

第八章 中国童装主要产区发展分析

第一节 中国童装产业集群的概况

一、中国三大童装产业集群强势发展

二、中国童装产业集群,发展的特点

三、中国童装产业集群的发展对策

第二节 浙江织里

一、织里童装产业发展回顾

二、织里童装产业集群的作用

三、织里童装整体发展概况

四、织里童装产业集群的优势分析

五、2011年浙江织里打造中国童装城

第三节 广东佛山

一、佛山环市童装产业功能区简介

二、佛山环市镇童装产业发展回顾

三、佛山童装升级转型分析

四、佛山童装产业的SWOT分析

五、佛山童装产业的发展战略

第四节 福建石狮凤里

- 一、凤里童装基地介绍
- 二、福建凤里童装基地规模效益分析
- 三、石狮童装企业应对外贸壁垒
- 四、福建凤里打造中国童装名镇
- 五、2011年石狮童装进军低碳时代
- 第九章 中国主要省区童装市场分析
 - 第一节 北京
 - 一、北京童装销售分析
 - 二、北京童装零售分析
 - 三、北京童装商场经营模式分析
 - 第二节 上海
 - 一、上海市童装市场的定位分析
 - 二、上海市童装质量安全性分析
 - 三、上海市童装市场发展概述
 - 四、上海市童装市场发展动态
 - 第三节 深圳
 - 一、深圳童装产业发展概述
 - 二、深圳童装产业发展进展
 - 三、深圳童装产业发展优势
 - 四、深圳童装产业品牌分析
 - 第四节 杭州
 - 一、杭州童装市场的重要性
 - 二、杭州童装市场洋品牌市场占有率
 - 三、杭州童装市场各企业发展动态
 - 第五节 其他地区
 - 一、江苏省童装市场商机大
 - 二、武汉童装产业发展分析
 - 三、成都童装品牌发展分析
 - 四、山东省童装市场发展分析
- 第十章 中国童装行业竞争分析
 - 第一节 2011-2012年童装市场竞争格局分析
 - 一、童装市场集中度分析
 - 二、童装区域集中度分析
 - 三、童装企业集中度分析
 - 第二节 2011-2012年童装市场竞争分析

一、童装市场竞争现状分析

二、童装企业竞争动态分析

三、童装行业竞争策略研究

第十一章 童装行业重点企业分析

第一节 NIKE

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第二节 ADIDAS

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第三节 Paw in Paw

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第四节 巴拉巴拉

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第五节 安奈儿

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第六节 衣恋

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第七节 派克兰帝

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第八节 丽婴房

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第九节 史努比

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第十节 小猪班纳

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第十二章 中国童装行业发展前景分析

第一节 2012-2016年童装市场前景分析

一、2012-2016年童装市场发展潜力分析

二、2012-2016年童装市场前景分析

第二节 2012-2016年童装产品市场前景分析

一、2012-2016年奢侈品童装市场前景分析

二、2012-2016年中高档童装市场前景分析

三、2012-2016年童装城市场前景分析

第十三章 中国童装行业发展趋势分析

第一节 对童装市场发展预测

一、2012-2016年童装市场供给预测

二、2012-2016年童装市场销量预测

三、2012-2016年童装市场规模预测

第二节 2012-2016年童装市场发展趋势

一、2012-2016年童装行业发展趋势

二、2012-2016年童装市场发展趋势

三、2012-2016年童装零售市场发展趋势

第十四章 童装整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年服装行业发展规划分析

一、服装行业发展机会分析

二、服装行业发展机遇分析

三、服装行业发展规划分析

第二节 2012-2016年童装行业发展规划分析

一、童装行业发展机会分析

二、童装行业发展机遇分析

三、童装行业发展规划分析

第十五章 中国童装行业投资分析

第一节 2012-2016年童装行业投资分析

- 一、童装市场投资现状
- 二、童装市场投资机会分析
- 三、对童装市场投资分析

第二节 2012-2016年童装行业投资风险分析

- 一、2012-2016年童装行业市场风险预测
- 二、2012-2016年童装行业政策风险预测
- 三、2012-2016年童装行业经营风险预测
- 四、2012-2016年童装行业竞争风险预测
- 五、2012-2016年童装行业其他风险预测

第三节 2012-2016年童装行业投资战略分析

- 一、童装市场投资策略分析
- 二、童装细分市场投资策略分析
- 三、对童装行业的投资建议

第十六章 中国童装行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

- 一、童装价格策略分析
- 二、童装渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 对我国童装品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、童装实施品牌战略的意义
- 三、童装企业品牌的现状分析
- 四、我国童装企业的品牌战略
- 五、童装品牌战略管理的策略

第四节 童装企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

图表目录

图表：童装产业链分析

图表：国际童装市场规模

图表：国际童装生命周期

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山西省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量吉林省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量黑龙江合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量海南省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量贵州省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量云南省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量陕西省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量甘肃省合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量新疆区合计

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山西省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量吉林省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量海南省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量贵州省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量云南省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量陕西省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量甘肃省合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量新疆区合计

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山西省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量吉林省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量黑龙江合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量海南省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量贵州省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量云南省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量陕西省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量甘肃省合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量新疆区合计

图表：2011年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计

图表：2012-2016年中国童装产量及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国童装产量预测图

图表：2012-2016年中国童装产能及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国童装产能预测图

图表：2012-2016年中国童装需求及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国童装需求预测

略.....

通过《2012-2016年童装市场运行态势与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/115961.html>