

2013-2017年中国高端童装行业市场运行态势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《2013-2017年中国高端童装行业市场运行态势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/136377.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

我国高端童装行业还没有形成强势领导品牌，市场的集中度比较低，童装行业已然成为我国服装业的最后一块蛋糕，谁都有可能成为童装市场的领导者。

国家统计局相关的统计数据表明，2011年，我国0-14岁儿童及少年已有2.22亿人，结合国人均消费情况预测我国的童装消费规模已经高达1500亿元，高端童装市场的规模超过300亿元，考虑到2011年的人口出生率为11.93%，处在较高的水平，我国童装市场规模有望继续扩大，发展前景广阔。

未来很长一段时间，我国高端童装行业都将处在一个群雄纷争的时期，各个企业都试图从童装行业这个大蛋糕中获得一杯羹，甚至是没有服装制造行业背景的企业也是如此。但是从区域来看，江苏省、广东省和浙江省必将继续发挥在高端童装行业的规模优势，继续领跑其他地区，实现效益的最大化。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国高端童装行业市场运行态势及投资前景分析报告》共十章。首先介绍了中国高端童装行业的概念，接着分析了中国高端童装行业发展环境，然后对中国高端童装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端童装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国高端童装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 中国高端童装行业发展综述 24

1.1 高端童装行业定义及分类 24

1.1.1 行业概念及定义 24

1.1.2 主要产品大类 24

1.2 高端童装行业统计标准 24

1.2.1 统计部门和统计口径 24

1.2.2 统计方法 25

1.2.3 数据种类 25

1.3 高端童装行业PEST模型 27

1.3.1 行业政治法律环境分析（P） 27

（1）新国家纺织品基本安全技术规范分析 27

（2）工信部批准60项纺织行业新标准分析 32

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	34
1.3.3 行业消费环境分析	36
(1) 居民消费倾向	36
(2) 居民消费信心	36
(3) 居民消费结构	37
1.3.4 行业信息技术环境分析 (T)	38
(1) 企业IT数据系统装备情况	38
(2) 行业信息技术使用现状分析	39
(3) 行业信息技术利用趋势分析	42
1.4 高端童装行业波特五力模型	44
1.4.1 上游议价能力	44
1.4.2 下游议价能力	44
1.4.3 新进入者壁垒	44
1.4.4 替代威胁	45
1.4.5 行业内竞争	45
第二章 2009-2012年高端童装行业经济指标	46
2.1 中国高端童装行业经济指标分析	46
2.1.1 高端童装行业经营效益指标	46
(1) 综合经营效益指标	46
(2) 盈利能力分析	46
(3) 运营能力分析	47
(4) 偿债能力分析	47
(5) 发展能力分析	48
2.1.2 高端童装行业经济指标	48
(1) 综合经济指标	48
(2) 不同规模企业经济指标	49
(3) 不同性质企业经济指标	55
(4) 不同地区企业经济指标	64
2.2 中国高端童装行业供需平衡指标	77
2.2.1 高端童装行业供给指标	77
(1) 高端童装行业供给指标	77
2.2.2 高端童装行业需求指标	81
(1) 高端童装行业需求指标	81
2.2.3 2004-2012年产销率分析	84
2.3 2012年高端童装行业经营效益指标	85

2.3.1 2012年产业规模分析	85
2.3.2 资本/劳动密集度分析	86
2.3.3 高端童装行业产销分析	86
2.3.4 高端童装行业成本分析	87
2.3.5 高端童装行业盈亏分析	87
2.4 中国高端童装制造行业进出口市场分析	88
2.4.1 中国高端童装制造行业出口情况	88
(1) 行业出口整体情况分析	88
(2) 行业出口产品结构分析	89
2.4.2 中国高端童装制造行业进口情况	89
(1) 行业进口整体情况分析	89
(2) 行业进口产品结构分析	90
第三章 高端童装行业产业链直观	91
3.1 高端童装行业产业链分析	91
3.2 高端童装行业上游产业供应链解析	91
3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析	91
(1) 纺织业固定资产投资情况分析	91
(2) 纺织业主要产品生产产量分析	92
(3) 纺织业需求情况分析	93
(4) 纺织行业发展趋势分析	94
3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势	94
(1) 拉链市场价格及走势分析	94
(2) 衬布市场价格及走势分析	95
(3) 纽扣市场价格及走势分析	95
3.2.3 缝纫机械市场产销与经营	95
(1) 缝纫机械市场产销情况	95
(2) 缝纫机械行业经营情况	96
3.3 高端童装行业下游产业流通链解析	96
3.3.1 传统零售业发展现状与需求	96
(1) 传统零售业发展现状	96
(2) 网络服饰销售发展现状	102
第四章 高端童装行业细分产品市场	106
4.1 高端童装产品市场发展	106
4.1.1 产品线延伸	106
(1) 产品年龄段拓展	106

- (2) 产品性别市场拓展 106
- 4.1.2 产品设计趋势 106
 - (1) 休闲装崛起 106
 - (2) 颜色、款式成人化 106
 - (3) 图案变小, 流行装饰增多 107
 - (4) 健康环保概念流行 107
- 4.2 不同年龄段产品市场分析 107
 - 4.2.1 婴幼儿 (0-3岁) 装市场 107
 - (1) 婴幼儿装市场需求 107
 - (2) 婴幼儿装主要品牌及企业 108
 - (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为 108
 - (4) 婴幼儿装营销特征与针对性 109
 - (5) 婴幼儿装市场趋势与前景 110
 - 4.2.2 小童 (4-6岁) 装市场 110
 - (1) 小童装市场需求 110
 - (2) 小童装主要品牌及企业 110
 - (3) 小童装购买决策与购买行为 111
 - (4) 小童装营销特征与针对性 111
 - (5) 小童装市场趋势与前景 111
 - 4.2.3 中童 (7-12岁) 装市场 111
 - (1) 中童装市场需求 111
 - (2) 中童装主要品牌及企业 111
 - (3) 中童装购买决策与购买行为 111
 - (4) 中童装营销特征与针对性 112
 - (5) 中童装市场趋势与前景 112
 - 4.2.4 大童 (13-16岁) 装市场 112
 - (1) 大童装市场需求 112
 - (2) 大童装主要品牌及企业 113
 - (3) 大童装购买决策与购买行为 113
 - (4) 大童装营销特征与针对性 113
 - (5) 大童装市场趋势与前景 113
- 4.3 高端童装产业链延伸 114
 - 4.3.1 延伸至鞋类市场 114
 - 4.3.2 延伸至文具市场 114
 - 4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场 114

第五章 高端童装行业发展与竞合关系 115

5.1 国际高端童装市场竞合关系 115

5.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展 115

- (1) 美国 115
- (2) 俄罗斯 115
- (3) 英国 116

5.1.2 国际童装品牌调研及在华投资 116

- (1) 耐克 (nike) 116
- (2) 阿迪达斯 (adidas) 118
- (3) 古驰 (GUCCI) 120
- (4) 阿卡邦 (agabang) 122
- (5) 史努比 123
- (6) 樱桃小丸子 124

5.2 国内高端童装市场竞合关系 124

5.2.1 高端童装市场规模 124

5.2.2 高端童装行业集中度 125

- (1) 销售集中度 125
- (2) 资产集中度 126
- (3) 利润集中度 126

5.2.3 不同经济类型企业集中度 127

5.2.4 高端童装竞争格局 131

- (1) 中外品牌竞争格局 131
- (2) 国内品牌竞争力 132

5.2.5 国内童装品牌调研 132

- (1) 巴拉巴拉 132
- (2) 派克兰帝 133
- (3) 小猪班纳 134
- (4) 巴布豆 136
- (5) 安奈尔 136
- (6) 米奇 137

5.3 高端童装企业资本整合与并购 139

5.3.1 行业结构的演进和增长点 139

5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合 139

5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合 139

第六章 高端童装行业重点区域市场 142

6.1 行业总体区域结构特征	142
6.1.1 区域结构总体特征	142
6.1.2 区域集中度	145
6.2 行业重点区域产销情况	147
6.2.1 华北地区高端童装产销情况	147
6.2.2 华南地区高端童装产销情况	159
6.2.3 华东地区高端童装产销情况	164
6.2.4 华中地区高端童装产销情况	181
6.2.5 西南地区高端童装产销情况	189
6.2.6 东北地区高端童装产销情况	198
6.2.7 西北地区高端童装产销情况	205
第七章 高端童装行业消费需求调研	215
7.1 高端童装需求背景	215
7.1.1 人口结构分析	215
(1) 人口增长情况分析	215
(2) 人口结构变化分析	215
(3) 人口结构变化对消费的影响	216
7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析	217
(1) 家庭消费生命周期界定	217
(2) 不同家庭消费生命周期的消费特征	218
7.2 儿童消费决策市场	220
7.2.1 童装消费决策调研	220
7.2.2 儿童消费决策情况调研	221
(1) 儿童人均消费结构	221
(2) 儿童购物自主意识与品牌认知	221
(3) 儿童高消费影响因素	222
7.3 高端童装需求空间分析	223
7.3.1 童装消费规模分析	223
7.3.2 高端童装需求空间分析	223
7.4 高端童装消费需求调研	224
7.4.1 童装消费层次	224
7.4.2 童装消费价格承受能力	225
7.4.3 童装消费质量要求	226
7.4.4 童装消费场所选择	227
7.4.5 童装消费对品牌的选择	228

第八章 高端童装销售渠道与发展策略 230

8.1 高端童装销售渠道 230

8.1.1 高端童装销售渠道发展 230

8.1.2 国外高端童装进入渠道 230

(1) 直营 230

(2) 品牌托管 231

8.1.3 国内高端童装销售渠道 231

(1) 百货商场 231

(2) 专卖店 231

(3) 专营店 232

(4) 网络销售 232

8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势 233

8.2 高端童装营销策略及形式 233

8.2.1 高端童装营销策略 233

(1) 品牌营销策略 233

(2) 产品营销策略 234

(3) 价格营销策略 235

(4) 概念营销策略 235

(5) 知识营销策略 235

(6) 情感营销策略 236

第九章 高端童装行业主要企业运营指标 237

9.1 高端童装企业发展总体状况分析 237

9.1.1 高端童装行业企业规模 237

9.1.2 高端童装行业工业产值状况 238

9.1.3 高端童装行业销售收入状况 238

9.1.4 高端童装行业利润总额状况 239

9.2 高端童装行业领先企业个案分析 240

9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析 240

(1) 企业发展简况分析 240

(2) 企业产品结构及新产品动向 240

(3) 企业销售渠道与网络 240

(4) 企业经营状况优劣势分析 241

9.2.2 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析 241

(1) 企业发展简况分析 241

(2) 企业产销能力分析 241

- (3) 企业盈利能力分析 242
- (4) 企业运营能力分析 242
- (5) 企业偿债能力分析 243
- (6) 企业发展能力分析 243
- (7) 企业组织架构分析 244
- (8) 企业产品结构及新产品动向 244
- (9) 企业销售渠道与网络 244
- (10) 企业经营状况优劣势分析 245
- (11) 企业最新发展动向分析 245
- 9.2.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营情况分析 246
- 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析 250
- 9.2.5 广州中威日用品企业有限公司经营情况分析 255

- (1) 企业发展简况分析 255

第十章 高端童装行业发展趋势分析与预测 343

- 10.1 高端童装市场趋势与前景 343
 - 10.1.1 高端童装市场发展趋势 343
 - 10.1.2 高端童装市场前景预测 343
- 10.2 高端童装行业的投资特性 344
 - 10.2.1 进入壁垒 344
 - 10.2.2 盈利模式 344
 - 10.2.3 盈利因素 345
- 10.3 高端童装行业投资风险 346
 - 10.3.1 需求风险 346
 - 10.3.2 竞争风险 346
- 10.4 高端童装行业投资建议 347
 - 10.4.1 行业投资现状 347
 - 10.4.2 主要投资建议 348

NO.报告图表摘要 (WOKI)

图表1 新老标准对比分析 27

图表2 新老标准纺织品基本安全技术要求对比分析 32

图表3 1978-2012年中国名义GDP总量及其同比增速 (单位:亿元, %) 34

图表4 2006-2012年城镇居民人均可支配收入及其增速 (单位:元, %) 35

图表5 2006-2012年城镇居民人均可支配收入及其增速 (单位:元, %) 35

图表6 2011-2012年消费者指数分析 (单位:%) 36

图表7 2012年农村居民消费结构 (单位:%) 37

图表8 2012年农村居民消费结构（单位：%）	38
图表9 美特斯&邦威供应链资源整合系统架构图	41
图表10 2010-2012年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）	46
图表11 2010-2012年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）	47
图表12 2010-2012年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）	47
图表13 2010-2012年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%，倍）	48
图表14 2010-2012年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%）	48
图表15 2010-2012年高端童装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）	49
图表16 2010-2012年中国高端童装大型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	50
图表17 2010-2012年中国高端童装中型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	51
图表18 2010-2012年中国高端童装小型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	52
图表19 2009-2012年中国高端童装行业不同规模企业数量比重（单位：%）	53
图表20 2009-2012年中国高端童装行业不同规模企业资产比重（单位：%）	53
图表21 2009-2012年中国高端童装行业不同规模企业销售收入比重（单位：%）	54
图表22 2009-2012年中国高端童装行业不同规模企业利润总额比重（单位：%）	54
图表23 2010-2012年中国高端童装国有企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	55
图表24 2010-2012年中国高端童装集体企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	56
图表25 2010-2012年中国高端童装股份合作企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	
图表26 2010-2012年中国高端童装股份制企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	58
图表27 2010-2012年中国高端童装私营企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	59
图表28 2010-2012年中国高端童装外商企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	60
图表29 2010-2012年中国高端童装其他性质企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）	
图表30 2009-2012年中国高端童装行业不同性质企业数量比重（单位：%）	62
图表31 2009-2012年中国高端童装行业不同性质企业资产比重（单位：%）	63
图表32 2009-2012年中国高端童装行业不同性质企业销售收入比重（单位：%）	63
图表33 2009-2012年中国高端童装行业不同性质企业利润总额比重（单位：%）	64
图表34 2012年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%）	65
图表35 2012年中国高端童装行业不同地区销售占比（单位：%）	66
图表36 2012年中国高端童装行业资产总额前十省市（单位：万元，%）	66
图表37 2012年中国高端童装行业各地区资产总额占比（单位：万元，%）	67
图表38 2012年中国高端童装行业负债前十的省市（单位：万元，%）	68
图表39 2012年中国高端童装行业各地区资产负债总额占比（单位：%）	69
图表40 2012年中国高端童装行业产品销售利润前十的省市（单位：万元）	69
图表41 2012年中国高端童装行业各地区产品销售利润占比（单位：%）	70
图表42 2012年中国高端童装行业利润总额前十的省市（单位：万元，%）	71

图表43 2012年中国高端童装行业各地区利润总额占比（单位:%）	72
图表44 2012年中国高端童装行业产成品前十的省市（单位:万元,%）	72
图表45 2012年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位:%）	73
图表46 2012年中国高端童装行业企业数前十的省市（单位:家）	74
图表47 2012年中国高端童装行业各地区企业数占比（单位:万元,%）	75
图表48 2012年中国高端童装行业亏损额前十的省市（单位:万元,%）	75
图表49 2012年中国高端童装行业各地区亏损额占比（单位:%）	76
图表50 2007-2012年中国高端童装行业工业总产值及同比增速（单位:万元,%）	77
图表51 2012年中国高端童装行业工业总产值前十的省市（单位:万元,%）	78
图表52 2012年中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位:%）	78
图表53 2007-2012年中国高端童装行业产成品及同比增速（单位:万元,%）	79
图表54 2012年中国高端童装行业产成品前十名省市（单位:万元,%）	80
图表55 2012年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位:%）	80
图表56 2007-2012年中国高端童装行业工业销售产值及同比增速（单位:万元,%）	81
图表57 2012年中国高端童装行业工业销售产值前十的省市（单位:万元,%）	82
图表58 2012年中国高端童装行业工业各地区销售产值占比（单位:%）	82
图表59 2007-2012年中国高端童装行业销售收入及同比增速（单位:万元,%）	83
图表60 2012年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位:万元,%）	83
图表61 2012年中国高端童装行业各地区销售收入占比（单位:%）	84
图表62 2004-2012年中国高端童装行业产销率变化（单位:%）	85
图表63 2007-2012年中国高端童装行业产业规模分析（单位:家,万元,%）	85
图表64 2007-2012年中国高端童装行业资本劳动/密集度（单位:万元/人,万元/单位）	86
图表65 2007-2012年中国高端童装行业产销分析（单位:万元,%）	86
图表66 2007-2012年中国高端童装行业成本结构分析（单位:万元,%）	87
图表67 2012年中国高端童装行业成本结构分析（单位:万元,%）	87
图表68 2007-2012年中国高端童装行业盈亏情况分析（单位:万元,%）	88
图表69 2009-2012年中国高端童装行业原料出口金额（单位:万美元）	88
图表70 2012年中国高端童装行业原料出口结构（单位:万美元,%）	89
图表71 2009-2012年中国高端童装行业原料进口金额（单位:万美元）	90
图表72 2012年中国高端童装行业原料出口结构（单位:万美元,%）	90
图表73 高端童装行业产业链	91

通过《2013-2017年中国高端童装行业市场运行态势及投资前景分析报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/136377.html>