

2017-2022年中国童装行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国童装行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/317459.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

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。2015年我国童装市场规模达到1372亿，增长率达到8%，随着二胎开放和消费升级，2020年我国童装市场的零售额将达到2098亿元。 2011-2015年中国童装销售规模统计

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 童装行业相关概述

1.1 童装行业定义及特点

1.1.1 童装的定义

1.1.2 童装产品分类

1.1.3 童装面料

1.2 童装行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 童装行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国童装行业发展环境分析

3.1 童装行业法律环境

3.1.1 《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》

3.1.2 《儿童服装安全技术规范》

3.1.3 《纺织工业“十三五”规划》

3.1.4 政策环境对行业的影响

3.2 童装行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

1、2016年世界宏观经济形势

2、2016年国内经济环境

3、2017年国内经济形势展望

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响

3.3 童装行业社会环境分析

3.4 童装行业技术环境分析

3.4.1 童装技术分析

3.4.2 童装技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球童装行业发展概述

4.1 2014-2016年全球童装行业发展情况概述

4.1.1 全球童装发展史

4.1.2 全球童装发展现状

4.1.3 全球童装发展特征

4.2 2014-2016年全球主要地区童装行业发展状况

4.2.1 欧洲

4.2.2 美国

4.2.3 日韩

4.3 2017-2022年全球童装行业发展前景预测

4.3.1 全球童装行业发展前景

4.3.2 全球童装行业发展趋势

4.4 全球童装行业重点企业发展动态

4.4.1 芬兰品牌Marimekko

4.4.2 LA品牌Wildfox Couture

4.4.3 英国品牌Rachel Riley

4.4.4 西班牙品牌Neck & Neck

第五章 中国童装行业发展概述

5.1 中国童装行业发展状况分析

5.1.1 中国童装行业发展总体概况

2011-2015年间，受益于快速增长的家庭收入，我国童装市场的发展势头较好，我国童装市场人均消费额从2011年423.84元增加至2015年639.09元。

2011-2015年中国人均童装支出情况

5.1.2 中国童装行业发展特点分析

5.2 2014-2016年童装行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国童装行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国童装行业发展

5.3 2017-2022年中国童装行业面临的困境及对策

5.3.1 中国童装市场存在的问题

1、国内童装的关注度较低

2、国内童装品牌发展缓慢

3、童装市场竞争较大

5.3.2 明确童装市场消费习惯，调整差异化策略

第六章 中国童装行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国童装行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2016年中国童装行业市场供需分析

6.2.1 中国童装行业供给分析

6.2.2 中国童装行业需求分析

6.2.3 中国童装行业供需平衡

6.3 2013-2016年中国童装行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国童装行业细分市场分析

7.1 童装行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 婴儿期童装市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场需求

7.2.3 产品市场潜力

7.3 幼儿期童装市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场需求

7.3.3 产品市场潜力

7.4 童年期童装市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场需求

7.4.3 产品市场潜力

7.5 少年期童装市场

7.5.1 市场发展现状概述

7.5.2 行业市场需求

7.5.3 产品市场潜力

第八章 中国童装行业上、下游产业链分析

8.1 童装行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 童装行业产业链

8.2 童装行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给

8.2.3 主要供给企业

8.3 童装行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游产业发展现状

8.3.2 下游产业需求

8.3.3 下游主要需求企业

第九章 中国童装行业市场竞争格局分析

9.1 中国童装行业竞争格局分析

9.1.1 童装行业区域分布格局

9.1.2 童装行业企业规模格局

9.1.3 童装行业企业性质格局

9.2 中国童装行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

9.2.3 新进入者威胁

9.2.4 替代产品威胁

9.2.5 现有企业竞争

9.3 中国童装行业投资兼并重组整合分析

9.3.1 投资兼并重组现状

9.3.2 投资兼并重组案例

第十章 中国童装行业领先企业竞争力分析

10.1 浙江森马服饰股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业主要产品

10.1.3 企业竞争优势

10.1.4 企业经营状况

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略

10.2 广东小猪班纳服饰股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业主要产品

10.2.3 企业竞争优势

10.2.4 企业经营状况

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略

10.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业主要产品

10.3.3 企业竞争优势

10.3.4 企业经营状况

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略

10.4 深圳市安奈儿股份有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业主要产品

10.4.3 企业竞争优势

10.4.4 企业经营状况

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略

10.5 金发拉比妇婴童用品股份有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业主要产品

10.5.3 企业竞争优势

10.5.4 企业经营状况

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略

10.6 好孩子国际控股有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业主要产品

10.6.3 企业竞争优势

10.6.4 企业经营状况

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略

10.7 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业主要产品

10.7.3 企业竞争优势

10.7.4 企业经营状况

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略

10.8 巴布豆（中国）儿童用品有限公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业主要产品

10.8.3 企业竞争优势

10.8.4 企业经营状况

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略

10.9 安踏（中国）有限公司

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业主要产品

10.9.3 企业竞争优势

10.9.4 企业经营状况

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略

10.10 上海荣臣博士蛙(集团)有限公司

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业主要产品

10.10.3 企业竞争优势

10.10.4 企业经营状况

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略

第十一章 2017-2022年中国童装行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国童装市场前景

11.1.1 2017-2022年童装市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年童装市场前景展望

11.1.3 2017-2022年童装细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国童装市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年童装行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年童装市场规模预测

11.2.3 2017-2022年童装行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2022年中国童装行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国童装行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国童装行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国童装供需平衡预测

第十二章 2017-2022年中国童装行业投资前景

12.1 童装行业投资特性分析

12.1.1 童装行业进入壁垒分析

12.1.2 童装行业盈利模式分析

12.1.3 童装行业盈利因素分析

12.2 童装行业投资机会分析

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.2.3 产业发展的空白点分析

12.3 童装行业投资风险分析

12.3.1 童装行业政策风险

12.3.2 宏观经济风险

12.3.3 市场竞争风险

12.3.4 关联产业风险

12.3.5 产品结构风险

12.3.6 技术研发风险

12.3.7 其他投资风险

第十三章 2017-2022年童装企业战略规划策略分析

13.1 战略综合规划

13.2 技术开发战略

13.3 区域战略规划

13.4 产业战略规划

13.5 营销品牌战略

13.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 专家建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：童装行业特点

图表：童装行业生命周期

图表：童装行业产业链分析

图表：2016年末人口数及其构成

图表：2014-2016年城镇新增就业人数

图表：2014-2016年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2014-2016年农村居民人均纯收入

图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入

图表：2014-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014-2016年童装行业市场规模分析

图表：2017-2022年童装行业市场规模预测

图表：中国童装行业盈利能力分析

图表：中国童装行业运营能力分析

图表：中国童装行业偿债能力分析

图表：中国童装行业发展能力分析

图表：中国童装行业经营效益分析

图表：2014-2016年童装重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国童装行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国童装行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国童装行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国童装竞争力分析

图表：2017-2022年中国童装产能预测

图表：2017-2022年中国童装消费量预测

图表：2017-2022年中国童装行业深度调研

图表：2017-2022年中国童装市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国童装发展趋势预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/317459.html>