

2017-2022年中国童装行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

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全景评估及发展趋势研究预测报告》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/297693.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

目前我国从事童装生产的企业及个体工商户10000多个，其中大部分为个体工商户。个体工商户和从事低档产品加工的小型企业仍是我国童装企业模式的主流。

我国本土童装企业全部为民营企业、股份制企业或三资企业。其发展渊源大致有三种：第一种是由手工作坊发展而来的中小型企业，产品主要针对中小城市和农村市场，适应我国目前的消费格局，在市场份额中占有极大的销售量比重。第二种是由外贸加工起家的外加工型企业，主要集中在江苏、福建、山东和广东等地，企业产能强、技术工人素质高、注重生产管理，在生产方面优势明显。第三种是一起步就按照较先进企业机制建厂、注重创造品牌和开拓国内市场的大中型企业，这类“国内大牌”或“国内品牌新生代”企业群体多集中于上海、深圳、北京等地，发展后劲十分强劲，开始占据了我国大中城市的大部分市场。

中国的童装市场相较成人服装市场发展较晚，成熟度和竞争格局远落后于成人服装。现阶段，中国童装发展正逐步进入品牌成熟阶段。中国0到16岁儿童约有4亿，其中0到10岁儿童约占80%，目前国内童装消费需求量每年23亿件左右。童装大众消费市场的饱和，让蕴藏巨大利润空间的高端市场成为一块新蛋糕，国外大牌、国内童装企业对此都垂涎欲滴。随着中国经济的迅速发展及国内生产总值的持续增长，近年来中国儿童消费品市场大幅增长，2012年儿童消费品市场规模达2911亿元；2012年我国童装销售量接近20亿件，销售额超过1000亿元。高端童装由于价格较高、材质优良、功能出色、质量突出且设计新颖受到消费者的普遍欢迎。由于儿童发育成长较快，童装具有穿着周期短、款式花样多、需求量大等特点，预计未来几年全国童装需求量将以10%的速度递增，到2015年，中国童装市场规模可以达到1400亿元。目前，全球儿童奢侈品市场达到百亿美元，并以每年10%的速度增长。而在中国，随着年轻一代为人父母，新一轮的童装消费升级全面开始。

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 16

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 19

1.2.5 俄罗斯销毁大量中国童装童鞋 20

1.3 英国 21

1.3.1 英国童装市场发展势头强劲 21

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 28

1.4.3 日本童装零售情况 28

1.5 韩国 29

1.5.1 韩国童装业的发展历程 29

1.5.2 韩国童装市场销售规模持续增长 30

1.5.3 韩国童装业成本降低措施的探讨 30

1.6 其它国家及地区 31

1.6.1 2016年意大利主要童装企业销售情况 31

1.6.2 印度品牌童装市场迅速起步 32

1.6.3 台湾婴童服饰产业发展分析 32

1.6.4 阿根廷欲对中国童装产品设限制 34

第二章 2014-2016年中国童装行业的发展分析 36

2.1 童装的相关概述 36

2.1.1 童装的概述 36

2.1.2 童装产品的分类 39

2.1.3 童装产业的特征 39

2.2 中国童装行业的发展现状 41

2.2.1 中国童装行业发展的现状 41

2.2.2 童装发展成为服装业新的增长点 44

2.2.3 国内童装产业优化布局已现雏形 45

2.2.4 2016年中国童装产业的运行特点 47

- 2.2.5 中国童装产业各区域的发展分析 49
- 2.3 童装产业绿色环保的发展 50
 - 2.3.1 绿色环保童装的介绍 50
 - 2.3.2 绿色童装的四大功能 51
 - 2.3.3 童装企业应尽力打造绿色环保童装 51
 - 2.3.4 健康童装的面料要提高科技含量 52
- 2.4 童装产业发展存在的问题及对策 54
 - 2.4.1 制约中国童装产业发展的因素 54
 - 2.4.2 样式无差异制约童装行业发展 56
 - 2.4.3 童装产业基地发展存在的问题 56
 - 2.4.4 童装产业应实施ISO9000国际标准 57

第三章 2014-2016年中国童装市场分析 64

- 3.1 中国童装市场发展概况 64
 - 3.1.1 中国童装市场的发展回顾 64
 - 3.1.2 2016年中国童装市场发展特征 65
 - 3.1.3 2016年中国童装市场步入调整周期 66
 - 3.1.4 2016年童装二级市场品牌倍受关注 66
 - 3.1.5 2016年童装市场整体发展将趋缓 67
- 3.2 2014-2016年中国童装市场产量分析 69
 - 3.2.1 2014-2016年中国童装产量总体情况 69
 - 3.2.2 2016年中国主要省市童装产量情况 71
- 3.3 2014-2016年中国童装市场需求分析 78
 - 3.3.1 中国童装市场需求规模分析 78
 - 3.3.2 中国各类童装市场需求概况 80
 - 3.3.3 2014-2016年中国童装市场需求分析 81
 - 3.3.4 女童装市场需求比男童市场大 82
 - 3.3.5 中国童装市场的需求趋向 83
 - 3.3.6 中国童装市场需求的趋势 87
- 3.4 中国童装市场消费分析 87
 - 3.4.1 中国童装消费主要特征 87
 - 3.4.2 中国童装市场消费层次 90
 - 3.4.3 中国童装消费观念的变化 91
 - 3.4.4 中国童装消费呈现六大趋势 93
 - 3.4.5 童装个性化消费来临及应对策略 94

3.5 中国童装市场价格分析 97

3.5.1 影响儿童服装价格的因素 97

3.5.2 中国童装价格居高原因分析 98

3.5.3 2016年中国童装市场价格分析 99

3.6 中国童装市场存在的问题 99

3.6.1 童装市场发展面临的主要难题 99

3.6.2 中国童装市场发展需突破的瓶颈 100

3.6.3 制约中国童装市场发展的因素 101

3.6.4 中国童装市场不景气的内外因 102

3.7 中国童装市场的发展对策 104

3.7.1 童装成功开创蓝海大市场的策略 104

3.7.2 金融危机下童装企业的发展策略 110

3.7.3 中国童装企业的低成本传播战略 115

3.7.4 童装企业从批发向品牌转型建议 117

第四章中国童装产业集群的发展 122

4.1 中国童装产业集群的概况 122

4.1.1 中国三大童装产业集群强势发展 122

4.1.2 中国童装产业集群的发展及共同特点 123

4.1.3 中国童装产业集群的发展对策 128

4.2 浙江织里 132

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 135

4.2.3 织里童装市场的整体发展概况 135

4.2.4 织里童装产业集群的优势 136

4.2.5 金融危机下浙江织里镇童装产业逆势飞扬 138

4.2.6 浙江织里兴建中国童装城 140

4.2.7 织里童装产业集群发展旺盛 141

4.3 广东佛山 142

4.3.1 佛山环市童装产业各功能区简介 142

4.3.2 佛山环市镇童装产业的回顾 144

4.3.3 佛山童装产业的发展概况 145

4.3.4 佛山童装产业品牌发展阶段 146

4.3.5 佛山童装产业的SWOT分析 147

4.3.6 佛山童装产业的发展战略 150

4.4 福建石狮凤里 151

4.4.1 凤里童装基地介绍 151

4.4.2 童装和面料是凤里的双轨产业 152

4.4.3 福建凤里童装基地规模效益凸出 153

4.4.4 福建凤里竭力打造“中国童装名镇” 155

4.4.5 石狮童装品牌升级 159

4.4.6 石狮童装业应对外贸壁垒 159

第五章 2014-2016年中国童装区域市场分析 161

5.1 北京 161

5.1.1 2015年北京亿元商场童装销售市场总体回顾 161

5.1.2 2016年北京亿元商场童装市场销售数据分析 166

5.1.3 2016年春节北京童装市场大童装销售火爆 168

5.1.4 2016年北京童装童鞋抽检情况 169

5.2 上海 170

5.2.1 上海市童装市场的定位分析 170

5.2.2 上海童装质量安全性指数有保障 171

5.2.3 2015年上海童装市场发展综述 171

5.2.4 2015年法国顶级童装品牌进驻上海 174

5.2.5 2016年上海童装缩减广告预算 175

5.3 深圳 176

5.3.1 深圳童装市场总体概述 176

5.3.2 深圳童装市场发展回顾 178

5.3.3 深圳童装着力打造领先品牌 179

5.4 杭州 180

5.4.1 杭州已成为童装品牌必争之地 180

5.4.2 杭州童装市场洋品牌占据半壁江山 180

5.4.3 杭州街头童装受欢迎 181

5.4.4 2015年T100低调抢滩杭州童装市场 183

5.4.5 2016年BLOWD奢侈品牌进驻杭州童装市场 184

5.5 温州 185

5.5.1 温州童装发展的轨迹 185

5.5.2 限制温州童装发展的瓶颈 187

5.5.3 2015年温州童装业保持稳健发展 189

5.5.4 温州童装积极抢占核心商圈 190

5.6 其他地区 192

5.6.1 江苏省童装市场商机大 192

5.6.2 武汉在售童装标准执行不力 193

5.6.3 成都童装品牌领先全国 194

5.6.4 山东省童装市场发展分析 195

第六章中国童装进出口数据分析 199

6.1 2014-2016年中国婴儿服装及衣着附件进出口数据分析 199

6.1.1 2014年中国婴儿服装及衣着附件进出口总体数据 199

6.1.2 2015年中国婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据 200

6.1.3 2016年中国婴儿服装及衣着附件主要国家进出口数据 207

6.2 2014-2016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 213

6.2.1 2014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 213

6.2.2 2015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 214

6.2.3 2016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 222

第七章 2014-2016年中国童装重点企业经营分析 224

7.1 派克兰帝 224

7.1.1 公司简介 224

7.1.2 2016年企业偿债能力分析 224

7.1.3 2016年企业盈利能力分析 226

7.1.4 2016年企业成本费用分析 227

7.1.5 派克兰帝公司的成功之道 227

7.1.6 派克兰帝打造中国童装的神话 228

7.2 加菲猫 231

7.2.1 品牌简介 231

7.2.2 加菲猫童装的成功之道 232

7.2.3 加菲猫童装引领时尚 233

7.2.4 加菲猫品牌招募童装形象代言人 234

7.3 好孩子 234

7.3.1 公司简介 234

7.3.2 2016年企业偿债能力分析 237

7.3.3 2014-2016年企业盈利能力分析 238

7.3.4 2014-2016年企业成本费用分析 238

7.3.5 好孩子童装的成功之道 238

- 7.3.6 好孩子童装的营销方式 239
- 7.4 红黄蓝 242
 - 7.4.1 公司简介 242
 - 7.4.2 2014-2016年企业偿债能力分析 243
 - 7.4.3 2014-2016年企业盈利能力分析 243
 - 7.4.4 2014-2016年企业成本费用分析 243
 - 7.4.5 红黄蓝童装提倡绿色环保 244
 - 7.4.6 红黄蓝打造童装品牌的对策 245
- 7.5 娃哈哈 245
 - 7.5.1 公司简介 245
 - 7.5.2 2014-2016年企业偿债能力分析 246
 - 7.5.3 2014-2016年企业盈利能力分析 247
 - 7.5.4 2014-2016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 250
 - 7.5.8 娃哈哈童装产业拓展情况 253
- 7.6 兔仔唛 253
 - 7.6.1 公司简介 253
 - 7.6.2 2014-2016年企业偿债能力分析 255
 - 7.6.3 2014-2016年企业盈利能力分析 255
 - 7.6.4 2014-2016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 256
 - 7.6.6 兔仔唛打造“儿童时装” 259
- 7.7 石狮市小玩皮服装织造有限公司 260
 - 7.7.1 公司简介 260
 - 7.7.2 2014-2016年企业偿债能力分析 261
 - 7.7.3 2014-2016年企业盈利能力分析 261
 - 7.7.4 2014-2016年企业成本费用分析 261
- 7.8 上海巴布豆儿童用品有限公司 262
 - 7.8.1 公司简介 262
 - 7.8.2 2014-2016年企业偿债能力分析 262
 - 7.8.3 2014-2016年企业盈利能力分析 263
 - 7.8.4 2014-2016年企业成本费用分析 263
- 7.9 塔嘀塔 263

- 7.9.1 企业概况 263
- 7.9.2 嗒嘀嗒童装品牌简介 265
- 7.9.3 参与制定的三项童装国家标准 267
- 7.9.4 “嗒嘀嗒”开启中国童装发展新纪元 268
- 7.10 其他 270
- 7.10.1 小猪班纳童装 270
- 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 274

- 8.1 中国童装品牌的发展 274
- 8.1.1 中国童装发展品牌市场的背景 274
- 8.1.2 中国童装品牌经营的六种模式 281
- 8.1.3 中国童装品牌市场的整体格局 282
- 8.2 童装品牌细分市场的定位 284
- 8.2.1 以年龄层次细分市场 284
- 8.2.2 以个性定位细分市场 285
- 8.2.3 以功能定位细分市场 286
- 8.2.4 以设计定位细分市场 287
- 8.2.5 以童装价格细分市场 288
- 8.2.6 以品牌文化形象细分 288
- 8.3 中国童装品牌市场存在的问题 289
- 8.3.1 童装品牌结构不合理设计老化 289
- 8.3.2 中国童装品牌消费存在的不足 290
- 8.3.3 中国童装品牌做不大的原因 292
- 8.3.4 童装企业在品牌策划中的误区 294
- 8.4 中国童装品牌发展的策略 302
- 8.4.1 童装打造自主品牌的建议 302
- 8.4.2 中国童装品牌文化应升级 302
- 8.4.3 国内童装中高档品牌发展战略 304
- 8.4.4 中国童装品牌的提升策略分析 305

第九章中国童装市场营销策略分析 308

- 9.1 中国童装市场营销环境 308
- 9.1.1 中国童装市场的宏观营销环境 308

9.1.2 中国童装市场的微观营销环境	325
9.1.3 中国童装市场机遇和竞争环境	326
9.2 中国童装市场营销概况	328
9.2.1 童装市场营销主要渠道分析	328
9.2.2 童装企业战略营销模式分析	330
9.2.3 童装与动漫相结合促品牌营销升级	336
9.2.4 中国童装整体营销战略发展的趋势	339
9.3 中国童装市场营销4P策略	340
9.3.1 童装企业的产品策略	340
9.3.2 童装企业的定价策略	341
9.3.3 童装企业的渠道策略	341
9.3.4 童装企业的促销策略	343
9.4 中国童装市场营销4C策略	344
9.4.1 满足不同消费群体的童装需求	344
9.4.2 关注消费者购买童装付出成本	345
9.4.3 强调消费者购买童装的便利	345
9.4.4 与消费者保持良好的沟通	346
9.5 童装市场营销的对策	346
9.5.1 中国童装市场的营销策略	346
9.5.2 童装企业市场营销的创新	350
9.5.3 中国童装的定位营销策略	351
9.6 著名童装企业的营销策略	355
9.6.1 米奇妙童装形象+概念的营销策略	355
9.6.2 叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式	356
9.6.3 香港小天使儿童服装的区域促销方案	358
第十章2017-2022年中国童装行业投资前景分析	363
10.1 投资现状	363
10.1.1 童装市场的投资特性	363
10.1.2 2015年常熟建成国内最大童装交易市场	365
10.1.3 2016年浙江织里中国童装城开工奠基	366
10.1.4 2016年361度公司正式启动童装品牌	366
10.1.5 童装连锁投资成为未来主流趋势	368
10.2 投资机会	368
10.2.1 中国婴儿装童装市场充满商机	368

- 10.2.2 全球童装市场增长空间广阔 369
- 10.2.3 中国中低端童装市场形势大好 370
- 10.2.4 中国童装市场将迎来空前机遇 372
- 10.2.5 国内童装市场暗藏断层商机 372
- 10.3 投资风险 372
 - 10.3.1 童装行业的政策风险 373
 - 10.3.2 童装面料质量的风险 373
 - 10.3.3 童装出口的相关风险 376
 - 10.3.4 童装市场竞争加剧风险 377
- 10.4 投资建议 378
 - 10.4.1 2017-2022年中国童装行业投资建议 378
 - 10.4.2 童装品牌特许经营的风险规避对策 379
 - 10.4.3 童装企业应合理安排内外销比重 380
 - 10.4.4 童装投资应注重渠道建设 381

第十一章2017-2022年中国童装的发展趋势与前景 383

- 11.1 中国童装的发展前景 383
 - 11.1.1 21世纪中国童装产业发展前景分析 383
 - 11.1.2 2017-2022年中国童装市场发展态势 384
 - 11.1.3 时尚童装市场发展潜力探析 385
 - 11.1.4 中国童装产业的发展方向 386
- 11.2 中国童装发展趋势分析 387
 - 11.2.1 消费趋势 387
 - 11.2.2 生产趋势 387
 - 11.2.3 品牌趋势 388
 - 11.2.4 营销趋势 388
- 11.3 2017-2022年中国童装市场规模预测 390

图表目录：

- 图表1 意大利主要童装童鞋企业2015年销售收入一览表 31
- 图表2 2015年我国儿童服装产量情况分析（万件） 69
- 图表3 2015年我国儿童服装分月产量情况分析（万件） 69
- 图表4 2015年我国儿童服装分月产量增长情况分析 69
- 图表5 2015年我国儿童服装分月累计产量增长情况分析 70
- 图表6 2016年我国婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 70

图表7 2016年我国婴儿服装及衣着附件(万件)月度产量情况 70

图表8 2016年我国婴儿服装及衣着附件分月产量增长情况分析 71

图表9 2016年我国婴儿服装及衣着附件分月累计产量增长情况分析 71

图表10 2015年1-12月我国北京市婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 71

图表11 2015年1-12月我国北京市婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 72

图表12 2015年1-12月我国天津市婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 72

图表13 2015年1-12月我国天津市婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 72

图表14 2015年1-12月我国河北婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 72

图表15 2015年1-12月我国河北婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 72

图表16 2015年1-12月我国辽宁婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 72

图表17 2015年1-12月我国辽宁婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 73

图表18 2015年1-12月我国上海婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 73

图表19 2015年1-12月我国上海婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 73

图表20 2015年1-12月我国江苏婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 73

图表21 2015年1-12月我国江苏婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 73

图表22 2015年1-12月我国浙江婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 74

图表23 2015年1-12月我国浙江婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 74

图表24 2015年1-12月我国安徽婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 74

图表25 2015年1-12月我国安徽婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 74

图表26 2015年1-12月我国福建婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 74

图表27 2015年1-12月我国安徽婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 74

图表28 2015年1-12月我国江西婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 75

图表29 2015年1-12月我国江西婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 75

图表30 2015年1-12月我国山东婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 75

图表31 2015年1-12月我国山东婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 75

图表32 2015年1-12月我国河南婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 75

图表33 2015年1-12月我国河南婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 76

图表34 2015年1-12月我国湖北婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 76

图表35 2015年1-12月我国湖北婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 76

图表36 2015年1-12月我国湖南婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 76

图表37 2015年1-12月我国湖南婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 76

图表38 2015年1-12月我国广东婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 76

图表39 2015年1-12月我国广东婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况 77

图表40 2015年1-12月我国广西婴儿服装及衣着附件(万件)产量情况 77 图表41
2015年1-12月我国广西婴儿服装及衣着附件(%)产量增长情况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/297693.html>