



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国童装市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2023年中国童装市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/287334.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023年中国童装行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2023年中国童装市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2023年童装市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2023年童装市场发展前景展望
 - 11.1.3 2017-2023年童装细分行业发展前景分析
- 11.2 2017-2023年中国童装市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2017-2023年童装行业发展趋势
 - 11.2.2 2017-2023年童装市场规模预测
 - 11.2.3 2017-2023年童装行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2017-2023年中国童装行业供需预测
 - 11.3.1 2017-2023年中国童装行业供给预测
 - 11.3.2 2017-2023年中国童装行业需求预测
 - 11.3.3 2017-2023年中国童装供需平衡预测

第十二章 2017-2023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 2017-2023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：2017-2023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：2017-2023年中国童装产能预测

图表：2017-2023年中国童装消费量预测

图表：2017-2023年中国童装行业深度调研

图表：2017-2023年中国童装市场价格走势预测

图表：2017-2023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.icandata.com/view/287334.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。