

2019年中国童装市场分析报告- 行业发展现状与发展商机前瞻

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国童装市场分析报告-行业发展现状与发展商机前瞻》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/459359459359.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

第一章 2016-2019年国际童装市场分析

1.1 美国童装市场发展分析

1.1.1 行业发展概述

1.1.2 消费市场状况

1.1.3 市场重点品牌

1.1.4 境外市场开拓状况

1.1.5 行业政策环境

1.1.6 市场发展动态

1.2 俄罗斯童装市场发展分析

1.2.1 市场发展状况

1.2.2 市场规模分析

1.2.3 企业布局加快

1.2.4 市场消费者分析

1.3 英国童装市场发展分析

1.3.1 市场SWOT分析

1.3.2 市场品牌状况

1.3.3 企业发展动态

1.3.4 市场消费渠道状况

1.3.5 行业安全标准状况

1.4 日本童装市场发展分析

1.4.1 市场发展综析

1.4.2 市场消费特征

1.4.3 境外市场开拓状况

1.4.4 市场营销动态

1.4.5 行业政策动态

1.5 其它国家及地区童装市场发展分析

1.5.1 欧美

1.5.2 法国

1.5.3 韩国

1.5.4 越南

第二章 2016-2019年中国童装行业发展分析

2.1 童装的相关概述

2.1.1 童装的起源

2.1.2 童装的分类

2.1.3 童装产业的特征

2.2 中国童装行业发展总析

2.2.1 行业发展态势

2.2.2 行业发展阶段

2.2.3 总体发展特征

2.2.4 产业区域格局

2.2.5 产业结构状况

2.3 童装行业标准体系状况

2.3.1 国内外童装行业标准比较

2.3.2 中国童装安全性能标准分析

2.3.3 中国首个童装强制标准实施

2.3.4 我国童装标准执行状况分析

2.3.5 我国将加强童装标准体系建设

2.3.6 童装产业应实施ISO9000国际标准

2.4 童装产业绿色环保发展分析

2.4.1 环保童装的介绍

2.4.2 绿色童装的功能

2.4.3 绿色童装的要求

2.4.4 健康童装的面料

2.4.5 环保童装消费理念

2.4.6 绿色环保染料的应用

2.5 童装产业发展存在的问题

2.5.1 产业发展的制约因素

2.5.2 市场终端面临的问题

2.5.3 品牌建设面临的问题

2.5.4 行业质量问题

2.6 童装产业发展对策建议

2.6.1 童装企业发展对策

2.6.2 童装企业市场开拓策略

2.6.3 童装企业低成本传播战略

2.6.4 童装企业从批发向品牌转型的建议

第三章 2016-2019年中国童装市场需求分析

3.1 中国童装市场发展综述

3.1.1 市场发展状况

3.1.2 市场规模分析

3.1.3 市场销售状况

3.1.4 市场发展特征

3.1.5 市场定位分析

3.1.6 市场发展态势

3.2 童装行业细分市场发展剖析

3.2.1 中大童装市场发展状况分析

3.2.2 我国高端童装市场发展状况

3.2.3 国际时尚童装市场发展分析

3.2.4 中国童装奢侈品牌市场分析

3.3 童装电商市场发展分析

3.3.1 婴童服装电商模式分析

3.3.2 童装线上市场消费者特征

3.3.3 淘宝童装电商平台销售数据

3.3.4 “双11”童装电商销售数据

3.3.5 童装线上品牌格局变化

3.3.6 童装现地域性电商品牌

3.3.7 童装线上交易规模预测

3.4 中国童装市场需求分析

3.4.1 中国童装市场的需求规模

3.4.2 女童装与男童装市场比较

3.4.3 童装市场需求增速快

3.4.4 童装市场需求趋向

3.4.5 童装市场需求方向

3.5 中国童装市场消费分析

3.5.1 中国孕婴童消费市场状况

3.5.2 我国童装消费规模分析

3.5.3 童装市场消费特点分析

3.5.4 婴童消费水平加快升级

3.5.5 童装市场消费观念状况

3.5.6 童装市场消费影响因素

3.5.7 儿童消费心理对童装消费的影响

3.5.8 中国童装市场消费水平

3.5.9 童装个性化消费来临及应对策略

3.6 中国童装市场价格分析

3.6.1 影响因素分析

3.6.2 价格居高原因

3.6.3 产品价格范围

3.7 中国童装市场竞争格局分析

3.7.1 高中低端品牌竞争

3.7.2 成人服装品牌加入竞争

3.7.3 服装品牌加快布局童装市场

3.7.4 童装市场主要竞争形式

3.7.5 童装市场竞争力提升对策

3.8 中国童装出口市场分析

3.8.1 部分地区童装出口状况

3.8.2 儿童服装产品出口风险简析

3.8.3 消除童装产品出口风险对策

第四章 2016-2019年中国童装产业集群发展分析

4.1 中国童装产业集群概况

4.1.1 中国童装产业集群地发展状况

4.1.2 中国童装产业集群发展特点

4.1.3 童装产业基地产品安全问题

4.1.4 中国童装产业集群的发展对策

4.2 浙江织里

4.2.1 织里童装产业发展历程

4.2.2 织里童装产业发展成就

4.2.3 织里童装产业集群优势

4.2.4 织里童装产业集群发展作用

4.2.5 织里童装产业园区发展动态

4.2.6 织里加快推进童装出口贸易

4.3 广东佛山

4.3.1 佛山童装产业发展概况

4.3.2 佛山儿童服装城发展态势分析

4.3.3 佛山童装产业SWOT分析

4.3.4 佛山童装布局“互联网+”

4.4 福建石狮

4.4.1 石狮凤里童装基地介绍

4.4.2 石狮童装企业布局电商平台

4.4.3 石狮童装设计人才因素

4.4.4 石狮童装行业发展瓶颈

4.4.5 石狮童装行业发展策略

第五章 2016-2019年中国童装区域市场分析

5.1 北京

5.1.1 国外童装品牌进驻北京市场

5.1.2 北京童装产品质量状况分析

5.1.3 北京市加强童装质量检测

5.2 上海

5.2.1 外国高端童装品牌登陆上海

5.2.2 上海童装质量状况分析

5.2.3 上海童装市场展会动态

5.3 杭州

5.3.1 杭州童装品牌发展

5.3.2 杭州童装质量状况

5.3.3 杭州进口品牌童装状况

5.4 温州

5.4.1 温州童装企业抱团合作

5.4.2 温州童装商会正式成立

5.4.3 温州童装市场发展动态

5.4.4 限制温州童装发展的瓶颈

5.4.5 温州童装业发展前景乐观

5.5 虎门

5.5.1 虎门童装产业发展规模

5.5.2 动漫产业助力童装行业

5.5.3 童装网批城项目启动

5.5.4 虎门童装发展瓶颈

5.5.5 虎门童装产业发展规划

5.6 其他地区

5.6.1 即墨

5.6.2 广州

5.6.3 磁县

第六章 2016-2019年中国童装品牌分析

6.1 2016-2019年中国童装品牌发展状况

6.1.1 中国童装发展品牌市场背景

6.1.2 我国自主童装品牌发展状况

6.1.3 洋品牌大肆抢滩我国童装市场

6.1.4 运动品牌争相发力国内童装市场

6.1.5 国内童装品牌发展形势分析

6.2 2016-2019年童装品牌市场占有率分析

6.2.1 我国童装市场占有率低于国际水平

6.2.2 我国童装品牌市场综合占有率

6.2.3 专业童装品牌市场占有率分析

6.3 2016-2019年童装品牌细分市场定位分析

6.3.1 以年龄层定位细分市场

6.3.2 以个性定位细分市场

6.3.3 以功能定位细分市场

6.4 中国童装品牌发展存在的问题及对策建议

6.4.1 中国童装品牌发展中存在的问题

6.4.2 中国童装品牌发展面临的挑战

6.4.3 童装品牌运营战略模式

6.4.4 童装品牌细分策略

6.4.5 童装企业品牌提升策略

6.5 童装企业品牌化打造案例分析

6.5.1 找准定位

6.5.2 加强传统渠道开拓电商

6.5.3 传播策略向数字媒体倾斜

6.5.4 做好深度数据挖掘

第七章 2016-2019年中国童装市场营销分析

7.1 中国童装市场营销环境

7.1.1 中国童装市场宏观营销环境

7.1.2 中国童装市场微观营销环境

7.2 中国童装市场营销状况

- 7.2.1 童装品牌运营模式分析
- 7.2.2 童装市场终端营销特征
- 7.2.3 童装市场网络营销模式
- 7.2.4 童装O2O营销热度上升
- 7.2.5 童装市场加入动漫营销
- 7.2.6 童装市场微信营销路径
- 7.2.7 绿色营销成为营销主旋律
- 7.2.8 童装品牌视觉营销分析
- 7.3 中国童装市场营销渠道分析
 - 7.3.1 童装市场传统营销渠道
 - 7.3.2 品牌销售传统渠道
 - 7.3.3 童装市场新兴营销渠道
- 7.4 童装市场战略营销模式分析
 - 7.4.1 纵向一体战略营销模式
 - 7.4.2 横向一体战略营销模式
 - 7.4.3 同心多元战略营销模式
- 7.5 童装市场营销策略
 - 7.5.1 我国童装市场的营销建议
 - 7.5.2 我国童装市场营销新策略
 - 7.5.3 童装目标市场营销策略
 - 7.5.4 正确实施童装品牌营销战略
 - 7.5.5 童装多渠道营销突围策略
 - 7.5.6 童装整体营销战略策划及创新

第八章 童装行业重点企业经营状况分析

8.1 耐克

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.2 阿迪达斯

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.3 森马服饰

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.4 金发拉比

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.5 安奈儿

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.6 起步股份

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.7 童创童欣

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.8 丽婴房

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

8.9 博士蛙国际

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第九章 中国童装市场投资机会分析及风险预警

9.1 投资现状

9.1.1 童装市场的投资特性

9.1.2 童装行业成为投资热点

9.1.3 童装资本市场发展动态

9.1.4 童装行业融资进程加快

9.1.5 童装批发市场投资分析

9.1.6 童装连锁投资成为未来主流趋势

9.2 投资机会

9.2.1 全球童装市场增长空间广阔

9.2.2 中国童装行业投资机会广阔

9.2.3 国内童装消费能力进一步提升

9.2.4 童装成为服装市场新的增长点

9.3 投资风险

9.3.1 童装产品结构风险

9.3.2 童装企业内部风险

9.3.3 童装品牌效应风险

9.4 投资建议

9.4.1 童装品牌特许经营风险规避对策

9.4.2 童装企业渠道建设建议

9.4.3 童装投资主要要素分析

第十章 2020-2026年中国童装行业发展前景预测

10.1 中国童装行业发展前景分析

10.1.1 中国童装市场发展潜力

10.1.2 童装市场进入整合发展阶段

10.1.3 中国童装市场需求空间

10.1.4 童装产品质量成为关注重点

10.1.5 童装市场集中化趋势逐步加强

10.2 2020-2026年中国童装行业预测分析

10.2.1 影响因素分析

10.2.2 销售规模预测

10.3 中国童装行业发展趋势分析

10.3.1 消费趋势

10.3.2 生产趋势

10.3.3 品牌趋势

10.3.4 营销趋势

10.3.5 流行趋势

10.3.6 功能性趋势

附录：

附录一：婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范

图表目录

图表 俄罗斯网络市场最大产品种类

图表 日本主要童装生产商的销售额及主要品牌

图表 日本童装市场上的外国品牌

图表 童装的零售价格

图表 日本家长选择童装的考虑因素

图表 童装行业发展阶段

图表 我国儿童服装涉及的已发布实施的标准

图表 童装相关产品标准内在质量要求

图表 童装绳索和拉带安全系列标准主要内容

图表 中国童装销售规模统计

图表 淘宝童装市场电商销售规模

图表 淘宝童装市场移动端、PC端成交规模

图表 淘宝童装TOP10子类目交易额

图表详见报告正文……（GY YXY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国童装市场分析报告-行业发展现状与发展商机前瞻》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/459359459359.html>