

# 2021年中国童装行业分析报告- 产业现状与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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/550569550569.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

### 一、童装行业产业链上游

#### 1、我国童装行业产业链上游现状

我国童装行业产业链上游主要包括面料纺织生产及辅料生产行业。

##### (1) 纺织面料行业

近几年国内纺织工业增加值逐年增长，纺织纤维加工总量、化纤产量、纺织服装出口量均居全球首位。中国纺织行业的市值由2017年的约4195亿元增至2019年的约4356亿元，复合年增长率约为2%。

2016-2020年全国纺织行业市场规模 数据来源：观研天下整理

从国内纺织工业在全球市场地位来看，2020年，我国纺织纤维加工总量达5800万吨，占世界纤维加工总量的比重保持在50%以上；化纤产量占世界的比重70%以上；纺织品服装出口额达2990亿美元，占世界的比重超过三分之一，稳居世界第一。

2020年中国纺织纤维加工量、纤维产量及纺织品出口在全球市场占比 数据来源：中国纺织工业联合会、观研天下整理

##### (2) 服装辅料行业

服装辅料行业主要包括纽扣、拉锁、里料、衬垫料、线料以及商标、标志等设计和生产企业。面辅料环节是服装产业链中的一个技术性较强的环节，其发展直接带动了服装产业的发展。数据显示，2015年到2019年我国服装辅料行业的收入呈现上升态势，从2015年的29.2亿元增长至2019年的41.7亿元。

2015-2019年我国服装辅料行业收入情况 数据来源：观研天下整理

#### 2、我国童装行业产业链上游代表企业

目前，我国童装行业产业链上游代表企业主要有上海安诺其集团股份有限公司、南京纺织品进出口股份有限公司、罗莱生活科技股份有限公司、浙江伟星实业发展股份有限公司、浙江棒杰控股集团股份有限公司和雅戈尔集团股份有限公司等。

我国童装行业产业链上游代表企业优势分析

类型

企业

优势分析

纺织面料

上海安诺其集团股份有限公司

多元发展优势：公司实施相关多元化发展战略,成立了七彩云电子商务公司、安诺其数码科技公司、安诺其科技公司,向电子商务领域、数码印花领域、环保和新材料等领域发展,通过多元化经营,降低染料行业形势变化对公司经营业绩的影响。

产品优势：公司专注于为客户提供新型纺织面料和特色化染色需求的全套染整解决方案,不

仅为印染企业提供新型面料用染料和特色化染色需求用染料,更为客户提供包括染料应用技术以及印染工艺的全套染整解决方案。目前拥有分散染料ANOCRON(安诺可隆)、活性染料ANOZOL(安诺素)等六大系列品牌,近三百个品种的染料产品。

#### 南京纺织品进出口股份有限公司

**专业优势：**公司主营业务为进出口贸易和国内大宗贸易。公司出口产品包括纺织服装、机电设备、医药化工等,进口产品包括羊毛、塑料、化工原料等,大宗贸易产品包括化工产品、金银制品等。公司的产品制造、分销和贸易服务通达欧盟、美国、加拿大、日本等近百个国家、地区及国内市场。

通过长期积累,公司已经培育并具备稳定的客户资源、通畅的营销网络和稳定的贸易关系。

**品牌优势：**公司成立三十多年来,一直深耕贸易业务,经过几代人的努力,形成了良好的外部形象和声誉。2001年上市以来,公司积极推动贸易业务与实体经营相结合,并依托国资背景,不断整合各

类资源,在国际国内市场上创立了“landsea”、“朗诗”等具有一定知名度、美誉度的品牌。

#### 罗莱生活科技股份有限公司

**渠道优势:**公司采用特许加盟连锁和直营连锁相结合的复合型连锁经营模式,建立了覆盖全国的行业内第一的销售网络,公司在全国31个省(直辖市,自治区)的500多个城市以特许加盟连锁模式开拓了600个加盟商,建立了1492个销售网点,其中专卖店691个,商场专柜801个。在部分大型中心城市,如上海,郑州,长沙,重庆等地,公司则以直营连锁模式建立了直营市场。

**研发优势：**公司在上海设立了研发中心,拥有设计师100多人,每年都派大批设计精英参加德国法兰克福,法国巴黎和意大利米兰家纺展以开拓视野和把握国际流行趋势。公司经常率先在业内采用新型面料和新技术,如激光网的印花工艺,人制纤维混纺,天丝,全真丝多色交织等。每年研发分两季推出新款单套件和被芯类产品100多种,每年新品销售额达到公司总销售额的30%左右。

#### 辅料生产

#### 浙江伟星实业发展股份有限公司

**技术创新优势：**公司率先在业内提出“时尚设计”理念,开国内先河在《VIEF国际纺织品流行趋势》持续解码辅料流行风向;700多位研发精英,依据服装品牌的风格以及流行趋势为客户“量身定制”一体化辅料解决方案。公司在服装辅料的研发与创新方面积累了近三十年的工艺技术诀窍,现建有中国拉链、钮扣技术研究中心、CNAS实验室、博士后工作站,主编、参编9项国家和行业标准,拥有专利265项。多层次、专业化的研发模式能够满足不同客户的个性化需求。

**规模优势：**公司拥有业内一流的技术装备,关键生产设备主要由欧洲等国家引进,并结合生产实际不断改造升级,其装备水平处于国际领先水平。同时公司已在浙江和深圳建有四大生产基地,并在孟加拉国筹建新工业园,形成年产钮扣100亿粒、拉链4.50亿米的生产能力,成为国

内规模最大、品种最齐全的服装辅料企业,为客户提供优质服务保障。

浙江棒杰控股集团股份有限公司

**品牌优势：**公司紧密地围绕法维诗以及丸美品牌的定位、价值与个性,通过产品设计、产品陈列、网络营销等各类活动,不断提升品牌形象,法维诗和丸美品牌不仅在无缝行业名列前茅,法维诗品牌先后获得 浙江省著名商标、浙江名牌产品称号。

**生产能力优势：**公司规模不断扩大,在报告期内,公司顺利完成了年产2000吨锦纶DTY和1200吨包覆纱配股募集资金项目,为公司今后提高生产能力提供了强有力的保障。公司拥有意大利进口的 圣东尼一次成型无缝针织机376台,各类缝纫设备800多台套,拥有3000平方米的省级高新技术企业研究开发中心,并已经形成了从产品前道打样、缝制一体化的产品开发体系,公司还拥有6台Santoni最高端的SM4-TR2,其中18英寸的针筒直径是义乌无缝产业集群内针筒直径最大的无缝针织设备,该型号设备主要用于生产专业运动装和大网眼面料等高档产品。目前,公司拥有2个包覆纱生产车间,对于包覆纱生产具备一定的人员储备和相关经验。近年来,公司不断加大对研发的投入,培养了一支110余人组成的专业技术队伍,大大提高了公司的研发生产能力。

雅戈尔集团股份有限公司

**地产品牌优势：**公司房地产业务定位于稳健进取的区域龙头,在宁波、苏州等区域市场开发了多个臻品楼盘,具有较好的区域市场品牌影响力。

**业务优势：**公司所从事的主要业务包括品牌服装、地产开发和投资业务。品牌服装业务实施全产业链协同发展,上游参股纺织企业,中游全资设立成衣制造企业,下游直营店拓展渠道;地产开发业务始于1992年,运营十年后以8405.08万元的对价注入上市公司,目前经营业务包括房地产开发、旅游地产、动物园等;投资业务主要分为战略产业投资和财务投资,前者重点布局大健康、大金融、综合性集团等领域,持续完善战略布局,打造金融控股平台,后者主要关注成长性较好企业。资料来源：观研天下整理

## 二、童装行业产业链中游

### 1、我国童装行业产业链中游现状

我国童装行业产业链中游即童装生产行业。我国居民生活水平的不断提高及优生优育观念的不断加强推动了育儿消费支出的快速增长。我国生育政策的调整带来了新一轮的新生儿人口红利。同时,儿童社交场景越来越丰富。2020年上半年全面爆发的“新冠肺炎”疫情导致全国范围内的居民居家隔离、外出活动减少,对童装行业造成了短期的冲击。自2020年下半年以来,国内疫情形势已经得到基本控制。从中长期来看,对行业产生重大不利影响因素已基本消除。

2016-2021年我国童装市场规模 资料来源：观研天下整理

### 2、我国童装行业产业链中游代表企业

现阶段,我国童装行业产业链中游代表企业主要有深圳市安奈儿股份有限公司、浙江森马服饰股份有限公司、起步股份有限公司和金发拉比婴童用品股份有限公司等。

## 我国童装行业产业链中游代表企业优势分析

### 企业

#### 优势分析

##### 深圳市安奈儿股份有限公司

**品质优势：**成立至今,公司始终坚持安全、舒适的 brand 理念,以定织定染优质面料为产品开发的基础,从面料的纱线选择,到织布、印染、后整处理及成衣加工等全制造流程进行跟踪监测与过程控制,确保染色、印花及整理等过程全部采用环保染料与安全助剂,致力于为广大儿童消费者带来“不一样的舒适”,创造安全、舒适、健康的穿着体验。

**品牌优势：**公司自主品牌“Annil安奈儿”的创立可追溯至创始人曹璋、王建青夫妇在1996年创办的“安尼尔童装店”。经过近二十年的创业创新,“Annil安奈儿”品牌以面料优质环保、款式简洁新颖、穿着舒适大方的产品特征,赢得了广泛的市场认可,并已发展成为我国知名的童装品牌之一。

**产品设计优势：**依靠对优质面料、款型设计与技术工艺的持续追求,公司产品得到了市场与行业的广泛认可,在2014年中国服装协会主办的第十届“中国服装品牌年度大奖”评选中,荣获年度“创新大奖”。

##### 浙江森马服饰股份有限公司

**品牌优势：**森马品牌在国内休闲服市场中品牌知名度、市场占有率、渠道规模等方面名列前茅,巴拉巴拉品牌在品牌知名度、市场占有率、渠道规模等多项指标占据绝对优势,连续多年在国内童装市场位居第一。

**布局优势：**公司森马休闲装和巴拉巴拉童装两大品牌服饰业务成功布局中国一二三四线市场,零售终端遍布国内,不仅为现有品牌经营提供重要保证,也为未来多品类、多品牌业务的发展提供良好基础。同时,在互联网快速发展的背景下,公司加大对互联网投入,成功开拓电商新渠道,线上业务占比快速提升,形成线上线下相结合的零售全渠道布局。

##### 起步股份有限公司

**品牌优势：**公司成立以来一直致力于提供健康舒适的儿童用品,公司的儿童服饰产品覆盖全国主要省市和地区,外观新颖时尚、产品品类齐全、性价比较高,在国内儿童服饰市场中具有较强的竞争优势,特别在二、三线城市中优势更加突出。近年来公司的市场地位不断提升,市场份额不断扩大。随着公司研发、生产及营销系统的提升,未来品牌知名度和市场影响力将进一步提高。

**研发设计优势：**公司拥有独立的童鞋和童装研发部门,产品研发人员拥有丰富的儿童服饰产品研发和设计经验。童鞋方面,公司先后在青田和泉州等地设立皮鞋开发中心和运动鞋开发中心,整合各区域优势资源,吸纳温州及其周边地区皮鞋产业和福建运动鞋产业人才,共同打造公司童鞋产品线,不断提升产品的舒适度和款式设计水平。童装方面,公司在深圳设立服装开发中心,招揽国内业界前沿的资深设计师团队,并与法国、韩国、马来西亚等国际设计师团队合作,不断提高公司的设计水平。

## 金发拉比婴童用品股份有限公司

**研发优势：**婴幼儿处于生长发育初期,其服饰棉品及日用品十分注重产品的安全性、舒适性及功能性。与儿童及成年人产品不同,婴幼儿服饰棉品及日用品的设计生产需要多年工艺参数的积累与校正。公司是国内最早研发、生产母婴消费品的企业之一,二十年来始终坚持自主创新的研发策略,以满足婴幼儿舒适性、安全性、功能性需求为出发点,针对婴幼儿处于生长发育初期的生理特征和发育特点,不断加大研发投入,建立及完善人体工学数据库。截止本报告期末,公司共拥有设计方面的专利共18项,其中外观设计专利14项,实用新型专利4项。

**全渠道布局优势：**经过多年来的渠道建设,公司的营销渠道不仅囊括了北京、上海、广州、深圳等一线城市和大部分二线城市,而且也已经深入渗透到了部分经济较发达的三、四线城市,销售网络遍布全国。广泛而深入的营销渠道不仅为公司品牌发展提供了重要保证,也为未来公司进行品牌战略扩展奠定了良好的基础。在现如今互联网快速发展的背景下,公司亦不断加大了对互联网营销的投入,积极扶持发展电商渠道,线上业务占比逐年提升,已形成“线上线下双轮驱动”的零售全渠道布局。材料来源：观研天下整理

### 三、童装行业产业链下游

#### 1、我国童装行业产业链下游现状

我国童装行业产业链下游主要是服装贸易行业,包括线下销售渠道和线上电商。

##### (1) 线下销售

由于童装消费群体的特殊性,消费者对中高端童装的选购较为关注产品的舒适性与安全性,尤其对舒适度的感知,童装消费更需要通过实体门店进行体验与选购。因此,传统线下实体店作为童装产品的选购场所,仍具有一定的不可替代性。近年来,部分知名母婴垂直电商品牌开始大举拓展线下业务。未来,线上线下一体化营销将成为品牌商发展的趋势:企业通过搭建信息化管理平台整合线上线下流量资源,促进各渠道之间相互的积极配合和协作,将促使企业获得更大的竞争力。大多数品牌童装都有直营门店,例如森马的巴拉巴拉童装店、安奈儿的直营店铺等。

##### (2) 线上电商

母婴市场正在发生翻天覆地的变化。随着中国互联网行业的飞速发展,电商、短视频、以及社交平台的出现,消费市场的销售渠道越来越多样化,线下渠道在2020年疫情的冲击下,遭受到打击,同时线上销售额增速明显。数据显示,2021年天猫童装童鞋销售规模达49.6亿元,同比2020年1月的38.6亿元增长了27.8%。

2020年1月-2021年1月天猫童装销售规模 数据来源:观研天下整理

#### 2、我国童装行业产业链下游代表企业

现阶段,我国童装行业产业链下游代表企业主要有浙江森马服饰股份有限公司、深圳市安奈儿股份有限公司、湖南友谊阿波罗商业股份有限公司、上海美特斯邦威服饰股份有限公司、南极电商股份有限公司、阿里巴巴集团控股有限公司和上海爱婴室商务服务股份有限公司等。

## 我国童装行业产业链下游代表企业优势分析

类型

企业

优势分析

线下

### 浙江森马服饰股份有限公司

**品牌优势：**森马品牌在国内休闲服市场中品牌知名度、市场占有率、渠道规模等方面名列前茅,巴拉巴拉品牌在品牌知名度、市场占有率、渠道规模等多项指标占据绝对优势,连续多年在国内童装市场位居第一。

**布局优势：**公司森马休闲装和巴拉巴拉童装两大品牌服饰业务成功布局中国一二三四线市场,零售终端遍布国内,不仅为现有品牌经营提供重要保证,也为未来多品类、多品牌业务的发展提供良好基础。同时,在互联网快速发展的背景下,公司加大对互联网投入,成功开拓电商新渠道,线上业务占比快速提升,形成线上线下相结合的零售全渠道布局。

### 深圳市安奈儿股份有限公司

**品质优势：**成立至今,公司始终坚持安全、舒适的 brand 理念,以定织定染优质面料为产品开发的基础,从面料的纱线选择,到织布、印染、后整处理及成衣加工等全制造流程进行跟踪监测与过程控制,确保染色、印花及整理等过程全部采用环保染料与安全助剂,致力于为广大儿童消费者带来“不一样的舒适”,创造安全、舒适、健康的穿着体验。

**品牌优势：**公司自主品牌“Annil安奈儿”的创立可追溯至创始人曹璋、王建青夫妇在1996年创办的“安尼尔童装店”。经过近二十年的创业创新,“Annil安奈儿”品牌以面料优质环保、款式简洁新颖、穿着舒适大方的产品特征,赢得了广泛的市场认可,并已发展成为我国知名的童装品牌之一。

### 湖南友谊阿波罗商业股份有限公司

**门店位置优势：**长沙现已基本形成火车站,袁家岭,五一广场,东塘,溁湾镇等五大商圈,公司下属阿波罗商业广场,友谊商店,春天百货长沙店,友谊商城分别位于火车站,袁家岭,五一广场,东塘商圈,占据长沙五大商圈中的四席,具有明显的优势。

**供应商优势：**公司与1000余家国际和国内的知名品牌供应商建立了良好的长期合作关系,并与其中大部分结成了长期稳定战略发展伙伴,具有强大的招商能力和稳定的供应渠道。

### 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

**品牌优势：**本公司紧密地围绕Meters/bonwe以及ME&CITY品牌的定位、价值与个性,通过产品设计、产品陈列、店铺设计、广告 投放、签约代言和各类营销活动,借助目标消费群体所关注的国内外各类公众、时尚事件,进行高频率、多层次的整合营销活动,不断提升Meters/bonwe、ME&CITY两大品牌以及下属子品牌的品牌形象Meters/bonwe品牌不仅在市场调研结果中 名列前茅,也同时获得了国家及国际国内各类权威机构的认可,并于2006年3月获得了国家商标局颁发的“中国驰名商标”称号。

设计优势：公司的设计团队多年来始终坚持国际化与本土化相结合,以自主培养设计师为主的原则组建设计团队。设计团队自建 设计伊始一直保持了很好的稳定性,设计人员年龄结构分布均匀,使得设计团队在保持年轻活力的同时也令国际化资深设计师经验得到了有效传承。公司产品设计的最大特点在于保持了感性与理性的平衡。

线上

南极电商股份有限公司

规模优势：公司以建设并完善品牌矩阵为核心,并适当补充相关工具类业务,以有效支持品牌矩阵的发展。报告期内,公司建设了内容营销团队,为Pony项目广告业务打开良好局面;并完成了对主营移动互联网广告业务的时间互联的收购,未来在移动端流量管理上将有很好的协同效应。

品台优势：公司是经营品牌授权、电商服务、个人品牌业务、柔性供应链园区业务及少量货品销售业务的品牌商、电商服务商。LOGO品牌、IP品牌、个人品牌组成的品牌矩阵是公司业务的核心,公司以此为根基不断深耕业务深度、延伸业务范围。

阿里巴巴集团控股有限公司

业务优势：经营多项业务，另外也从关联公司的业务和服务中取得经营商业生态系统上的支援。业务和关联公司的业务包括：淘宝网、天猫、聚划算、全球速卖通、阿里巴巴国际交易市场、1688、阿里妈妈、阿里云、蚂蚁金服、菜鸟网络等

品牌优势：是全球企业间（B2B）电子商务的著名品牌，是全球国际贸易领域内最大、最活跃的网上交易市场和商人社区。杰出的成绩使阿里巴巴受到各界人士的关注，两次入选哈佛大学商学 MBA 案例，在美国学术界掀起研究热潮，入选《中国品牌价值研究院》中国品牌500强

上海爱婴室商务服务股份有限公司

品牌优势：公司定位于中高端母婴市场,多年来,以上海为中心,深耕华东地区形成了深厚的客户信赖关系,品牌认可度高、渠道影响力强。公司一直以来都在不断加强客户对“爱婴室”品牌的认知度,公司70%以上的门店开设在大型Mall里,店内销售商品均经过严格筛选,品牌品质行业领先,在业内和消费者心目中建立了安全、优质、可信赖的品牌形象。公司在华东各经营城市“深耕细作”,不断加密开店,已成为当地市场占有率排名第一的母婴连锁专卖渠道,品牌曝光度高,深得客户信赖。“爱婴室”品牌在华东母婴市场已成为消费者认知品牌第一位。

选品优势：公司基于对客户消费习惯的认知以及消费数据的长年积累,形成了精准、高效的全球选品能力。母婴市场供应商、品牌商众多,对于一家零售企业来说,能在全球市场品类繁多的母婴产品中选取合适的商品组合,并不断迭代商品组合,呈现给消费者,是一种重要的经营能力,也是企业的一种核心竞争力。爱婴室创业始于母婴产品目录电话销售模式,经过二十余年的行业积累,对客户消费习惯、定位以及母婴消费市场的变化趋势有了深刻的认知和洞察,并积累了大量的消费数据。爱婴室有专业的采购团队面向全球选品,不断优化商品结构,积极引进畅销新品、淘汰滞销旧品,确保最优的商品组合呈现给消费者。资料来源：观研天下整

理（LM）

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国童装行业发展概述

#### 第一节 童装行业发展情况概述

- 一、童装行业相关定义
- 二、童装行业基本情况介绍
- 三、童装行业发展特点分析
- 四、童装行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、童装行业需求主体分析

#### 第二节 中国童装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、童装行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### (1) 沟通协调机制

#### (2) 风险分配机制

#### (3) 竞争协调机制

### 四、中国童装行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国童装行业生命周期分析

#### 一、童装行业生命周期理论概述

#### 二、童装行业所属的生命周期分析

### 第四节 童装行业经济指标分析

#### 一、童装行业的赢利性分析

#### 二、童装行业的经济周期分析

#### 三、童装行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国童装行业进入壁垒分析

#### 一、童装行业资金壁垒分析

#### 二、童装行业技术壁垒分析

#### 三、童装行业人才壁垒分析

#### 四、童装行业品牌壁垒分析

#### 五、童装行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球童装行业市场发展现状分析

### 第一节 全球童装行业发展历程回顾

### 第二节 全球童装行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲童装行业地区市场分析

#### 一、亚洲童装行业市场现状分析

#### 二、亚洲童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲童装行业市场前景分析

### 第四节 北美童装行业地区市场分析

#### 一、北美童装行业市场现状分析

#### 二、北美童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美童装行业市场前景分析

### 第五节 欧洲童装行业地区市场分析

#### 一、欧洲童装行业市场现状分析

#### 二、欧洲童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲童装行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界童装行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球童装行业市场规模预测

## 第三章 中国童装产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品零售总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国童装行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国童装产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国童装行业运行情况

### 第一节 中国童装行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国童装行业市场规模分析

### 第三节 中国童装行业供应情况分析

### 第四节 中国童装行业需求情况分析

### 第五节 我国童装行业细分市场分析

#### 1、细分市场一

#### 2、细分市场二

#### 3、其它细分市场

## 第六节 中国童装行业供需平衡分析

## 第七节 中国童装行业发展趋势分析

## 第五章 中国童装所属行业运行数据监测

### 第一节 中国童装所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国童装所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国童装所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国童装市场格局分析

### 第一节 中国童装行业竞争现状分析

#### 一、中国童装行业竞争情况分析

#### 二、中国童装行业主要品牌分析

### 第二节 中国童装行业集中度分析

#### 一、中国童装行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国童装行业市场集中度分析

### 第三节 中国童装行业存在的问题

### 第四节 中国童装行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国童装行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国童装行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国童装行业消费市场动态情况

### 第二节 中国童装行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 童装行业成本结构分析

第四节 童装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国童装行业价格现状分析

第六节 中国童装行业平均价格走势预测

一、中国童装行业价格影响因素

二、中国童装行业平均价格走势预测

三、中国童装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国童装行业区域市场现状分析

第一节 中国童装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区童装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区童装市场规模分析

四、华东地区童装市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区童装市场规模分析

四、华中地区童装市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区童装市场规模分析

四、华南地区童装市场规模预测

第九章 2017-2021年中国童装行业竞争情况

第一节 中国童装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国童装行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国童装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 童装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国童装行业发展前景分析与预测

第一节 中国童装行业未来发展前景分析

一、童装行业国内投资环境分析

二、中国童装行业市场机会分析

三、中国童装行业投资增速预测

第二节 中国童装行业未来发展趋势预测

第三节 中国童装行业市场发展预测

一、中国童装行业市场规模预测

二、中国童装行业市场规模增速预测

三、中国童装行业产值规模预测

四、中国童装行业产值增速预测

五、中国童装行业供需情况预测

第四节 中国童装行业盈利走势预测

一、中国童装行业毛利润同比增速预测

二、中国童装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国童装行业投资风险与营销分析

第一节 童装行业投资风险分析

一、童装行业政策风险分析

二、童装行业技术风险分析

三、童装行业竞争风险

四、童装行业其他风险分析

第二节 童装行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国童装行业发展战略及规划建议

## 第一节 中国童装行业品牌战略分析

- 一、童装企业品牌的重要性
- 二、童装企业实施品牌战略的意义
- 三、童装企业品牌的现状分析
- 四、童装企业的品牌战略
- 五、童装品牌战略管理的策略

## 第二节 中国童装行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 第三节 中国童装行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国童装行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国童装行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国童装行业营销渠道策略

- 一、童装行业渠道选择策略
- 二、童装行业营销策略

### 第三节 中国童装行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国童装行业重点投资区域分析
- 二、中国童装行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

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/550569550569.html>