2011-2015年童装行业十大企业竞争力评估及发展预测分析报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年童装行业十大企业竞争力评估及发展预测分析报告》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://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/111653111653.html

报告价格：电子版: 7800元　纸介版：8300元　电子和纸介版: 8800

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

→内容简介

2010年，童装行业已经迈入产业化发展时代。如今，童装产业已经慢慢演绎成服装产业的重要组成部分，构建独特的品牌文化和品牌价值是童装企业想要实现品牌化和产业化的必经之路。今后，中国童装品牌实现战略发展，必须加大投入，在品牌文化和品牌产业链的形成方面下足功夫。童装一直是儿童用品行业中一个最大的市场，从不被人们重视到现在儿童用品行业的销售热点，它的发展历程也是社会观念转变的一个过程。21世纪，是一个变化极为迅速的时期，儿童服饰发展到这一时期，已经形成一定的规模，人们的观念也发生了翻天覆地的变化。由于我国计划生育的有效实施，家家户户都是独生子女的现象使许多家长都改变了观念，孩子变成了家中的焦点，在孩子身上他们的投资也越来越多，只要是孩子喜欢的，家长都会尽量满足。尽管这一时期国内童装市场也发生了巨大的变化，但是童装尤其是国产童装的销售市场却不容乐观，质量低劣、款式陈旧以及不同程度的模仿是最大的问题，而国外童装虽然新潮，可是价格贵得惊人，根本不是普通家庭消费得起的，市场无法满足当前大众的需求，危机面前也是商机，对于国内童装发展商来说，这却是一次难得的商机。

2011年，国内童装品牌仍整体呈现“小、散、乱”局面，对产业资源造成极大浪费，童装企业和品牌也将不可避免地面临整合与被整合的课题。行业、企业需主动走集约化发展道路、连横合纵的优势资源整合道路、产业资源国际化发展道路才能在各类资源面前具有发言权、掌控权，在市场面前具有引导权、话语权。目前我国童装行业缝制技术装备水平已经基本达国际领先，仍须提倡节能设备、循环资源利用设备和信息化、自动化专业设备使用。特别是作为品牌创新的基础，信息化与工业化深度结合，以及工艺、流程方面的软科学仍须突破。行业中部分企业已经通过流程再造大幅利高了劳动生产率。工业化与信息化融合已在童装行业蔚然成风，领军企业全部进行了信息化改造，或多或少地使用了ERP等供应链管理软件的模块，一些企业正在建设专业化、信息化物流仓储体系，大大提高了品牌对市场的快速反应。在当前形势下，我国童装行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全球纺织、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、童装行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国童装市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了童装前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对童装市场风险进行了预测，为童装生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在童装行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国童装行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状
第一章 中国童装行业发展概述 1
第一节 童装行业发展情况 1
一、童装定义 1
二、童装行业发展历程 1
第二节 童装产业链分析 3
一、产业链模型介绍 3
二、童装产业链模型分析 3
第三节 2010-2011年中国童装行业经济指标分析 3
一、赢利性 3
二、成长速度 4
三、附加值的提升空间 7
四、进入壁垒／退出机制 8
五、风险性 8
六、行业周期 8
第二章 全球童装市场发展分析 11
第一节 全球童装市场发展情况分析 11
一、2010-2011年全球童装市场发展分析 11
二、2010-2011年全球童装市场统计分析 12
三、2010-2011年全球童装销售排名分析 13
四、2010-2011年全球童装消费者调查分析 13
第二节 世界主要国家童装市场分析 14
一、2010-2011年美国童装市场现状分析 14
二、2010-2011年欧洲童装市场现状分析 15
三、2010-2011年韩国童装市场现状分析 19
第三章 中国童装市场运行分析 21
第一节 童装行业市场发展基本情况 21
一、市场现状分析 21
二、市场规模分析 23
三、市场特点分析 25
四、市场技术发展状况 25
第二节 童装行业技术研发情况 31

一、行业研发情况分析 31
二、研发投入与研发成果关系 32
第三节 行业市场工业总产值分析 37
一、2010年市场工业总产值分析 37
二、2010-2011年不同规模企业工业总产值分析 38
三、2010-2011年不同所有制企业工业总产值比较 38
四、2010-2011年行业市场工业总产值地区分布 38
第四节 行业市场产品价格分析 38
一、2009年市场产品价格走势 38
二、2010年市场产品价格走势 43
三、2011年市场产品价格走势 47
四、2011-2015年产品价格趋势 48
第四章 中国童装行业的国际比较分析 49
第一节 中国童装市场发展情况分析 49
一、2009-2010年中国童装市场发展分析 49
二、2010-2011年中国童装市场统计分析 49
三、2010-2011年中国童装市场发展分析 50
四、2010-2011年中国童装细分市场分析 54
第二节 中国童装行业的国际比较分析 57
一、中国童装行业竞争力指标分析 57
二、国际童装行业竞争力指标分析 57
三、中国童装行业经济指标国际比较分析 57
第三节 全球童装行业市场需求分析 58
一、市场规模现状 58
二、需求结构分析 58
三、重点需求客户 58
四、市场前景展望 58
第五章 中国童装行业经济运行指标分析 59
第一节 2010-2011年中国童装行业总体规模分析 59
一、企业数量结构分析 59
二、行业生产规模分析 60
第二节 2010-2011年中国童装行业产销分析 60
一、行业产成品情况总体分析 60
二、行业产品销售收入总体分析 60
第三节 2010-2011年中国童装行业财务指标总体分析 61

一、行业盈利能力分析 61
二、行业偿债能力分析 61
三、行业发展能力分析 61
第二部分 市场供需分析
第六章 中国童装行业生产现状分析 63
第一节 童装行业生产分析 63
一、产品及原材料进口、自有比例 63
二、国内产品及原材料生产基地分布 64
三、产品及原材料产业集群发展分析 65
第二节 童装行业产能分析 68
一、2010-2011年童装产能分析 68
二、2011-2015年童装产能预测 69
第三节 童装行业产量分析 69
一、2010-2011年童装产量分析 69
二、2011-2015年童装产量预测 70
第四节 童装行业市场供给分析 70
一、2010-2011年童装生产规模现状 70
二、2010-2011年童装产能规模分布 70
三、2010-2011年童装市场价格走势 70
四、2010-2011年童装重点厂商分布 72
五、2010-2011年童装产供状况分析 73
第七章 童装行业采购状况分析 75
第一节 童装成本分析 75
一、2010-2011年原材料成本走势分析 75
二、2010-2011年劳动力供需及价格分析 76
第二节 上游原材料价格与供给分析 77
一、主要原材料情况 77
二、2010-2011年主要原材料价格与供给分析 78
三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测 105
第三节 童装产业链的分析 106
一、行业集中度 106
二、行业进入壁垒和驱动因素 107
三、上下游行业影响及趋势分析 110
第八章 中国童装市场供需分析 119
第一节 2010-2011年童装市场需求分析 119

一、童装行业需求市场 119
二、童装行业客户结构 119
三、童装行业需求的地区差异 123
四、2010年童装市场呈现品牌消费新特征 123
第二节 2010-2011年童装市场供给分析 125
一、2010-2011年童装市场供给分析 125
二、2011-2015年童装市场供给预测 125
第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势 126
一、2011-2015年童装行业的需求预测 126
二、2010-2011年童装供求平衡分析 126
三、2011-2015年童装供求平衡预测 126
第九章 区域市场情况深度研究 127
第一节 长三角区域市场情况分析 127
第二节 珠三角区域市场情况分析 130
第三节 主要省市集中度及竞争力模式分析 134
第四节 童装行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 136
第五节 童装重点地区销售分析 137
第三部分 行业竞争分析
第十章 童装市场竞争格局分析 139
第一节 行业竞争结构分析 139
一、现有企业间竞争 139
二、潜在进入者分析 139
三、替代品威胁分析 142
四、供应商议价能力 142
五、客户议价能力 143
第二节 行业集中度分析 143
一、市场集中度分析 143
二、企业集中度分析 147
三、区域集中度分析 147
第三节 行业国际竞争力比较 148
一、生产要素 148
二、需求条件 149
三、相关和支持性产业 150
四、企业的战略、结构和竞争对手 150
第四节 童装竞争力优势分析 151

一、整体产品竞争力评价 151
二、产品竞争力评价结果分析 151
第五节 童装行业竞争格局分析 152
一、2010年童装行业竞争分析 152
二、2010年国内外童装竞争分析 157
三、2010年中国童装市场竞争分析 161
四、2010年中国童装主要品牌企业梯队分布 165
第十一章 童装行业产业结构分析 167
第一节 产业结构分析 167
一、市场细分充分程度的分析 167
二、童装产业结构分析 168
第二节 产业结构发展预测 169
一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 169
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 170
三、中国童装行业参与国际竞争的战略市场定位 175
第十二章 前十大领先企业发展分析 179
第一节 米奇妙 179
一、企业概况 179
二、市场定位情况 180
三、市场占有份额情况 181
第二节 安奈儿 181
一、企业概况 181
二、市场定位情况 185
三、市场占有份额情况 186
四、2011-2015年公司发展战略分析 186
第三节 红黄蓝 189
一、企业概况 189
二、市场定位情况 190
三、市场占有份额情况 190
四、企业品牌运作的国际化 190
第四节 JOJO 192
一、企业概况 192
二、市场定位情况 193
三、市场占有份额情况 194
第五节 巴拉巴拉 194

一、企业概况 194
二、市场定位情况 197
三、市场占有份额情况 199
四、企业品牌规模 199
第六节 娃哈哈 199
一、企业概况 199
二、市场定位情况 203
三、市场占有份额情况 204
四、2010-2011年主要经营数据指标 204
第七节 樱桃小丸子 206
一、企业概况 206
二、市场定位情况 206
三、市场占有份额情况 208
第八节 派克兰帝 208
一、企业概况 208
二、市场定位情况 211
三、市场占有份额情况 211
四、2011-2015年公司发展战略分析 212
第九节 嗒嘀嗒 215
一、企业概况 215
二、市场定位情况 217
三、市场占有份额情况 218
第十节 玛米玛卡 218
一、企业概况 218
二、市场定位情况 221
三、市场占有份额情况 224
第四部分 投资潜力预测
第十三章 2011-2015年童装行业发展趋势及影响因素 225
第一节 童装市场前景分析 225
一、童装市场容量分析 225
二、童装行业利好利空政策 225
三、童装行业发展前景分析 226
第二节 童装未来发展预测分析 227
一、中国童装发展方向分析 227
二、2011-2015年中国童装行业发展规模 228

三、2011-2015年中国童装行业发展趋势预测 228
第三节 2011-2015年童装行业供需预测 234
一、2011-2015年童装行业供给预测 234
二、2011-2015年童装行业需求预测 234
三、2011-2015年童装行业进出口预测 234
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 234
一、市场整合成长趋势 234
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 236
三、企业区域市场拓展的趋势 238
四、科研开发趋势及替代技术进展 239
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 241
第十四章 2011-2015年童装行业投资方向与风险分析 245
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 245
第二节 投资回报率比较高的投资方向 248
第三节 童装行业投资潜力与机会 251
第四节 新进入者应注意的障碍因素 255
第五节 2011-2015年中国童装行业投资风险分析 257
一、市场竞争风险 257
二、原材料压力风险分析 261
三、对外贸易风险 262
第五部分 市场策略研究
第十五章 行业发展环境与渠道分析 265
第一节 全国经济发展背景分析 265
一、2010年宏观经济数据分析 265
二、2011年宏观政策环境分析 289
三、“十二五”发展规划分析 292
第二节 竞争对手渠道模式 297
一、童装市场渠道情况 297
二、童装竞争对手渠道模式 297
第十六章 2011-2015年童装行业市场策略分析 303
第一节 消费者调查研究 303
一、消费者生活方式调查 303
二、未来社会人口生活水平 305
三、童装消费者调查 306
第二节 营销分析与营销模式推荐 306

一、童装销售渠道分析 306
二、童装企业战略营销模式 310
三、绿色营销策略 315
四、中国童装市场营销策略 316
第三节 多元化策略分析 321
一、行业多元化策略研究 321
二、多元化战略基本模型分析 322
第四节 广告投放策略分析 326
一、2010-2011年广告投放方式变化分析 326
二、2011-2015年广告投放策略分析 328
第五节 品牌策略分析 334
一、各品牌定位及策略分析 334
二、童装行业品牌联盟的分析 334
三、童装行业竞争策略 336
四、国内童装品牌市场的细分策略 337
五、童装行业发展建议 339
图表目录
图表：美国女童装市场销售情况 14
图表：美国男童装市场销售情况 15
图表：2010年童装市场工业总产值 37
图表：2009年1月服装、鞋帽零售价格指数 41
图表：2009年2月服装、鞋帽零售价格指数 41
图表：2009年3月服装、鞋帽零售价格指数 41
图表：2009年4月服装、鞋帽零售价格指数 41
图表：2009年5月服装、鞋帽零售价格指数 42
图表：2009年6月服装、鞋帽零售价格指数 42
图表：2009年7月服装、鞋帽零售价格指数 42
图表：2009年8月服装、鞋帽零售价格指数 42
图表：2009年9月服装、鞋帽零售价格指数 43
图表：2009年10月服装、鞋帽零售价格指数 43
图表：2009年11月服装、鞋帽零售价格指数 43
图表：2009年12月服装、鞋帽零售价格指数 43
图表：2010年1月服装、鞋帽零售价格指数 44
图表：2010年2月服装、鞋帽零售价格指数 45
图表：2010年3月服装、鞋帽零售价格指数 45

图表：2010年4月服装、鞋帽零售价格指数 45
图表：2010年5月服装、鞋帽零售价格指数 45
图表：2010年6月服装、鞋帽零售价格指数 46
图表：2010年7月服装、鞋帽零售价格指数 46
图表：2010年8月服装、鞋帽零售价格指数 46
图表：2010年9月服装、鞋帽零售价格指数 46
图表：2010年10月服装、鞋帽零售价格指数 47
图表：2010年11月服装、鞋帽零售价格指数 47
图表：2010年12月服装、鞋帽零售价格指数 47
图表：2011年1月服装、鞋帽零售价格指数 47
图表：2011年2月服装、鞋帽零售价格指数 48
图表：2011年3月服装、鞋帽零售价格指数 48
图表：2011年4月服装、鞋帽零售价格指数 48
图表：2010年全球童装市场规模 58
图表：2010年童装行业生产规模 60
图表：2010年童装行业产成品 60
图表：2010年童装行业销售总收入 60
图表：2010年童装行业产能 68
图表：2011-2015年童装行业产能预测 69
图表：2010年童装行业产量 69
图表：2010年童装行业产量预测 70
图表：2010-2011年全国棉布产量 83
图表：2010-2011年北京棉布产量 83
图表：2010-2011年天津棉布产量 83
图表：2010-2011年河北棉布产量 83
图表：2010-2011年山西棉布产量 84
图表：2010-2011年内蒙古棉布产量 84
图表：2010-2011年辽宁棉布产量 84
图表：2010-2011年吉林棉布产量 84
图表：2010-2011年上海棉布产量 85
图表：2010-2011年江苏棉布产量 85
图表：2010-2011年浙江棉布产量 85
图表：2010-2011年安徽棉布产量 85
图表：2010-2011年福建棉布产量 86
图表：2010-2011江西年棉布产量 86

图表：2010-2011年山东棉布产量 86
图表：2010-2011年河南棉布产量 86
图表：2010-2011年湖北棉布产量 87
图表：2010-2011年湖南棉布产量 87
图表：2010-2011年广东棉布产量 87
图表：2010-2011年广西棉布产量 87
图表：2010-2011年重庆棉布产量 88
图表：2010-2011年四川棉布产量 88
图表：2010-2011年贵州棉布产量 88
图表：2010-2011年云南棉布产量 88
图表：2010-2011年陕西棉布产量 89
图表：2010-2011年甘肃棉布产量 89
图表：2010-2011年新疆棉布产量 89
图表：2010-2011年全国棉混纺布产量 89
图表：2010-2011年北京棉混纺布产量 90
图表：2010-2011年天津棉混纺布产量 90
图表：2010-2011年河北棉混纺布产量 90
图表：2010-2011年山西棉混纺布产量 90
图表：2010-2011年辽宁棉混纺布产量 91
图表：2010-2011年吉林棉混纺布产量 91
图表：2010-2011年上海棉混纺布产量 91
图表：2010-2011年黑龙江棉混纺布产量 91
图表：2010-2011年江苏棉混纺布产量 92
图表：2010-2011年浙江棉混纺布产量 92
图表：2010-2011年安徽棉混纺布产量 92
图表：2010-2011年福建棉混纺布产量 92
图表：2010-2011江西年棉混纺布产量 93
图表：2010-2011年山东棉混纺布产量 93
图表：2010-2011年河南棉混纺布产量 93
图表：2010-2011年湖北棉混纺布产量 93
图表：2010-2011年湖南棉混纺布产量 94
图表：2010-2011年广东棉混纺布产量 94
图表：2010-2011年广西棉混纺布产量 94
图表：2010-2011年重庆棉混纺布产量 94
图表：2010-2011年四川棉混纺布产量 95

图表：2010-2011年贵州棉混纺布产量 95
图表：2010-2011年陕西棉混纺布产量 95
图表：2010-2011年全国化学纤维布产量 95
图表：2010-2011年北京化学纤维布产量 96
图表：2010-2011年天津化学纤维布产量 96
图表：2010-2011年河北化学纤维布产量 96
图表：2010-2011年山西化学纤维布产量 96
图表：2010-2011年内蒙古化学纤维布产量 97
图表：2010-2011年辽宁化学纤维布产量 97
图表：2010-2011年吉林化学纤维布产量 97
图表：2010-2011年上海化学纤维布产量 97
图表：2010-2011年黑龙江化学纤维布产量 98
图表：2010-2011年江苏化学纤维布产量 98
图表：2010-2011年浙江化学纤维布产量 98
图表：2010-2011年安徽化学纤维布产量 98
图表：2010-2011年福建化学纤维布产量 99
图表：2010-2011江西年化学纤维布产量 99
图表：2010-2011年山东化学纤维布产量 99
图表：2010-2011年河南化学纤维布产量 99
图表：2010-2011年湖北化学纤维布产量 100
图表：2010-2011年湖南化学纤维布产量 100
图表：2010-2011年广东化学纤维布产量 100
图表：2010-2011年重庆化学纤维布产量 100
图表：2010-2011年四川化学纤维布产量 101
图表：2010-2011年贵州化学纤维布产量 101
图表：2010-2011年陕西化学纤维布产量 101
图表：2010年1月纺织原料购进价格指数 101
图表：2010年2月纺织原料购进价格指数 102
图表：2010年3月纺织原料购进价格指数 102
图表：2010年4月纺织原料购进价格指数 102
图表：2010年5月纺织原料购进价格指数 102
图表：2010年6月纺织原料购进价格指数 102
图表：2010年7月纺织原料购进价格指数 103
图表：2010年8月纺织原料购进价格指数 103
图表：2010年9月纺织原料购进价格指数 103

图表：2010年10月纺织原料购进价格指数 103
图表：2010年11月纺织原料购进价格指数 103
图表：2010年12月纺织原料购进价格指数 104
图表：2011年1月纺织原料购进价格指数 104
图表：2011年2月纺织原料购进价格指数 104
图表：2011年3月纺织原料购进价格指数 104
图表：2011年4月纺织原料购进价格指数 104
图表：2010年童装市场需求 119
图表：2010年童装市场供给 125
图表：2011-2015年中国童装市场供给预测 125
图表：2011-2015年中国童装市场需求预测 126
图表：2010年米奇妙市场占有份额情况 181
图表：2010年安奈儿市场占有份额情况 186
图表：2010年红黄蓝市场占有份额情况 190
图表：2010年JOJO市场占有份额情况 194
图表：2010年巴拉巴拉市场占有份额情况 199
图表：2010年哇哈哈市场占有份额情况 204
图表：2010年樱桃小丸子市场占有份额情况 208
图表：2010年派克兰帝市场占有份额情况 211
图表：2010年嗒嘀嗒市场占有份额情况 218
图表：2010年玛米玛卡市场占有份额情况 224

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/111653111653.html