

2018-2023年中国儿童服饰行业市场竞争现状分析与未来发展前景预测报告

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《2018-2023年中国儿童服饰行业市场竞争现状分析与未来发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/307962307962.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

1、行业的经营模式

(1) 产业链模式

儿童服饰产业主要包括三个环节：研发设计、生产加工以及品牌渠道运营。

整体而言，儿童服饰产业商业价值主要集中在研发设计和品牌渠道运营上，生产加工环节的商业价值较低，随着生产工艺的改进与自动化的普及，生产加工环节的商业价值还将进一步降低。

图：产业链模式

传统生产加工模式

在该模式下，企业本身不具有自主品牌和销售渠道，主要为其他品牌进行代加工，利润来源主要为加工费用。我国大部分中小型儿童服饰生产企业采取这种模式。

设计与品牌运营相结合模式

该类企业将产品制造和零售分销业务外包，自身则集中于设计开发和品牌推广。这种轻资产的模式可以降低公司资本投入，特别是生产领域大量的固定资产投入，放弃了产业链附加值较低的制造行业，以提高资本回报率。此模式主要以耐克、阿迪达斯等国际知名品牌为代表。

自主品牌经营模式

自主品牌经营模式亦称为研发、生产和销售混合经营模式，其优势在于可以控制研发设计、产品质量，有效降低产品成本，增加利润空间；同时直接面对消费市场，增强企业对市场需求的快速反应能力。该类企业大部分产品由其他企业代为加工，但通常保有自有工厂，以提升补货速度，并且能够满足特殊产品或个性化产品的需求。

(2) 销售运营模式

经销模式

经销一般是指经销商通过与品牌厂家达成协议，买断产品，在规定的地域内进行销售来赚取差价。经销商具有独立的经营机构，拥有产品的所有权，经营活动过程接受品牌厂家指导，自行承担销售风险，与品牌厂家权责对等。

在经销模式下，品牌厂家可以把精力集中到产品研发、技术创新和品牌建设上，把终端销售工作交给经销商来管理，销售终端按统一的品牌运营标准进行经营，有利于店铺设计、品牌形象、管理理念等的标准化输出。通过充分利用经销商的网点资源，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。

直营模式

直营模式指由品牌厂家直接设立销售网点，面向消费者进行销售。直营模式可以有效地对销售终端的资源分配和成本控制等环节进行统一管理，具有较强的市场执行力，能更好地展示品牌形象，有利于扁平化管理和精细化营销，同时也为品牌厂家增加零售端的利润。虽然短期内直营模式会导致企业资金占压和成本上升，但从长远来看，随着企业产品线的不断丰富，为消费者提供的各种工艺款式、功能、材质和场景的服饰产品也越来越多，消费者的个性化需求得以满足，品牌的单位利润将持续得到提升。

代理模式

代理模式一般是指代理商通过代品牌厂家进行销售，获得一定佣金额度。代理商所代理产品的所有权属于品牌厂家，代理商并不承担无法售出的风险。代理商除业务管理外，同时具备品牌管理、促销管理、服务对接、财务管理等各项职能。与经销模式类似，品牌企业通过充分利用代理商的网点资源，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。

(3) 终端渠道模式

线下渠道

儿童服饰企业的线下实体销售终端主要分为商场店中店和独立店两种形式。

商场店中店主要是指在百货商场、超市、购物广场、综合市场等各类大、中型零售商场中设立的专柜。独立店大部分位于城市商圈或知名商业步行街，通过独特的店铺形象设计招徕顾客，两种终端模式对比如下：

表：两种终端模式对比情况

线上渠道

随着互联网技术的发展与普及，线上渠道成为企业开拓市场的重要销售渠道，一般形式为品牌企业自身官网的销售或利用知名电商平台进行销售。线上渠道可以减少中间环节，及时采集信息，优化仓储物流管理，并为线下实体网点导入流量，与企业线下销售渠道相辅相成。目前，网上销售已经成为越来越多传统儿童服饰企业拓宽销售渠道的重要选择。

2、行业的周期性、地域性与季节性特点

（1）周期性

儿童生长发育快，家长对童鞋童装的购买更换属于刚性需求。相对于其他制造行业，儿童服饰行业原材料供应稳定，童鞋童装生产各个环节对能源的依赖性较弱，所以儿童服饰产品的供给也比较稳定。因此儿童服饰产品受经济周期性波动的影响相对较小。

（2）区域性

我国地域广阔，南北气候差异较大，四季的更替也有较大差别：北方四季更为分明，南方则一年大多温暖湿润。在同一个季节，不同的区域，对儿童服饰产品的舒适度、保暖性和功能性等消费要求会有所不同。

除气候外，各地的经济发展水平也会对儿童服饰产品消费产生重要的影响。

一、二线城市的儿童服饰产品消费对中高端品牌的需求较多，更注重时尚性和品牌，而三、四线城市的儿童服饰产品消费更注重实用性和性价比。随着经济的发展，三、四线城市和广大农村对儿童服饰产品的要求也在逐步接近一、二线城市，对品牌和时尚的敏感度将逐渐提高。

（3）季节性

儿童服饰产品下半年需求高于上半年。一般来说，秋冬款产品的平均单价较春夏款产品高，且冬季产品需要搭配穿着，销售品类主要有儿童棉衣、羽绒服、毛衣、裤子、棉靴等，产品销量较大。因此，儿童服饰行业下半年销售额在全年销售额中占比较高，儿童服饰产品消费呈现明显的季节性。

观研天下 (Insight&InfoConsultingLtd) 发布的《2018-2023年中国儿童服饰行业市场竞争现状分析与未来发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章中国儿童服饰行业发展概述

第一节儿童服饰行业概述

一、儿童服饰的定义

二、儿童服饰的特点

第二节儿童服饰上下游产业链分析

一、产业链模型介绍

二、儿童服饰行业产业链分析

第三节儿童服饰行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、儿童服饰行业所属的生命周期

第四节行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二章2017年世界儿童服饰市场运行形势分析

第一节2017年全球儿童服饰行业发展回顾

第二节亚洲地区主要市场概况

第三节欧盟主要国家市场概况

第四节北美地区主要市场概况

第五节2018-2023年世界儿童服饰发展走势预测

第三章2017年中国儿童服饰产业发展环境分析

第一节2017年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节儿童服饰行业主管部门、行业监管体

第三节中国儿童服饰行业政策环境分析

第四节2017年中国儿童服饰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2015-2017年中国儿童服饰产业运行情况

第一节中国儿童服饰行业发展状况

- 一、儿童服饰行业市场供给情况
- 二、儿童服饰行业市场需求情况
- 三、儿童服饰行业市场容量

第二节中国儿童服饰行业价格走势分析

- 一、儿童服饰行业价格影响因素分析
- 二、2017年儿童服饰行业价格走势回顾
- 三、2018-2023年儿童服饰行业价格走势预测

第三节中国儿童服饰行业技术发展分析

第四节儿童服饰行业未来发展趋势预测

第五章2015-2017中国儿童服饰市场发展分析

第一节中国儿童服饰行业竞争现状

第二节中国儿童服饰行业集中度分析

- 一、市场集中度
- 二、企业集中度
- 三、区域集中度

第三节儿童服饰行业品牌现状分析

第四节中国儿童服饰行业存在的问题

第五节中国儿童服饰行业国际竞争力分析

- 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

第六章2015-2017年中国儿童服饰行业竞争情况

第二节行业竞争结构分析

- 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

第三节儿童服饰行业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第四节中国儿童服饰产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第七章儿童服饰行业重点生产企业分析

第一节企业一

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节企业二

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节企业三

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节企业四

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八章2018-2023年儿童服饰行业发展预测

第一节2018-2023年中国儿童服饰行业未来发展前景分析

一、2018-2023年中国儿童服饰市场发展环境分析

二、2018-2023年中国儿童服饰行业市场规模预测

三、2018-2023年中国儿童服饰行业市场发展趋势分析

第二节2018-2023年中国儿童服饰行业市场供需预测

一、2018-2023年中国儿童服饰行业供给预测

二、2018-2023年中国儿童服饰市场需求预测

第三节2018-2023年中国儿童服饰行业盈利走势预测

第九章2018-2023年中国儿童服饰行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年儿童服饰行业进入壁垒分析

第二节2018-2023年中国儿童服饰行业投资环境分析

第三节中国儿童服饰行业投资风险

一、政策风险

二、技术风险

三、竞争风险

四、原材料风险

五、其他风险

第四节中国儿童服饰行业营销分析

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第十章2018-2023年中国儿童服饰行业发展策略及投资建议

第一节儿童服饰行业市场的重点客户战略实施

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

第三节观研天下投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录（部分）：

图表：2015-2017国内生产总值

图表：2015-2017居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2017年末国家外汇储备

图表：2015-2017财政收入

图表：2015-2017全社会固定资产投资

图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2017年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：儿童服饰行业产业链

图表：2015-2017儿童服饰行业市场供给

图表：2015-2017儿童服饰行业市场需求

图表：2015-2017儿童服饰行业市场规模

（GYWWJP）

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/307962307962.html>