

2022-2027年中国童装行业市场全景评估及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国童装行业市场全景评估及发展战略规划报告》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://www.huaon.com/channel/clothing/776053.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

童装行业是我国服装行业下重要的细分市场之一，一般而言我国童装市场又可进一步细分为小童装（0-3岁）和大童装（0-14岁）。由于0-14岁儿童处于生长发育阶段，不同年龄段体貌特点和对服装的消费需求不一，童装产品可进一步分为0至1岁的婴儿装、1至3岁的幼儿装及4至14岁的大龄儿童装。而童装本身相比于成人服装主要的不同在于更加注重功能性、舒适性、安全性，而整个市场由于儿童在发育阶段鞋服的更换频次更高因此规模进一步扩大，消费者的购买频率大大增加。而家长对儿童的日常开支表现为价格敏感度低、追求品质化等特点，因此童装相对于成人装，家长更乐于消费、并愿意为品牌买单。

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 童装行业特征及产业链分析

1.1 基本概述

1.1.1 定义及分类

1.1.2 行业生命周期

1.2 行业主要特征

1.2.1 品牌效应

1.2.2 相关产业多

1.2.3 属于劳动密集型产业

1.2.4 流行周期短、季节性强、变化快

1.2.5 产品开发和展示具有时效性

1.2.6 市场具有被动消费和诱导消费的两重性

1.3 行业产业链分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 与上游行业的关联性及其影响

1.3.3 与下游行业的关联性及其影响

第二章 2017-2021年国际童装市场调研

2.1 全球童装市场发展情况分析

2.1.1 全球童装市场人均消费对比

2.1.2 美国童装市场发展分析

2.2 发达国家童装市场发展经验借鉴

第三章 2017-2021年中国童装产业发展环境分析

3.1 经济环境分析

3.1.1 全球经济发展形势

3.1.2 中国宏观经济发展现状调研

3.1.3 中国宏观经济发展趋势预测分析

3.2 社会环境分析

3.2.1 人口环境分析

3.2.2 收入及消费水平

3.2.3 城镇化状况分析

3.3 政策环境分析

3.3.1 行业监管体系

3.3.2 主要法律法规

3.3.3 主要产业政策

3.3.4 行业标准情况分析

第四章 2017-2021年中国童装行业深度分析

4.1 2017-2021年中国童装行业发展综述

4.1.1 行业发展现状调研

4.1.2 产业发展特征

4.1.3 产业结构情况分析

4.1.4 区域发展格局

4.2 中国童装产业供需规模分析

4.3 中国童装行业的绿色环保探析

4.3.1 环保童装的介绍

4.3.2 绿色童装的生产过程

4.3.3 绿色童装的重要性

4.3.4 绿色环保发展的建议

第五章 2017-2021年中国童装市场消费需求分析

5.1 市场需求特征

5.1.1 市场需求规模

5.1.2 市场需求特点

5.1.3 市场需求趋向

5.2 外销需求分析

5.2.1 出口市场规模

5.2.2 重点区域的出口

5.2.3 出口风险简析

5.2.4 出口面临的问题及对策

5.3 市场消费行为分析

5.3.1 市场消费观念

5.3.2 市场消费特征

5.3.3 影响消费的因素

5.3.4 市场消费频次

5.3.5 消费产品关注度

5.4 销售价格行情分析

5.4.1 市场价格现状分析

5.4.2 国内价格居高原因

第六章 2017-2021年中国童装行业细分市场发展分析

6.1 中国小、大童装市场发展分析

6.1.1 市场需求分析

6.1.2 市场特征分析

6.2 中国高端童装市场发展分析

6.2.1 高端童装行业发展情况分析

6.2.2 高端童装品牌情况分析

6.3 中国童装线上市场发展分析

6.3.1 市场发展优势

6.3.2 线上市场消费者特征

6.3.3 童装电商平台销售数据

6.3.4 企业抢占线上市场的对策

第七章 2017-2021年中国童装产业集群的发展

7.1 2017-2021年中国童装产业集群的概况

7.1.1 产业集群发展情况分析

7.1.2 产业集群发展对策

7.2 浙江织里童装产业发展分析

7.2.1 产业发展概况

7.2.2 产业集群的优势

7.2.3 产业转型升级情况分析

7.2.4 产业集群主要对策

7.2.5 产业发展目标

7.3 广东佛山童装产业发展分析

7.3.1 产业发展概况

7.3.2 产业的SWOT分析

7.3.3 产业集群发展措施

第八章 2017-2021年中国童装市场区域格局分析

8.1 北京童装市场发展分析

8.1.1 市场销售环境

8.1.2 市场销售规模

8.1.3 市场发展动态

8.2 上海童装市场发展分析

8.2.1 市场销售环境

8.2.2 市场销售规模

8.2.3 市场发展动态

8.3 杭州童装市场发展分析

8.3.1 市场销售环境

8.3.2 市场销售规模

8.3.3 市场发展动态

第九章 2017-2021年中国童装品牌定位及战略分析

9.1 2017-2021年中国童装品牌的发展

9.1.1 品牌发展状况分析

9.1.2 品牌发展形势分析

9.1.3 品牌市场占有率情况分析

9.2 2017-2021年童装品牌细分市场的定位

9.2.1 以年龄层定位细分市场

9.2.2 以个性定位细分市场

9.2.3 以功能定位细分市场

9.3 2017-2021年中国童装品牌发展对策

9.3.1 品牌运营战略模式

9.3.2 品牌的细分策略

9.3.3 品牌提升策略

9.4 童装企业品牌化打造案例分析

9.4.1 找准定位

9.4.2 加强传统渠道开拓电商

9.4.3 传播策略向数字媒体倾斜

9.4.4 做好深度数据挖掘

第十章 中国童装市场竞争状况分析

10.1 中国童装市场竞争概况

10.1.1 市场竞争格局分析

10.1.2 市场竞争热点

10.2 主要竞争主体分析

10.2.1 国外儿童鞋服名牌

10.2.2 国内成人鞋服品牌

10.2.3 其他行业知名企业

10.2.4 专职儿童鞋服厂商

第十一章 中国童装市场核心竞争要素分析

11.1 优质童装品牌发展方向

11.2 核心竞争要素之一：品质至上

11.3 核心竞争要素之二：高效运营

第十二章 中国童装行业技术特征与经营特征分析

12.1 中国童装行业商业模式分析

12.2 中国童装行业销售模式分析

12.2.1 直营模式分析

12.2.2 加盟模式分析

12.2.3 渠道模式分析

12.3 中国童装行业技术水平及技术特点

12.3.1 产品设计研发分析

12.3.2 供应链管理分析

12.3.3 销售渠道管理分析

第十三章 2017-2021年童装行业领先品牌经营分析

13.1 Carter's

13.1.1 企业发展分析

13.1.2 成功经验借鉴

13.2 ZARA

13.2.1 企业发展分析

13.2.2 成功经验借鉴

13.3 起步股份

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营状况分析

13.3.3 品牌策略分析

13.3.4 成功经验借鉴

13.3.5 企业战略动态

13.4 森马服饰

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营状况分析

13.4.3 品牌策略分析

13.4.4 成功经验借鉴

13.4.5 企业战略动态

13.5 安奈儿

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营状况分析

13.5.3 品牌策略分析

13.5.4 成功经验借鉴

13.5.5 企业战略动态

13.6 金发拉比

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营状况分析

13.6.3 品牌策略分析

13.6.4 成功经验借鉴

13.6.5 企业战略动态

第十四章 中国童装市场投资前景及建议

14.1 童装行业进入壁垒

14.1.1 品质要求壁垒

14.1.2 设计研发壁垒

14.1.3 品牌建设壁垒

14.1.4 渠道资源壁垒

14.2 童装行业投资前景

14.2.1 行业规范标准调整的风险

14.2.2 产品质量的风险

14.2.3 市场竞争风险

14.2.4 受电商业务冲击及电商业务运营的风险

14.3 童装市场投资建议

14.3.1 行业投资模式建议

14.3.2 行业投资方式建议

第十五章 中国童装行业趋势预测及趋势分析

15.1 中国服装行业的趋势预测分析

15.1.1 服装业复苏确立「HJ LT」

15.1.2 服装专卖店量、质齐升

15.1.3 集中度进入加速提升阶段

15.2 中国童装业的运行趋势预测分析

15.2.1 消费趋势预测分析

15.2.2 生产趋势预测分析

15.2.3 品牌趋势预测分析

15.3.4 营销趋势预测分析

图表目录：

图表 1：2021年各国童装人均消费（美元）

图表 2：美国童装行业品牌市场份额分布

图表 3：美国童装市场规模及增速

图表 4：2017-2021年美国童装年均复合增速

图表 5：Gymboree海外业务收入及同比增速

图表 6：美国童装行业发展历史

图表 7：日本童装行业发展历史（增长指数为右轴）

图表 8：各主要国家童装业务市占率排名前四的公司/集团

图表 9：各主要国家童装市占率前四详细信息梳理

图表 10：国内生产总值情况 亿元

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/776053.html>