

# 2020-2025年中国童装童鞋行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国童装童鞋行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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/detail/518728.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

儿童服装简称童装，指适合儿童穿着的服装。按照年龄段分包括婴儿服装、幼儿服装、小童服装、中童服装、大童服装等。还包括中小学的校园服装等。按照衣服的类型分为：连体服，外套，裤子，卫衣，套装，T恤衫，鞋等。

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2019年中国童装行业运行动态透析

#### 第一节 童装的相关概述

- 一、童装的起源
- 二、童装的分类
- 三、童装产业的特征

#### 第二节2019年中国童装行业的发展分析

- 一、中国童装产业结构及产业链概况
- 二、中国童装业开始步入产业升级轨道
- 三、我国童装产业的运行特点
- 四、中国童装产业呈遍地开花局面

#### 第三节2019年童装产业绿色环保的发展分析

- 一、环保童装的介绍
- 二、绿色童装的四大功能
- 三、童装企业应尽力打造绿色环保童装
- 四、健康童装的面料要提高科技含量
- 五、国内冬季童装市场掀起环保风
- 六、环保童装消费理念深入人心

#### 第四节2019年童装产业发展存在的问题及对策分析

- 一、制约中国童装产业发展的八大因素
- 二、样式无差异制约童装行业发展
- 三、童装产业基地发展存在的问题
- 四、童装产业应实施ISO9000国际标准
- 五、我国童装行业应重视出口风险防范

## 第二章2019年中国童装市场运行走势解析

### 第一节 中国童装市场发展概况

- 一、改革开放以来童装市场的发展变化
- 二、中国童装市场发展格局分析
- 三、中国童装市场发展特征
- 四、中国童装市场开始步入调整周期
- 五、运动品牌集体发力国内童装市场

### 第二节中国童装市场存在的问题

- 一、童装市场发展面临的五大难题
- 二、中国童装市场发展需突破的瓶颈
- 三、制约中国童装市场发展的因素
- 四、中国童装市场不景气的内外因

### 第三节中国童装市场的发展对策

- 一、童装成功开创蓝海大市场的策略
- 二、童装企业的低成本传播战略
- 三、童装企业从批发向品牌转型的建议

## 第三章2019年中国童装行业市场需求及消费情况深度研究

### 第一节 中国童装市场需求分析

- 一、中国童装市场的需求规模
- 二、女童装市场需求比男童市场大
- 三、童装市场的需求趋向
- 四、童装市场需求六大趋势
- 五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变

### 第二节中国童装市场消费分析

- 一、童装消费的特征
- 二、影响童装消费的因素
- 三、中国童装市场消费水平多层次
- 四、2019年童装市场消费者调查分析
- 五、童装个性化消费来临及应对策略

### 第三节中国童装市场价格分析

- 一、影响儿童服装价格的因素
- 二、中国童装价格居高原因分析
- 三、中国童装市场价格与需求形式分析

## 第四章2019年中国童装品牌市场运行形势分析

### 第一节 中国童装品牌的发展

- 一、中国童装发展品牌市场的背景
- 二、中国童装品牌市场的整体格局
- 三、我国自主童装品牌发展状况简析
- 四、洋品牌大肆抢滩中国童装市场
- 五、2019年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计
- 六、2019年中国童装市场前十位品牌综合占有率情况

### 第二节童装品牌细分市场的定位

- 一、以年龄层细分市场
- 二、以个性定位细分市场
- 三、以功能定位细分市场

### 第三节中国童装品牌市场存在的问题

- 一、童装品牌发展的难点
- 二、中国童装品牌结构不合理设计老化
- 三、中国童装品牌消费存在的不足
- 四、中国童装品牌做不大的原因
- 五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区

### 第四节中国童装品牌发展的策略

- 一、童装打造自主品牌的建议
- 二、中国童装品牌文化应升级
- 三、中国童装企业品牌策划的策略

## 第五章2015-2019年中国婴儿服装及衣着附件所属行业产量统计分析

### 第一节 2015-2019年全国婴儿服装及衣着附件所属行业产量分析

### 第二节2019年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件所属行业产量分析

### 第三节2019年婴儿服装及衣着附件所属行业产量集中度分析

## 第六章2019年中国童装区域市场格局分析

### 第一节 北京

- 一、北京童装销售市场发展回顾
- 二、北京亿元商场童装市场销售情况
- 三、北京童装行业零售简况

### 第二节上海

- 一、上海市童装市场的定位分析
- 二、上海童装质量安全性指数有保障
- 三、上海童装市场发展综述
- 四、法国顶级童装品牌进驻上海
- 五、上海童装销售规模分析
- 第三节深圳
  - 一、深圳童装市场总体概述
  - 二、深圳童装市场面临洗牌
  - 三、深圳童装着力打造领先品牌
  - 四、深圳“衣童俱乐部”品牌抢占全国市场
  - 五、深圳童装市场企业与日俱增
- 第四节杭州
  - 一、杭州已成为童装品牌必争之地
  - 二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山
  - 三、杭州街头童装受欢迎
  - 四、T100低调抢滩杭州童装市场
- 第五节温州
  - 一、温州童装发展的轨迹
  - 二、限制温州童装发展的瓶颈
  - 三、温州童装业保持稳健发展
  - 四、温州童装积极抢占核心商圈
- 第六节其他地区
  - 一、江苏省童装市场商机大
  - 二、成都童装品牌领先全国
  - 三、武汉本土童装集体失声
  - 四、长春品牌童装市场销售形势火热

## 第七章2019年中国童装所属行业市场竞争格局分析

### 第一节 2019年中国童装所属行业市场的竞争状况

- 一、中国童装市场的主要竞争形式
- 二、成人服装品牌挤占童装市场空间
- 三、成装企业大规模介入加剧童装行业竞争

### 第二节2019年中国童装行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

### 三、2019年中国童装企业提升竞争力策略分析

#### 第八章国内外童装重点企业分析

##### 第一节 NIKE

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

###### 四、NIKE童装品牌分析

##### 第二节ADIDAS

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

###### 四、企业品牌规模分析

##### 第三节PawinPaw

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

##### 第四节巴拉巴拉

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

###### 四、企业品牌规模

##### 第五节安奈儿

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

###### 四、企业发展战略分析

##### 第六节衣恋

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

###### 三、市场占有份额情况

###### 四、企业产品介绍

##### 第七节派克兰帝

###### 一、企业概况

###### 二、市场定位情况

### 三、市场占有份额情况

### 四、企业发展战略分析

#### 第八节丽婴房

##### 一、企业概况

##### 二、企业规模分析

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、企业经营分析

#### 第九节史努比

##### 一、企业概况

##### 二、市场定位情况

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、企业品牌分析

#### 第十节小猪班纳

##### 一、企业概况

##### 二、市场定位情况

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、企业经营分析

## 第九章2015-2019年中国童装投资机会与风险分析

### 第一节 2015-2019年中国童装投资现状分析

#### 一、童装市场的投资特性

#### 二、童装连锁投资成为未来主流趋势

#### 三、消费市场巨大使童装成为投资焦点

### 第二节2015-2019年中国童装投资机会分析

#### 一、全球童装市场增长空间广阔

#### 二、中国童装行业的投资机会

#### 三、国内中端童装市场面临投资机遇

#### 四、中国婴儿装、童装市场充满商机

#### 五、童装童鞋一体化带来的新机遇

### 第三节2015-2019年中国童装投资风险分析

#### 一、童装企业的内部风险

#### 二、品牌效应给童装企业带来的风险

#### 三、童装行业盈利能力有待提高

#### 四、其他风险分析

### 第四节2015-2019年中国童装投资建议分析



- 一、童装品牌特许经营风险规避的对策
- 二、童装企业应合理安排内外销比重
- 三、童装投资应注重渠道建设
- 四、童装投资的七大要素

## 第十章2015-2019年中国童装的发展趋势分析

### 第一节 2015-2019年中国童装的发展前景

- 一、2015-2019年中国童装行业预测分析
- 二、中国童装产业发展前景分析
- 三、中国童装产业的发展方向
- 四、未来十年中国童装产业发展前景展望

### 五、童装市场发展潜力探析

### 第二节中国童装的运行趋势

- 一、消费趋势
- 二、生产趋势
- 三、品牌趋势
- 四、营销趋势

## 第十一章中国童装行业发展预测

### 第一节 2015-2019年我国童装行业产量预测

### 第二节2015-2019年我国童装行业消费量预测

### 第三节2015-2019年我国童装行业产值预测

### 第四节2015-2019年我国童装行业销售收入预测

## 第十二章2015-2019年中国童鞋行业市场发展分析

### 第一节 童鞋行业市场发展现状

- 一、市场发展概况
- 二、发展热点回顾
- 三、市场存在问题及策略分析

### 第二节童鞋行业技术发展

- 一、技术特征现状分析
- 二、新技术研发及应用动态
- 三、技术发展趋势

### 第三节中国童鞋行业消费市场分析

- 一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节2015-2019年童鞋行业市场发展趋势

第十三章中国童鞋市场规模分析

第一节 2019年中国童鞋市场规模分析

第二节2019年我国童鞋区域结构分析

第十四章童鞋行业竞争格局分析

第一节 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

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节2015-2019年童鞋行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外童鞋竞争分析

二、2015-2019年我国童鞋市场竞争分析

三、2015-2019年国内主要童鞋企业动向

第十五章未来童鞋行业发展预测分析

第一节 未来童鞋行业需求与消费预测

一、2015-2019年童鞋产品消费预测

二、2015-2019年童鞋市场规模预测

三、2015-2019年童鞋行业总产值预测

四、2015-2019年童鞋行业销售收入预测

第二节2015-2019年中国童鞋行业供需预测

一、2015-2019年中国童鞋供给预测

二、2015-2019年中国童鞋产量预测

三、2015-2019年中国童鞋需求预测

四、2015-2019年中国童鞋供需平衡预测

## 第十六章童鞋行业投资机会与风险分析

### 第一节 童鞋行业投资机会分析

- 一、童鞋投资项目分析
- 二、可以投资的童鞋模式
- 三、2019年童鞋投资机会
- 四、2019年童鞋投资新方向
- 五、2015-2019年童鞋行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响童鞋行业发展的主要因素

- 一、2015-2019年影响童鞋行业运行的有利因素分析
- 二、2015-2019年影响童鞋行业运行的稳定因素分析
- 三、2015-2019年影响童鞋行业运行的不利因素分析
- 四、2015-2019年我国童鞋行业发展面临的挑战分析
- 五、2015-2019年我国童鞋行业发展面临的机遇分析

### 第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析

- 一、2015-2019年童鞋行业市场风险及控制策略
- 二、2015-2019年童鞋行业政策风险及控制策略
- 三、2015-2019年童鞋行业经营风险及控制策略
- 四、2015-2019年童鞋行业技术风险及控制策略
- 五、2015-2019年童鞋同业竞争风险及控制策略
- 六、2015-2019年童鞋行业其他风险及控制策略

## 第十七章童鞋行业投资战略研究

### 第一节 童鞋行业发展战略研究

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

### 第二节 对我国童鞋品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、童鞋实施品牌战略的意义
- 三、童鞋企业品牌的现状分析
- 四、我国童鞋企业的品牌战略

## 五、童鞋品牌战略管理的策略

### 第三节童鞋行业投资战略研究

图表目录：

图表：2019年全国200家重点大型百货商童装销售统计

图表：2019年童装前十位品牌市场占有率

图表：2019年童装前十位品牌市场占有率

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量全国合计

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量北京市合计

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量天津市合计

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量河北省合计

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计

图表：2019年婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/518728.html>