



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国高端童装行业 发展趋势及投资战略研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国高端童装行业发展趋势及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/254256.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 中国高端童装行业发展综述 13

#### 第一节 童装发展概述 13

##### 一、童装概述 13

##### 二、童装面料 13

##### 三、童装分类 13

##### 四、国内童装主要品牌 14

#### 第二节 高端童装行业发展 15

##### 一、童装行业发展历程 15

##### 二、童装行业竞争格局 16

##### 三、高端童装竞争格局 16

##### 四、高端童装盈利能力 16

#### 第三节 高端童装行业PEST模型 17

##### 一、行业政治法律环境分析 17

###### （一）新国家纺织品基本安全技术规范分析 17

###### （二）工信部批准项纺织行业新标准分析 18

###### （三）《服装生产企业安全生产标准化评定标准》 20

###### （四）《2014年羊毛、毛条进口关税配额管理实施细则》 20

###### （五）《关于进一步强化监管、加强重点领域消费维权工作的通知》 21

##### 二、行业经济环境分析 21

###### （一）国内经济增长 21

###### （二）居民收入水平 22

##### 三、行业消费环境分析 24

###### （一）社会消费情况 24

###### （二）居民消费信心 25

###### （三）居民消费结构 26

##### 四、行业信息技术环境分析 26

#### 第四节 高端童装行业波特五力模型 27

##### 一、上游议价能力 27

##### 二、下游议价能力 28

##### 三、新进入者壁垒 28

四、替代威胁 29

五、行业内竞争 29

第二章 2014年高端童装行业经济指标 31

第一节 中国儿童消费品市场分析 31

一、儿童消费品市场规模分析 31

二、儿童消费品户均年度开支 31

三、儿童消费品市场结构分析 32

（一）按产品分类 32

（二）按产品层次 33

第二节 中国童装市场分析 34

一、童装零售量分析 34

二、童装零售额分析 34

三、童装市场结构分析 35

（一）按产品分类 35

（二）按产品层次 36

四、童装零售渠道 37

五、童装零售价格 37

第三节 中国高端童装行业供需平衡指标 38

一、高端童装行业供给指标 38

二、高端童装行业需求指标 40

（一）高端童装需求规模 40

（二）高端童装需求分析 40

第三章 国内外品牌童装品牌案例研究 41

第一节 Gymboree 41

一、品牌概述 41

（一）品牌历程 41

（二）品牌介绍 41

（三）品牌愿景 41

二、品牌运作 42

（一）商品系列 42

（二）发展动态 42

三、产品销售 43

(一) 门店数量 43

(二) 在华门店 43

(三) 销售规模 45

(四) 毛利水平 45

## 第二节 巴拉巴拉 45

### 一、品牌概述 45

(一) 品牌简介 45

(二) 品牌价值 46

(三) 品牌历程 46

### 二、品牌运作 47

(一) 部门组织架构 47

(二) 设计研发模式 48

(三) 生产采购模式 49

### 三、产品销售 49

(一) 销售模式 49

(二) 门店数量 51

(三) 不同门店销售规模 51

(四) 细分产品销售规模 52

(五) 产品销售毛利水平 53

## 第四章 高端童装行业产业链直观 54

### 第一节 高端童装行业产业链分析 54

### 第二节 高端童装行业上游产业供应链解析 55

#### 一、服装面料市场供给与发展趋势分析 55

(一) 纺织业固定资产投资分析 55

(二) 纺织业主要产品产量分析 55

(三) 纺织业需求情况分析 56

(四) 纺织行业发展趋势分析 56

#### 二、服装辅料市场发展分析 58

(一) 拉链市场发展分析 58

(二) 衬布市场发展分析 58

(三) 纽扣市场发展分析 59

#### 三、缝纫机械市场产销与经营 60

(一) 缝纫机械行业经营情况 60

(二) 缝纫机械市场前景 61

### 第三节 高端童装行业下游产业流通链解析 62

#### 一、网络服饰销售发展现状 62

(一) 服装网购市场交易规模 62

(二) 服装网络零售趋势分析 62

#### 二、服装行业电子商务渠道 63

(一) 服装行业电商经营模式 63

(二) 服装电子商务交易模式 64

#### 三、童装网购市场交易规模 66

### 第四节 童装电子商务平台分析 66

#### 一、天猫商城 66

#### 二、淘宝网 68

#### 三、京东商城 69

#### 四、妙乐乐 70

#### 五、红孩子 71

### 第五节 童装网购品牌案例分析——绿盒子 72

#### 一、品牌线上经营概述 72

#### 二、品牌线上运营策略 73

#### 三、品牌运营经验启示 73

## 第五章 高端童装行业细分产品市场 75

### 第一节 高端童装产品市场发展 75

#### 一、产品线延伸 75

(一) 产品年龄段拓展 75

(二) 产品性别市场拓展 75

#### 二、产品设计趋势 76

(一) 休闲装崛起 76

(二) 颜色、款式成人化 76

(三) 尺寸明显放大许多 76

(四) 图案变小，流行装饰增多 76

(五) 健康环保概念流行 76

### 第二节 高端童装各细分市场分析 77

## 一、年龄层细分市场分析 77

### （一）细分市场发展概况 77

### （二）细分市场发展特点 77

### （三）市场需求状况分析 77

### （四）细分市场策略分析 79

## 二、个性定位细分市场分析 79

### （一）细分市场发展概况 79

### （二）细分市场发展策略 80

## 三、功能定位细分市场分析 80

### （一）细分市场发展概况 80

### （二）细分市场发展策略 81

## 四、设计定位细分市场分析 81

### （一）细分市场发展概况 81

### （二）细分市场发展策略 81

## 第三节 高端童装产业链延伸 82

### 一、延伸至鞋类市场 82

### 二、延伸至婴幼儿用品市场 82

## 第六章 高端童装行业发展与竞合关系 83

### 第一节 国际高端童装市场竞合关系 83

#### 一、主要国家及地区高端童装市场发展 83

##### （一）美国 83

##### （二）俄罗斯 83

##### （三）日本 84

#### 二、世界高端品牌童装调研及在华分析 85

##### （一）Mothercare 85

##### （二）Cucci kids 85

##### （三）Baby dior 87

##### （四）BURBERRY CHILDRENSWEAR 88

##### （五）GAP 89

### 第二节 国内高端童装市场竞合关系 90

#### 一、高端童装行业集中度 90

##### （一）品牌集中度 90

(二) 企业集中度	90
(三) 区域集中度	90
二、 高端童装竞争格局	91
(一) 中外品牌竞争格局	91
(二) 国内品牌竞争力	92
三、 国内童装品牌调研	92
(一) 派克兰帝	92
(二) 小猪班纳	93
(三) 巴布豆	94
(四) 安奈尔	94
(五) 米奇	95
第三节 高端童装企业资本整合与并购	95
一、 行业结构的演进和增长点	95
二、 国际高端童装企业投资兼并与重组整合	96
三、 国内高端童装企业投资兼并与重组整合	97
第七章 高端童装行业重点区域市场	98
第一节 全国各区域童装市场规模	98
一、 华北地区	98
二、 东北地区	98
三、 华东地区	99
四、 华南地区	100
五、 华中地区	100
六、 西南地区	101
七、 西北地区	102
第二节 行业重点区域市场分析	102
一、 华北地区高端童装市场分析	102
(一) 北京市高端童装市场分析	102
(二) 天津市高端童装市场分析	103
(三) 河北省高端童装市场分析	104
(四) 山西省高端童装市场分析	104
(五) 内蒙古高端童装市场分析	105
二、 华南地区高端童装市场分析	105



(一) 广东省高端童装市场分析	105
(二) 广西区高端童装市场分析	106
三、华东地区高端童装市场分析	106
(一) 上海市高端童装市场分析	106
(二) 江苏省高端童装市场分析	107
(三) 浙江省高端童装市场分析	108
(四) 山东省高端童装市场分析	108
(五) 福建省高端童装市场分析	108
(六) 安徽省高端童装市场分析	109
(七) 江西省高端童装市场分析	109
四、华中地区高端童装市场分析	110
(一) 湖北省高端童装市场分析	110
(二) 湖南省高端童装市场分析	111
(三) 河南省高端童装市场分析	111
五、西南地区高端童装市场分析	112
(一) 重庆市高端童装市场分析	112
(二) 四川省高端童装市场分析	112
(三) 贵州省高端童装市场分析	113
(四) 云南省高端童装市场分析	114
六、东北地区高端童装市场分析	114
(一) 辽宁省高端童装市场分析	114
(二) 吉林省高端童装市场分析	115
(三) 黑龙江高端童装市场分析	115
七、西北地区高端童装市场分析	116
(一) 陕西省高端童装市场分析	116
(二) 甘肃省高端童装市场分析	117
第八章 中国高端童装行业消费需求调研	118
第一节 高端童装需求背景	118
一、人口结构分析	118
(一) 0-14岁人口数量	118
(二) 0-14岁人口结构	118
(三) 新生婴幼儿数量	119

## 二、家庭服装消费与消费特征分析 119

### （一）家庭服装消费支出情况 119

### （二）不同家庭服装消费特征 120

## 第二节 童装消费决策调研分析 120

### 一、童装消费决策调研 120

### 二、童装购买时间调研 121

### 三、童装消费信息来源 122

#### （一）购买信息来源 122

#### （二）陈列信息来源 122

#### （三）导购信息来源 123

## 第三节 高端童装需求空间分析 123

### 一、高净值人群规模不断发展壮大 123

### 二、高端童装需求空间分析 126

### 三、高端童装需求心理分析 126

### 四、高端童装需求前景分析 126

## 第四节 高端童装消费需求调研 127

### 一、童装消费层次 127

### 二、童装消费价格承受能力 127

### 三、童装消费质量要求 128

### 四、童装消费场所选择 128

### 五、童装消费对品牌的选择 129

## 第九章 高端童装销售渠道与发展策略 130

### 第一节 高端童装销售渠道 130

#### 一、高端童装销售渠道发展 130

#### 二、国外高端童装进入渠道 130

#### 三、国内高端童装销售渠道 131

#### 四、高端童装销售渠道发展趋势 131

### 第二节 高端童装营销策略及形式 131

#### 一、品牌营销策略 131

#### 二、产品营销策略 132

#### 三、价格营销策略 133

#### 四、概念营销策略 133

五、体验营销策略 133

六、情感营销策略 134

第十章 高端童装行业主要企业运营指标 135

第一节 北京嘉曼服饰有限公司 135

一、公司基本情况 135

二、企业童装品牌介绍 135

三、企业经营情况分析 136

四、企业竞争优势分析 136

第二节 北京派克兰帝有限责任公司 136

一、公司基本情况 136

二、企业童装品牌介绍 137

三、企业经营情况分析 137

四、企业竞争优势分析 138

五、品牌发展特点分析 138

第三节 福建格林集团有限公司 139

一、公司基本情况 139

二、企业童装品牌介绍 139

三、企业营销情况分析 140

四、品牌竞争优势分析 140

第四节 红孩儿（中国）有限公司 141

一、公司基本情况 141

二、企业童装品牌介绍 141

三、品牌销售模式分析 142

四、企业竞争优势分析 142

第五节 博士蛙国际控股有限公司 143

一、公司基本情况 143

二、企业童装品牌介绍 144

三、企业业务模式分析 144

四、品牌经营渠道分析 145

第六节 红黄蓝集团有限公司 145

一、公司基本情况 145

二、企业童装品牌介绍 146

三、企业经营情况分析	146
四、企业发展战略分析	146
第七节 温州市拜丽德少年服饰有限公司	147
一、公司基本情况	147
二、企业童装品牌介绍	147
三、企业发展战略分析	147
第八节 浙江森马服饰股份有限公司	148
一、公司基本情况	148
二、企业童装品牌介绍	148
三、企业经营情况分析	149
四、品牌经营渠道分析	151
五、品牌发展前景分析	151
第十一章 2015-2020年中国高端童装行业发展趋势分析与预测	152
第一节 高端童装市场趋势与前景	152
一、高端童装市场发展趋势	152
二、高端童装市场前景预测	152
第二节 2015-2020年高端童装市场规模预测分析	153
第三节 高端童装行业的投资特性	153
一、进入壁垒	153
二、投资吸引力	154
第四节 高端童装行业投资风险	155
一、宏观经济风险	155
二、市场竞争风险	155
三、质量安全风险	155
第五节 高端童装行业投资建议	156
图表目录：	
图表 1 中国主要童装企业及品牌	15
图表 2 2008-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	22
图表 3 2014年国内生产总值构成及增长速度统计	22
图表 4 2008-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	23
图表 5 2008-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	23
图表 6 2008-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	24

图表 7 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计	25
图表 8 2007-2014年中国消费者信心指数变化趋势图	26
图表 9 中国城镇居民家庭平均每人全年现金消费支出构成	26
图表 10 2008-2014年中国儿童消费品市场规模变化趋势	31
图表 11 2008-2014年中国儿童消费品户均年度开支变化趋势	32
图表 12 2008-2014年儿童消费品开支占家庭可支配收入比例变化趋势图	32
图表 13 中国儿童消费品市场按产品类别构成情况	33
图表 14 中国儿童消费品市场按级别分类构成情况	33
图表 15 2008-2014年中国童装市场零售量变化	34
图表 16 2008-2014年中国童装市场零售额变化	34
图表 17 2008-2014年中国童装市场按产品分类零售量统计	35
图表 18 2014年中国童装市场不同产品大类零售量占比情况	35
图表 19 2008-2014年中国童装市场按产品分类零售额统计	36
图表 20 2014年中国童装市场不同产品大类零售额占比情况	36
图表 21 我国童装产品层次分析	36
图表 22 中国童装市场按产品层次构成情况	37
图表 23 中国童装行业零售渠道构成情况	37
图表 24 2008-2014年中国童装平均价格统计	38
图表 25 国外高端童装品牌一览	39
图表 26 2008-2014年中国高端童装零售规模变化趋势图	40
图表 27 Gymboree商品系列	42
图表 28 2014年Gymboree门店数量统计	43
图表 29 Gymboree在华门店统计	44
图表 30 2008-2014年Gymboree童装零售规模统计	45
图表 31 Gymboree童装销售毛利率统计	45
图表 32 巴拉巴拉品牌童装主要情况一览	46
图表 33 巴拉巴拉品牌发展历程	47
图表 34 巴拉巴拉事业部组织结构	48
图表 35 巴拉巴拉童装销售模式示意图	49
图表 36 巴拉巴拉童装销售模式详解	50
图表 37 巴拉巴拉童装门店数量统计	51
图表 38 巴拉巴拉童装销售规模统计	52

图表 39 巴拉巴拉童装不同类型门店销售占比情况	52
图表 40 2010-2014年巴拉巴拉童装细分产品销售收入	53
图表 41 巴拉巴拉童装分产品毛利率统计	53
图表 42 高端童装行业产业链	54
图表 43 2010-2014年中国纺织业固定资产投资额统计	55
图表 44 2014年中国纺织业主要产品产量统计	56
图表 45 中国限额以上批发零售企业服装销售变化趋势图	56
图表 46 2014年中国缝纫机产量情况	61
图表 47 2008-2014年中国服装网络购物市场交易规模	62
图表 48 中国服装网络购物市场结构份额	63
图表 49 B2C服装网购市场主要企业份额	63
图表 50 2008-2014年中国孕婴童装网购市场交易规模	66
图表 51 天猫商城主要店铺类型一览	67
图表 52 天猫商城用户访问情况统计	67
图表 53 天猫商城部分入驻童装品牌	67
图表 54 淘宝网B2C平台服装网购市场交易规模统计	68
图表 55 淘宝网部分入驻童装品牌	68
图表 56 京东商城用户访问情况统计	69
图表 57 京东商城部分入驻童装品牌	70
图表 58 妙乐乐部分入驻童装品牌	71
图表 59 红孩子网站部分入驻童装品牌	72
图表 60 绿盒子销售额统计	73
图表 61 童装按年龄层细分情况	77
图表 62 GUCCI中国大陆直营店一览	86
图表 63 BURBERRY CHILDRENSWEAR中国城市门店一览	88
图表 64 2008-2014年BURBERRY CHILDRENSWEAR销售收入统计	89
图表 65 GAP童装产品系列一览	89
图表 66 中国童装销售前十位品牌市场综合占有率	90
图表 67 2014年中国服装产量区域分布结构图	91
图表 68 派克兰帝品牌童装主要情况一览	93
图表 69 小猪班纳品牌童装主要情况一览	93
图表 70 巴布豆品牌童装主要情况一览	94

图表 71 安奈尔品牌童装主要情况一览	94
图表 72 米奇品牌童装主要情况一览	95
图表 73 童装产业进入品牌竞争时期	96
图表 74 2009-2014年华北地区童装零售额增长趋势图	98
图表 75 2009-2014年东北地区童装零售额增长趋势图	99
图表 76 2009-2014年华东地区童装零售额增长趋势图	99
图表 77 2009-2014年华南地区童装零售额增长趋势图	100
图表 78 2009-2014年华中地区童装零售额增长趋势图	101
图表 79 2009-2014年西南地区童装零售额增长趋势图	101
图表 80 2009-2014年西北地区童装零售额增长趋势图	102
图表 81 2009-2014年北京市0-14岁儿童人口统计	103
图表 82 已在北京市开设高端童装直营店的部分品牌一览	103
图表 83 天津市0-14岁儿童人口统计	104
图表 84 已在天津市开设高端童装直营店的部分品牌一览	104
图表 85 河北省0-14岁儿童人口统计	104
图表 86 2009-2014年山西省0-14岁儿童人口统计	105
图表 87 内蒙古0-14岁儿童人口统计	105
图表 88 2009-2014年广东省0-14岁儿童人口统计	106
图表 89 广西区0-14岁儿童人口统计	106
图表 90 上海市0-14岁儿童人口统计	107
图表 91 2009-2014年江苏省0-14岁儿童人口统计	107
图表 92 浙江省0-14岁儿童人口统计	108
图表 93 2009-2014年山东省0-14岁儿童人口统计	108
图表 94 2009-2014年福建省0-14岁儿童人口统计	109
图表 95 2009-2014年安徽省0-14岁儿童人口统计	109
图表 96 江西省0-14岁儿童人口统计	109
图表 97 湖北省0-14岁儿童人口统计	110
图表 98 湖南省0-14岁儿童人口统计	111
图表 99 河南省0-14岁儿童人口统计	112
图表 100 2009-2014年重庆市0-14岁儿童人口统计	112
图表 101 四川省0-14岁儿童人口统计	113
图表 102 贵州省0-14岁儿童人口统计	114

图表 103 云南省0-14岁儿童人口统计 114

图表 104 2009-2014年辽宁省0-14岁儿童人口统计 115

图表 105 吉林省0-14岁儿童人口统计 115

图表 106 黑龙江省0-14岁儿童人口统计 116

图表 107 2009-2014年陕西省0-14岁儿童人口统计 116

图表 108 西安市上海博越服饰有限公司高端童装专营店一览 117

图表 109 甘肃省0-14岁儿童人口统计 117

图表 110 2006-2014年中国0-14岁人口数量统计 118

图表 111 中国0-14岁儿童分年龄阶段人口数量统计 119

图表 112 2008-2014年中国新生婴幼儿人口数量统计 119

图表 113 中国城镇居民家庭平均每人全年服装现金消费支出统计 120

图表 114 中国城镇不同收入层次居民家庭服装消费情况统计 120

图表 115 家长对童装产品各因素关注度统计 121

图表 116 童装购买时间调研统计 121

图表 117 家长购买童装信息来源情况调研统计 122

图表 118 家长购买童装陈列信息获取情况 123

图表 119 家长购买童装时希望导购提供的信息 123

图表 120 2008-2014年中国高净值人群的规模及构成 124

图表 121 中国高净值人群地域分布图 125

图表 122 国内品牌童装价格区间统计 128

图表 123 童装购买地点调研统计 129

图表 124 中国童装品牌占有率统计 129

图表 125 博士蛙国际控股有限公司品牌介绍 144

图表 126 博士蛙国际控股有限公司服装产品业务模式 145

图表 127 2014年浙江森马服饰股份有限公司主营业务分产品情况表 149

图表 128 2014年浙江森马服饰股份有限公司主营业务结构情况 150

图表 129 2014年浙江森马服饰股份有限公司主营业务分地区情况表 150

图表 130 2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司收入统计 150

图表 131 2015-2020年中国高端童装零售规模预测趋势图 153



详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254256.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。