



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国高端童装市场 需求及投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2016-2022年中国高端童装市场需求及投资前景分析报告》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/272413.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

报告目录：

第1章：中国高端童装行业发展综述	17
1.1 高端童装行业定义及分类	17
1.1.1 行业概念及定义	17
1.1.2 主要产品大类	17
1.2 高端童装行业统计标准	18
1.2.1 统计部门和统计口径	18
1.2.2 统计方法	18
1.2.3 数据种类	18
1.3 高端童装行业pest模型	20
1.3.1 行业政治法律环境分析（p）	20
（1）行业相关标准	20
1) 婴幼儿服装标准	20
2) 婴幼儿纺织品标准	21
3) 童装绳索和拉带安全要求	22
4) 儿童上衣拉带安全规格	23
5) 提高机械安全性的儿童服装设计和生产实施规范	23
6) 国家纺织商品基本安全技术规范	24
7) 婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范	24
（2）行业法律法规	28
1) 纺织服装出口退税调整	28
2) 增值税制度	29
3) 服装自主品牌建设	29
4) 童装安全法	32
（3）行业发展规划	33
1) 纺织工业调整和振兴规划	33
2) 纺织工业"十三五"科技进步纲要	34
1.3.2 行业经济环境分析（e）	34
（1）国内经济增长	34
（2）居民收入水平	35

- (3) 城镇化水平 36
- (4) 消费者信心指数 37
- 1.3.3 行业社会环境分析 (s) 39
  - (1) 居民消费结构 39
  - (2) 居民消费观念 40
  - (3) 奢侈品消费观念 41
- 1.3.4 行业信息技术环境分析 (t) 43
  - (1) 企业it数据系统装备情况 43
    - 1) 中国服装企业中的mis 43
    - 2) 中国服装企业中的cad/cam系统 44
    - 3) 中国服装企业中的erp系统 44
  - (2) 行业信息技术使用现状分析 45
  - (3) 行业信息技术利用趋势分析 47
- 1.4 高端童装行业波特五力模型 49
  - 1.4.1 上游议价能力 49
  - 1.4.2 下游议价能力 50
  - 1.4.3 新进入者壁垒 50
  - 1.4.4 替代威胁 51
  - 1.4.5 行业内竞争 51
- 第2章：2014-2015年高端童装行业经济指标 52
  - 2.1 中国高端童装行业经济指标分析 52
    - 2.1.1 2014-2015年高端童装行业经营效益指标 52
      - (1) 综合经营效益指标 52
      - (2) 盈利能力指标 52
      - (3) 运营能力指标 53
      - (4) 偿债能力指标 53
      - (5) 发展能力指标 54
    - 2.1.2 2014-2015年高端童装行业经济指标 54
      - (1) 综合经济指标 54
      - (2) 不同规模企业经济指标 55
      - (3) 不同性质企业经济指标 61
      - (4) 不同地区企业经济指标 72

- 2.2 中国高端童装行业供需平衡指标 82
  - 2.2.1 高端童装行业供给指标 82
    - (1) 2014-2015年高端童装行业供给指标 83
      - 1) 总产值 83
      - 2) 总产值前十地区 83
      - 3) 产成品 84
      - 4) 产成品产品前十地区 85
  - 2.2.2 高端童装行业需求指标 86
    - (1) 2014-2015年高端童装行业需求指标 86
      - 1) 销售产值 86
      - 2) 销售产值前十地区 87
      - 3) 销售收入 88
      - 4) 销售收入前十地区 89
  - 2.2.3 2005-2015年高端童装行业产销率 90
- 2.3 2015年1-10月高端童装行业经营效益指标 91
  - 2.3.1 产业规模分析 91
  - 2.3.2 月资本/劳动密集度分析 91
  - 2.3.3 高端童装行业产销分析 91
  - 2.3.4 成本费用结构分析 92
  - 2.3.5 高端童装行业盈亏分析 92
- 2.4 中国高端童装制造进出口市场分析 93
  - 2.4.1 中国高端童装制造行业出口情况 93
    - (1) 2014-2015年行业出口市场分析 93
      - 1) 行业出口整体情况 93
      - 2) 行业出口产品结构特征分析 94
    - (2) 2015年1-10月行业出口市场分析 96
      - 1) 行业出口整体情况 96
      - 2) 行业出口产品结构特征分析 96
  - 2.4.2 中国高端童装制造行业进口情况 98
    - (1) 2014-2015年行业进口市场分析 98
      - 1) 行业进口整体情况 98
      - 2) 行业进口产品结构特征分析 99

- (2) 2015年1-10月行业进口市场分析 101
- 1) 行业进口整体状况 101
- 2) 行业进口产品结构特征分析 102
- 第3章：高端童装行业产业链直观 105
- 3.1 高端童装行业产业链直观 105
- 3.2 高端童装行业上游产业供应链解析 105
- 3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析 105
- (1) 服装面料生产情况 105
- (2) 服装面料需求情况 106
- (3) 服装面料投资情况 107
- (4) 服装面料开发趋势 107
- 3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势 108
- (1) 拉链市场供给与价格走势 108
- (2) 衬布市场供给与价格走势 111
- (3) 纽扣市场供给与价格走势 112
- 3.2.3 缝纫机械产销与经营 113
- (1) 缝纫机械市场产销情况 113
- (2) 缝纫机械行业经营情况 114
- 3.3 高端童装行业下游产业流通链解析 117
- 3.3.1 传统零售业发展现状与需求 117
- (1) 传统零售业发展现状 117
- 1) 零售行业发展概况 117
- 2) 零售行业发展特征 117
- 3) 零售行业经济运行 119
- 4) 零售行业竞争情况 120
- (2) 高端童装综合零售渠道需求 121
- 3.3.2 电子商务发展现状与需求 122
- (1) 电子商务行业发展现状 122
- 1) 中国电子商务行业发展概况 122
- 2) 中国电子商务网站规模 122
- 3) 中国电子商务行业市场规模 123
- 4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析 123

- (2) 高端童装电子商务渠道需求 124
- 第4章：高端童装行业细分产品市场 126
  - 4.1 高端童装产品市场发展 126
    - 4.1.1 产品线延伸 126
      - (1) 产品年龄段拓展 126
      - (2) 产品性别市场拓展 126
    - 4.1.2 产品设计趋势 126
      - (1) 休闲装崛起 126
      - (2) 颜色、款式成人化 126
      - (3) 图案变小，流行装饰增多 127
      - (4) 健康环保概念流行 127
  - 4.2 不同年龄段产品市场分析 127
    - 4.2.1 婴幼儿（0-3岁）装市场 127
      - (1) 婴幼儿装市场需求 127
      - (2) 婴幼儿装主要品牌及企业 128
      - (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为 128
      - (4) 婴幼儿装营销特征与针对性 129
      - (5) 婴幼儿装市场趋势与前景 129
    - 4.2.2 小童（4-6岁）装市场 130
      - (1) 小童装市场需求 130
      - (2) 小童装主要品牌及企业 130
      - (3) 小童装购买决策与购买行为 130
      - (4) 小童装营销特征与针对性 131
      - (5) 小童装市场趋势与前景 131
    - 4.2.3 中童（7-12岁）装市场 131
      - (1) 中童装市场需求 131
      - (2) 中童装主要品牌及企业 131
      - (3) 中童装购买决策与购买行为 131
      - (4) 中童装营销特征与针对性 132
      - (5) 中童装市场趋势与前景 132
    - 4.2.4 大童（13-16岁）装市场 132
      - (1) 大童装市场需求 132

- (2) 大童装主要品牌及企业 132
- (3) 大童装购买决策与购买行为 133
- (4) 大童装营销特征与针对性 133
- (5) 大童装市场趋势与前景 133
- 4.3 高端童装产业链延伸 133
  - 4.3.1 延伸至鞋类市场 133
  - 4.3.2 延伸至文具市场 134
  - 4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场 134
- 第5章：高端童装行业发展与竞合关系 135
  - 5.1 国际高端童装市场竞合关系 135
    - 5.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展 135
      - (1) 美国 135
      - (2) 俄罗斯 135
      - (3) 英国 136
      - (4) 日本 136
      - (5) 其它国家及地区 137
    - 5.1.2 国际高端童装市场竞合关系 138
    - 5.1.3 国际童装品牌调研及在华投资 138
      - (1) 耐克 (nike) 138
        - 1) 品牌历史与地位 138
        - 2) 产品特征与定位 139
        - 3) 企业营销策略分析 139
      - (2) 阿迪达斯 (adidas) 141
        - 1) 品牌历史与地位 141
        - 2) 产品特征与定位 142
        - 3) 企业营销策略分析 142
      - (3) 古驰 (gucci) 143
        - 1) 品牌历史与地位 143
        - 2) 产品特征与定位 144
        - 3) 企业营销策略分析 144
      - (4) 阿卡邦 (agabang) 145
        - 1) 品牌历史与地位 145



- 2) 产品特征与定位 145
- 3) 企业营销策略分析 145
  - (5) 史努比 146
- 1) 品牌历史与地位 146
- 2) 产品特征与定位 146
- 3) 企业营销策略分析 146
  - (6) 樱桃小丸子 147
- 1) 品牌历史与地位 147
- 2) 产品特征与定位 147
- 3) 企业营销策略分析 147
- 5.2 国内高端童装市场竞合关系 147
  - 5.2.1 高端童装市场规模 147
  - 5.2.2 高端童装行业集中度 148
    - (1) 销售集中度 148
    - (2) 资产集中度 150
    - (3) 利润集中度 151
    - (4) 不同经济类型企业集中度 152
  - 1) 不同经济类型企业特征 152
  - 2) 不同经济类型企业集中度 154
  - 5.2.3 高端童装竞争格局 156
    - (1) 中外品牌竞争格局 156
    - (2) 国内品牌竞争力 157
  - 5.2.4 国内童装品牌调研 157
    - (1) 巴拉巴拉 157
  - 1) 产品特征及定位 157
  - 2) 营销模式及动向 157
  - 3) 品牌门店数量及分布 158
    - (2) 派克兰帝 158
  - 1) 产品特征及定位 158
  - 2) 营销模式及动向 159
  - 3) 品牌门店数量及分布 159
    - (3) 小猪班纳 160

- 1) 产品特征及定位 160
- 2) 营销模式及动向 160
- 3) 品牌门店数量及分布 161
  - (4) 巴布豆 161
- 1) 产品特征及定位 161
- 2) 营销模式及动向 162
- 3) 品牌门店数量及分布 162
  - (5) 安奈尔 163
- 1) 产品特征及定位 163
- 2) 营销模式及动向 163
- 3) 品牌门店数量及分布 163
  - (6) 米奇 163
- 1) 产品特征及定位 164
- 2) 营销模式及动向 164
- 3) 品牌门店数量及分布 164
- 5.3 高端童装企业资本整合与并购 165
  - 5.3.1 行业结构的演进和增长点 165
  - 5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合 165
  - 5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合 165
  - 5.3.4 高端童装企业投资兼并与重组整合案例 166

## 第6章：高端童装行业重点区域市场 167

- 6.1 行业总体区域结构特征 167
  - 6.1.1 区域结构总体特征 167
  - 6.1.2 区域集中度 170
- 6.2 行业重点区域产销情况 172
  - 6.2.1 华北地区高端童装产销情况 172
    - (1) 北京市高端童装产销情况 172
    - (2) 天津市高端童装产销情况 174
    - (3) 河北省高端童装产销情况 176
    - (4) 山西省高端童装产销情况 178
    - (5) 内蒙古高端童装产销情况 180

## 6.2.2 华南地区高端童装产销情况 182

(1) 广东省高端童装产销情况 182

(2) 广西高端童装产销情况 184

## 6.2.3 华东地区高端童装产销情况 186

(1) 上海市高端童装产销情况 186

(2) 江苏省高端童装产销情况 188

(3) 浙江省高端童装产销情况 191

(4) 山东省高端童装产销情况 193

(5) 福建省高端童装产销情况 195

(6) 安徽省高端童装产销情况 197

(7) 江西省高端童装产销情况 199

## 6.2.4 华中地区高端童装产销情况 201

(1) 湖北省高端童装产销情况 201

(2) 湖南省高端童装产销情况 203

(3) 河南省高端童装产销情况 205

## 6.2.5 西南地区高端童装产销情况 207

(1) 重庆市高端童装产销情况 207

(2) 四川省高端童装产销情况 209

(3) 贵州省高端童装产销情况 211

(4) 云南省高端童装产销情况 213

## 6.2.6 东北地区高端童装产销情况 215

(1) 吉林省高端童装产销情况 215

(2) 辽宁省高端童装产销情况 217

(3) 黑龙江省高端童装产销情况 219

## 6.2.7 西北地区高端童装产销情况 221

(1) 陕西省高端童装产销情况 221

(2) 甘肃省高端童装产销情况 223

(3) 青海省高端童装产销情况 224

(4) 宁夏高端童装产销情况 225

(5) 新疆高端童装产销情况 226

## 第7章：高端童装行业消费需求调研 229

### 7.1 高端童装需求背景 229

7.1.1 人口结构变迁与"婴儿潮"红利	229
(1) 我国人口结构变化特征	229
(2) 人口结构变迁与消费品成长性影响	230
(3) 中国儿童消费群体成长情况	230
7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析	232
(1) 家庭消费生命周期界定	232
(2) 不同家庭消费生命周期的消费特征	233
7.2 儿童消费决策市场	235
7.2.1 童装消费决策调研	235
7.2.2 儿童消费决策情况调研	236
(1) 儿童人均消费额	236
(2) 儿童购物自主意识与品牌认知	236
1) 儿童自主消费意识提高及影响	236
2) 儿童自主意识与行为案例	237
(3) 儿童高消费影响因素	237
7.3 高端童装需求空间分析	238
7.3.1 城市儿童消费规模	238
7.3.2 城市儿童消费结构	238
7.3.3 高端童装需求空间分析	238
7.4 高端童装消费需求调研	239
7.4.1 童装消费层次	239
7.4.2 童装消费价格承受能力	240
7.4.3 童装消费质量要求	240
7.4.4 童装消费场所选择	241
7.4.5 高端童装消费品牌忠诚度	242
第8章：高端童装销售渠道与发展策略	244
8.1 高端童装销售渠道	244
8.1.1 高端童装销售渠道发展	244
8.1.2 国外高端童装进入渠道	244
(1) 直营	244
(2) 代理分销	245
(3) 品牌托管	245

### 8.1.3 国内高端童装销售渠道 245

- (1) 百货商场 245
- (2) 品牌专卖店 246
- (3) 专营店 246
- (4) 仓储超市 247
- (5) 电子商务 247

### 8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势 247

## 8.2 高端童装营销策略及形式 248

### 8.2.1 高端童装营销策略 248

- (1) 产品策略 248
- (2) 价格策略 249
- (3) 渠道策略 249
- (4) 促销策略 250

### 8.2.2 高端童装营销策略形式 250

- (1) 形象营销策略 250
- (2) 概念营销策略 250
- (3) 品牌营销策略 251
- (4) 文化营销策略 251
- (5) 情感营销策略 252

## 第9章：高端童装行业主要企业运营指标

### 9.1 高端童装企业发展总体状况分析

#### 9.1.1 高端童装行业企业规模

#### 9.1.2 高端童装行业工业产值状况

#### 9.1.3 高端童装行业销售收入和利润

#### 9.1.4 主要高端童装企业创新能力分析

### 9.2 高端童装行业领先企业个案分析

#### 9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

#### 9.2.2 温州市森马童装有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

#### 9.2.3 红黄蓝集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

#### 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

#### 9.2.5 广州中威日用品企业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

### 第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测

#### 10.1 高端童装市场趋势与前景

##### 10.1.1 市场发展趋势

##### 10.1.2 市场前景预测

#### 10.2 高端童装行业投资特性

##### 10.2.1 进入壁垒

##### 10.2.2 盈利模式

##### 10.2.3 盈利因素

#### 10.3 高端童装行业投资风险

##### 10.3.1 政策风险

##### 10.3.2 技术风险

##### 10.3.3 供求风险

##### 10.3.4 宏观经济波动风险

### 10.3.5 关联产业风险

### 10.3.6 生产规模及所有制风险

## 10.4 高端童装行业投资建议

### 10.4.1 行业投资现状

### 10.4.2 主要投资建议

图表目录：

图表1：2008-2015年高端童装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 2

图表2：婴幼儿及儿童纺织所用织物技术安全要求 25

图表3：婴幼儿及儿童纺织所用填充物技术安全要求 26

图表4：2014年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%） 29

图表5：2014-2015年我国gdp分季度增长情况（单位：%） 35

图表6：2008-2015年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%） 36

图表7：2008-2015年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%） 36

图表8：2000-2015年我国城镇化水平（单位：万人，%） 37

图表9：2014年10月-2015年10月消费者信心指数、预期指数和满意指数走势 38

图表10：奢侈品消费动机结构 42

图表11：日本、美国和欧洲奢侈品消费者购买动机认同百分比（单位：%） 42

图表12：中国奢侈品消费者购买动机 43

图表13：美特斯?邦威供应链资源整合系统架构图 46

图表14：2014-2015年高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 52

图表15：2014-2015年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%） 53

图表16：2014-2015年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次） 53

图表17：2014-2015年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%、倍） 53

图表18：2014-2015年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%） 54

图表19：2014-2015年高端童装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 54

图表20：2014-2015年中国大型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 56

图表21：2014-2015年中国中型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 57

图表22：2014-2015年中国小型高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 58

图表23：2010-2015年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 60



图表24：2010-2015年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 60

图表25：2010-2015年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 61

图表26：2010-2015年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 61

图表27：2014-2015年国有高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 62

图表28：2014-2015年集体高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 63

图表29：2014-2015年股份合作高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 64

图表30：2014-2015年股份制高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 65

图表31：2014-2015年私营高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 66

图表32：2014-2015年外商和港澳台投资高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 68

图表33：2014-2015年其他性质高端童装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 69

图表34：2010-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 70

图表35：2010-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 71

图表36：2010-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 71

图表37：2010-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 72

图表38：2014-2015年居前的10个省份销售收入统计表（单位：万元，%） 72

图表39：2014-2015年居前的10个省份销售收入比重图（单位：%） 73

图表40：2014-2015年居前的10个省份资产总额统计表（单位：万元，%） 74

图表41：2014-2015年居前的10个省份资产总额比重图（单位：%） 75

图表42：2014-2015年居前的10个省份负债统计表（单位：万元，%） 75

图表43：2014-2015年居前的10个省份负债比重图（单位：%） 76

图表44：2014-2015年居前的10个省份利润总额统计表（单位：万元，%） 77

图表45：2014-2015年居前的10个省份利润总额比重图（单位：%） 78

图表46：2014-2015年居前的10个省份产成品统计表（单位：万元，%） 78

图表47：2014-2015年居前的10个省份产成品比重图（单位：%） 79

图表48：2014-2015年居前的10个省份单位数及亏损单位数统计表（单位：个） 80

图表49：2014-2015年居前的10个省份企业单位数比重图（单位：%） 81

图表50：2014-2015年居前的10个亏损省份亏损单位亏损总额统计表（单位：万元，%） 81

图表51：2014-2015年居前的10个亏损省份亏损总额比重图（单位：%） 82

图表52：2008-2015年高端童装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 83

图表53：2014-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 83

图表54：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 84

图表55：2008-2015年高端童装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 85

图表56：2014-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 85

图表57：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 86

图表58：2008-2015年高端童装行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 87

图表59：2014-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 87

图表60：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 88

图表61：2008-2015年高端童装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 89

图表62：2014-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 89

图表63：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 90

图表64：2005-2015年全国高端童装行业产销率变化趋势图（单位：%） 90

图表65：2015年1-10月高端童装行业产业规模分析（单位：家，万人，亿元） 91

图表66：2015年1-10月高端童装行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位） 91

图表67：2015年1-10月高端童装行业产销情况（单位：亿元，%） 92

图表68：2015年1-10月高端童装行业成本费用情况（单位：亿元，%） 92

图表69：2015年1-10月高端童装行业成本费用结构情况（单位：%） 92

图表70：2015年1-10月高端童装行业盈亏情况（单位：亿元，%） 93

图表71：2014-2015年中国高端童装行业月度出口金额走势（单位：万美元，%） 93

图表72：2014-2015年中国高端童装行业出口产品（单位：千克，双，个，件，万美元） 94

图表73：2014-2015年中国高端童装行业主要出口产品结构（单位：%） 95

图表74：2015年1-10月高端童装行业产品出口月度金额图（单位：万美元） 96

图表75：2015年1-10月中国高端童装行业出口产品（单位：吨，万个/双/件，万美元） 96

图表76：2015年1-10月高端童装行业出口产品结构（单位：%） 98

图表77：2014-2015年中国高端童装行业月度进口金额走势（单位：万美元，%） 99

图表78：2014-2015年中国高端童装行业进口产品（单位：千克，双，个，件，万美元） 99

图表79：2014-2015年中国高端童装行业主要进口产品结构（单位：%） 101

图表80：2015年1-10月高端童装行业产品进口月度金额图（单位：万美元） 102

图表81：2015年1-10月中国高端童装行业进口产品（单位：吨，万双/个/件，千克，万美元） 102

图表82：2015年1-10月高端童装行业进口产品结构（单位：%） 103

- 图表83：高端童装行业产业链 105
- 图表84：2015年主要省市面料产量变化（单位：万米，%） 106
- 图表85：2014-2015年服装面料行业固定资产投资情况（单位：万元，个，%） 107
- 图表86：2015年中国拉链十大品牌榜获奖名单 109
- 图表87：2015年1-10月全国各省市缝纫机械产量情况（单位：台） 114
- 图表88：2010-2015年中国零售行业营收与费用情况分析（单位：万元，%） 119
- 图表89：2010-2015年中国零售行业收益与利润情况分析（单位：万元，%） 120
- 图表90：2010-2015年中国零售行业运营能力分析（单位：元，%，次） 120
- 图表91：2010-2015年中国零售行业资产负债率分析（单位：%） 120
- 图表92：2015年婴幼儿装主要品牌及企业（排名不分先后） 128
- 图表93：2005-2015年中国高端童装行业市场规模预测（单位：亿元，%） 148
- 图表94：2015年中国高端童装行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%） 149
- 图表95：2006-2015年高端童装行业销售集中度变化图（单位：%） 149
- 图表96：2015年中国高端童装行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%） 150
- 图表97：2006-2015年高端童装行业资产集中度变化图（单位：%） 151
- 图表98：2015年中国高端童装行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%） 151
- 图表99：2006-2015年高端童装行业利润集中度变化图（单位：%） 152
- 图表100：2015年高端童装行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元） 152
- 图表101：高端童装行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%，次） 153
- 图表102：高端童装行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%） 153
- 图表103：2015年中国高端童装行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元） 154
- 图表104：2015年中国高端童装行业销售收入按经济类型百分比（单位：%） 155
- 图表105：2007-2015年行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%） 155
- 图表106：2007-2015年行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%） 156
- 图表107：中国高端童装市场品牌分别情况（单位：%） 156
- 图表108：2014-2015年中国高端童装企业区域市场情况（单位：家，万元） 167
- 图表109：2014-2015年高端童装行业各区域企业数量情况（单位：%） 169
- 图表110：2014-2015年高端童装行业各区域销售收入情况（单位：%） 169
- 图表111：2014-2015年高端童装行业各区域资产总计情况（单位：%） 170
- 图表112：2015年中国高端童装行业各省份产品销售收入排名情况（单位：亿元） 170
- 图表113：2015年中国高端童装行业产品销售收入按省份累计百分比（单位：%） 171
- 图表114：2008-2015年中国高端童装行业销售收入靠前的五省份占比情况（单位：%） 171

图表115：2008-2015年中国高端童装行业前五省份销售收入占比及标准差情况（单位：%）

172

图表116：2007-2015年北京市高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 173

图表117：2006-2015年北京市高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 173

图表118：2006-2015年北京市高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 174

图表119：2006-2015年北京市高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 174

图表120：2007-2015年天津市高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 175

图表121：2006-2015年天津市高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 175

图表122：2006-2015年天津市高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：家） 176

图表123：2006-2015年天津市高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 176

图表124：2007-2015年河北省高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 177

图表125：2006-2015年河北省高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 177

图表126：2006-2015年河北省高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 178

图表127：2006-2015年河北省高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 178

图表128：2007-2015年山西省高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 179

图表129：2006-2015年山西省高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 179

图表130：2006-2015年山西省高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 180

图表131：2006-2015年山西省高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 180

图表132：2007-2015年内蒙古高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 181

图表133：2006-2015年内蒙古高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 181

图表134：2006-2015年内蒙古高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 182

图表135：2006-2015年内蒙古高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 182

图表136：2007-2015年广东省高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 183

图表137：2006-2015年广东省高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 183

图表138：2006-2015年广东省高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 184

图表139：2006-2015年广东省高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 184

图表140：2007-2015年广西高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 185

图表141：2006-2015年广西高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 185

图表142：2006-2015年广西高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 186

图表143：2006-2015年广西高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 186

图表144：2007-2015年上海市高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 187

图表145：2006-2015年上海市高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 187

- 图表146：2006-2015年上海市高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 188
- 图表147：2006-2015年上海市高端童装行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 188
- 图表148：2007-2015年江苏省高端童装行业产销情况统计表（单位：万元，%） 189
- 图表149：2006-2015年江苏省高端童装行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 190
- 图表150：2006-2015年江苏省高端童装行业企业数量变化趋势图（单位：个） 190

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272413.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专业提供投资咨询报告、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。