艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国童装童鞋市场发展现状及战略咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2017-2023年中国童装童鞋市场发展现状及战略咨询报告》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/287337.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

与男装、女装等服装品类相比，我国童装行业起步较晚。随着我国家庭对童装消费习惯的改变，国内专业童装企业普遍于上世纪 90 年代中期以后开始发展。从产业生命周期的角度来看，我国童装行业尚处于成长期阶段，具有市场需求增长迅速、成长空间加大的特点。近些年来，我国的童装消费规模不断扩大，且保持着较高的增长率。2015年我国童装市场规模达到1372亿，增长率达到8%，随着二胎开放和消费升级，2020年我国童装市场的零售额将达到2098亿元。2011-2015年中国童装销售规模统计　　本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一部分 童装行业发展分析22
第一章 2016年中国童装行业运行动态透析22
第一节 童装的相关概述22
一、童装的起源22
二、童装的分类22
三、童装产业的特征24
第二节 2016年中国童装行业的发展分析25
一、中国童装产业结构及产业链概况25
二、中国童装业开始步入产业升级轨道25
三、我国童装产业的运行特点26
四、中国童装产业呈遍地开花局面28
第三节 2016年童装产业绿色环保的发展分析28
一、环保童装的介绍28
二、绿色童装的四大功能30
三、童装企业应尽力打造绿色环保童装30
四、健康童装的面料要提高科技含量31
五、国内冬季童装市场掀起环保风33
六、环保童装消费理念深入人心34
第四节 2016年童装产业发展存在的问题及对策分析34
一、制约中国童装产业发展的八大因素34

二、样式无差异制约童装行业发展36
三、童装产业基地发展存在的问题37
四、童装产业应实施ISO9000国际标准40
五、我国童装行业应重视出口风险防范42

第二章 2016年中国童装市场运行走势解析47
第一节 中国童装市场发展概况47
一、改革开放以来童装市场的发展变化47
二、中国童装市场发展格局分析50
三、中国童装市场发展特征53
四、中国童装市场开始步入调整周期54
五、运动品牌集体发力国内童装市场56
第二节 中国童装市场存在的问题56
一、童装市场发展面临的五大难题56
二、中国童装市场发展需突破的瓶颈57
三、制约中国童装市场发展的因素62
四、中国童装市场不景气的内外因63
第三节 中国童装市场的发展对策64
一、童装成功开创蓝海大市场的策略64
二、童装企业的低成本传播战略67
三、童装企业从批发向品牌转型的建议70

第三章 2016年中国童装行业市场需求及消费情况深度研究77
第一节 中国童装市场需求分析77
一、中国童装市场的需求规模77
2011-2015年间，受益于快速增长的家庭收入，我国童装市场的发展势头较好，我国童装市场人均消费额从2011年423.84元增加至2015年639.09元。2011-2015年中国人均童装支出情况
二、女童装市场需求比男童市场大78
三、童装市场的需求趋向80
四、童装市场需求六大趋势81
五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变86
第二节 中国童装市场消费分析87

一、童装消费的特征87
二、影响童装消费的因素90
三、中国童装市场消费水平多层次91
四、2016年童装市场消费者调查分析92
五、童装个性化消费来临及应对策略93
第三节 中国童装市场价格分析94
一、影响儿童服装价格的因素94
二、中国童装价格居高的原因分析96
三、中国童装市场价格与需求形式分析98

第四章 2016年中国童装品牌市场运行形势分析103
第一节 中国童装品牌的发展103
一、中国童装发展品牌市场的背景103
二、中国童装品牌市场的整体格局104
三、我国自主童装品牌发展状况简析106
四、洋品牌大肆抢滩中国童装市场108
五、2016年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计112
六、2016年中国童装市场前十位品牌综合占有率情况113
第二节 童装品牌细分市场的定位113
一、以年龄层细分市场113
二、以个性定位细分市场114
三、以功能定位细分市场116
第三节 中国童装品牌市场存在的问题118
一、童装品牌发展的难点118
二、中国童装品牌结构不合理设计老化118
三、中国童装品牌消费存在的不足120
四、中国童装品牌做不大的原因122
五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区123
第四节 中国童装品牌发展的策略135
一、童装打造自主品牌的建议135
二、中国童装品牌文化应升级136
三、中国童装企业品牌策划的策略139

第五章 2016年中国婴儿服装及衣着附件产量统计分析142
第一节 2016年全国婴儿服装及衣着附件产量分析142
第二节 2016年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析143
第三节 2016年婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148

第六章 2016年中国童装区域市场格局分析153
第一节 北京153
一、北京童装销售市场发展回顾153
二、北京亿元商场童装市场销售情况153
三、北京童装行业零售简况154
第二节 上海159
一、上海市童装市场的定位分析159
二、上海童装质量安全性指数有保障160
三、上海童装市场发展综述162
四、法国顶级童装品牌进驻上海164
五、上海童装销售规模分析165
第三节 深圳167
一、深圳童装市场总体概述167
二、深圳童装市场面临洗牌169
三、深圳童装着力打造领先品牌172
四、深圳"衣童俱乐部"品牌抢占全国市场174
五、深圳童装市场企业与日俱增174
第四节 杭州177
一、杭州已成为童装品牌必争之地177
二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山177
三、杭州街头童装受欢迎179
四、T100低调抢滩杭州童装市场182
第五节 温州183
一、温州童装发展的轨迹183
二、限制温州童装发展的瓶颈186
三、温州童装业保持稳健发展188

四、温州童装积极抢占核心商圈191
第六节 其他地区193
一、江苏省童装市场商机大193
二、成都童装品牌领先全国194
三、武汉本土童装集体失声196
四、长春品牌童装市场销售形势火热198

第七章 2016年中国童装行业市场竞争格局分析200
第一节 2016年中国童装市场的竞争状况200
一、中国童装市场的主要竞争形式200
二、成人服装品牌挤占童装市场空间200
三、成装企业大规模介入加剧童装行业竞争202
第二节 2016年中国童装行业集中度分析205
一、市场集中度分析205
二、区域集中度分析205
三、2016年中国童装企业提升竞争力策略分析205

第八章 国内外童装重点企业分析207
第一节 NIKE207
一、企业概况207
二、市场定位情况208
三、市场占有份额情况209
四、NIKE童装品牌分析210
第二节 ADIDAS210
一、企业概况210
二、市场定位情况211
三、市场占有份额情况211
四、企业品牌规模分析212
第三节 PawinPaw213
一、企业概况213
二、市场定位情况213
三、市场占有份额情况214

第四节 巴拉巴拉214
一、企业概况214
二、市场定位情况215
三、市场占有份额情况216
四、企业品牌规模216
第五节 安奈儿216
一、企业概况216
二、市场定位情况217
三、市场占有份额情况218
四、2015-2020年公司发展战略分析218
第六节 衣恋218
一、企业概况218
二、市场定位情况219
三、市场占有份额情况219
四、企业产品介绍219
第七节 派克兰帝220
一、企业概况220
二、市场定位情况221
三、市场占有份额情况221
四、2015-2020年公司发展战略分析222
第八节 丽婴房222
一、企业概况222
二、企业规模分析222
三、市场占有份额情况223
四、企业经营分析223
第九节 史努比224
一、企业概况224
二、市场定位情况225
三、市场占有份额情况225
四、企业品牌分析226
第十节 小猪班纳226
一、企业概况226

二、市场定位情况227
三、市场占有份额情况227
四、企业经营分析228

第九章 2017-2023年中国童装投资机会与风险分析229
第一节 2017-2023年中国童装投资现状分析229
一、童装市场的投资特性229
二、童装连锁投资成为未来主流趋势232
三、消费市场巨大使童装成为投资焦点235
第二节 2017-2023年中国童装投资机会分析236
一、全球童装市场增长空间广阔236
二、中国童装行业的投资机会236
三、国内中端童装市场面临投资机遇237
四、中国婴儿装、童装市场充满商机239
五、童装童鞋一体化带来的新机遇240
第三节 2017-2023年中国童装投资风险分析243
一、童装企业的内部风险243
二、品牌效应给童装企业带来的风险243
三、童装行业盈利能力有待提高244
四、其他风险分析245
第四节 2017-2023年中国童装投资建议分析246
一、童装品牌特许经营风险规避的对策246
二、童装企业应合理安排内外销比重249
三、童装投资应注重渠道建设250
四、童装投资的七大要素252

第十章 2017-2023年中国童装的发展趋势分析254
第一节 2017-2023年中国童装的发展前景254
一、2017-2023年中国童装行业预测分析254
二、中国童装产业发展前景分析256
三、中国童装产业的发展方向257
四、未来十年中国童装产业发展前景展望258

五、童装市场发展潜力探析267
第二节 中国童装的运行趋势269
一、消费趋势269
二、生产趋势270
三、品牌趋势271
四、营销趋势271

第十一章 中国童装行业发展预测278
第一节 2017-2023年我国童装行业产量预测278
第二节 2017-2023年我国童装行业消费量预测278
第三节 2017-2023年我国童装行业产值预测279
第四节 2017-2023年我国童装行业销售收入预测280

第二部分童鞋行业发展分析281
第十二章 2014-2016年中国童鞋行业市场发展分析281
第一节 童鞋行业市场发展现状281
一、市场发展概况281
二、发展热点回顾284
三、市场存在问题及策略分析285
第二节 童鞋行业技术发展287
一、技术特征现状分析287
二、新技术研发及应用动态288
三、技术发展趋势292
第三节 中国童鞋行业消费市场分析297
一、消费特征分析297
二、消费需求趋势297
三、品牌市场消费结构298
第四节 2017-2023年童鞋行业市场发展趋势299

第十三章 中国童鞋市场规模分析301
第一节 2016年中国童鞋市场规模分析301
第二节 2016年我国童鞋区域结构分析301

第十四章 公司对童鞋行业竞争格局分析304
第一节 行业竞争结构分析304
一、现有企业间竞争304
二、潜在进入者分析304
三、替代品威胁分析305
四、供应商议价能力306
五、客户议价能力306
第二节 行业集中度分析307
一、市场集中度分析307
二、企业集中度分析307
三、区域集中度分析308
第三节 2017-2023年童鞋行业竞争格局分析308
一、2017-2023年国内外童鞋竞争分析308
二、2017-2023年我国童鞋市场竞争分析311
三、2017-2023年国内主要童鞋企业动向312

第十五章 公司对未来童鞋行业发展预测分析315
第一节 未来童鞋行业需求与消费预测315
一、2017-2023年童鞋产品消费预测315
二、2017-2023年童鞋市场规模预测315
三、2017-2023年童鞋行业总产值预测316
四、2017-2023年童鞋行业销售收入预测317
第二节 2017-2023年中国童鞋行业供需预测317
一、2017-2023年中国童鞋供给预测317
二、2017-2023年中国童鞋产量预测318
三、2017-2023年中国童鞋需求预测319
四、2017-2023年中国童鞋供需平衡预测319

第十六章 公司对童鞋行业投资机会与风险分析321
第一节 童鞋行业投资机会分析321
一、童鞋投资项目分析321

二、可以投资的童鞋模式321
三、2016年童鞋投资机会322
四、2016年童鞋投资新方向322
五、2017-2023年童鞋行业投资的建议323
六、新进入者应注意的障碍因素分析327
第二节 影响童鞋行业发展的主要因素328
一、2017-2023年影响童鞋行业运行的有利因素分析328
二、2017-2023年影响童鞋行业运行的稳定因素分析328
三、2017-2023年影响童鞋行业运行的不利因素分析329
四、2017-2023年我国童鞋行业发展面临的挑战分析330
五、2017-2023年我国童鞋行业发展面临的机遇分析330
第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析331
一、2017-2023年童鞋行业市场风险及控制策略331
二、2017-2023年童鞋行业政策风险及控制策略332
三、2017-2023年童鞋行业经营风险及控制策略333
四、2017-2023年童鞋行业技术风险及控制策略334
五、2017-2023年童鞋同业竞争风险及控制策略335
六、2017-2023年童鞋行业其他风险及控制策略335

第十七章 童鞋行业投资战略研究336
第一节 童鞋行业发展战略研究336
一、战略综合规划336
二、技术开发战略336
三、业务组合战略336
四、营销品牌战略337
五、竞争战略规划337
第二节 对我国童鞋品牌的战略思考337
一、企业品牌的重要性337
二、童鞋实施品牌战略的意义339
三、童鞋企业品牌的现状分析339
四、我国童鞋企业的品牌战略340
五、童鞋品牌战略管理的策略340

第三节 童鞋行业投资战略研究342

部分图表目录：

图表1：2014-2016年中国童装行业市场规模分析77
图表2：童装市场竞争格局107
图表3：2016年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计112
图表4：2011年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142
图表5：2012年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142
图表6：2013年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142
图表7：2014年我国婴儿服装及衣着附件产量分析142
图表8：2015年我国婴儿服装及衣着附件产量分析143
图表9：2016年我国婴儿服装及衣着附件产量分析143
图表10：2016年北京婴儿服装及衣着附件产量分析143
图表11：2016年天津婴儿服装及衣着附件产量分析143
图表12：2016年河北婴儿服装及衣着附件产量分析144
图表13：2016年山西婴儿服装及衣着附件产量分析144
图表14：2016年内蒙古婴儿服装及衣着附件产量分析144
图表15：2016年辽宁婴儿服装及衣着附件产量分析144
图表16：2016年上海婴儿服装及衣着附件产量分析145
图表17：2016年江苏婴儿服装及衣着附件产量分析145
图表18：2016年浙江婴儿服装及衣着附件产量分析145
图表19：2016年安徽婴儿服装及衣着附件产量分析145
图表20：2016年福建婴儿服装及衣着附件产量分析145
图表21：2016年江西婴儿服装及衣着附件产量分析146
图表22：2016年山东婴儿服装及衣着附件产量分析146
图表23：2016年河南婴儿服装及衣着附件产量分析146
图表24：2016年湖北婴儿服装及衣着附件产量分析146
图表25：2016年湖南婴儿服装及衣着附件产量分析147
图表26：2016年广东婴儿服装及衣着附件产量分析147
图表27：2016年广西婴儿服装及衣着附件产量分析147
图表28：2016年重庆婴儿服装及衣着附件产量分析147
图表29：2016年四川婴儿服装及衣着附件产量分析147

图表30：2016年北京婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148
图表31：2016年天津婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148
图表32：2016年河北婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148
图表33：2016年山西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析148
图表34：2016年内蒙古婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149
图表35：2016年辽宁婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149
图表36：2016年上海婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149
图表37：2016年江苏婴儿服装及衣着附件产量集中度分析149
图表38：2016年浙江婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150
图表39：2016年安徽婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150
图表40：2016年福建婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150
图表41：2016年江西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150
图表42：2016年山东婴儿服装及衣着附件产量集中度分析150
图表43：2016年河南婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151
图表44：2016年湖北婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151
图表45：2016年湖南婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151
图表46：2016年广东婴儿服装及衣着附件产量集中度分析151
图表47：2016年广西婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152
图表48：2016年重庆婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152
图表49：2016年四川婴儿服装及衣着附件产量集中度分析152
图表50：北京亿元商场童装销售额前10位商场排序153
图表51：上海童装销售额排名前十品牌166
图表52：2016年童装行业企业集中度分析205
图表53：2016年童装行业区域集中度分析205
图表54：市场占有份额209
图表55：市场占有份额211
图表56：市场占有份额214
图表57：市场占有份额216
图表58：市场占有份额218
图表59：市场占有份额219
图表60：市场占有份额221
图表61：市场占有份额223

图表62：市场占有份额225
图表63：市场占有份额227
图表64：2017-2023年中国童装行业产量预测278
图表65：2017-2023年中国童装行业消费量预测278
图表66：2017-2023年中国童装行业产值预测279
图表67：2017-2023年中国童装行业销售收入预测280
图表68：2014-2016年中国童鞋行业市场规模分析301
图表69：2016年中国童鞋行业需求区域结构分析301
图表70：2016年华北地区童鞋市场规模分析302
图表71：2016年东北地区童鞋市场规模分析302
图表72：2016年华东地区童鞋市场规模分析302
图表73：2016年华南地区童鞋市场规模分析303
图表74：2016年华中地区童鞋市场规模分析303
图表75：2016年西部地区童鞋市场规模分析303
图表76：2016年童鞋行业企业集中度分析307
图表77：2016年童鞋行业生产区域集中度分析308
图表78：2017-2023年中国童鞋行业消费量预测315
图表79：2017-2023年中国童鞋行业市场规模预测315
图表80：2017-2023年中国童鞋行业总产值预测316
图表81：2017-2023年中国童鞋行业销售收入预测317
图表82：2017-2023年中国童鞋行业产能预测317
图表83：2017-2023年中国童鞋行业产量预测318
图表84：2017-2023年中国童鞋行业需求量预测319
图表85：2017-2023年中国童鞋行业供需平衡预测319
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/287337.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）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。