

2020-2026年中国童装品牌 行业发展趋势与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国童装品牌行业发展趋势与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/178206.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

自“单独二胎”政策实施以来，各年龄段的服装销售增速变化可以清楚体现出人口政策对童装消费的影响。根据统计数据，人口政策首先引起我国新生儿数量的加速上涨，由此导致童装市场规模的扩张主要体现在婴幼儿服饰上。从2013年开始，婴幼儿服装销售规模迅速上涨，并且增速保持在男、女大童装的增速之上。婴幼儿服饰率先享受政策红利，从2017年起，我国大童装也逐步迎来加速增长。

在2018年Q1童装行业销售额排行榜TOP10中，排名第一的是巴拉巴拉，2018年第一季度销售额为2.58亿元，同比增长68%，销量为271万件，件单价为95元，同比下降3%；排名第二的是DAVE&BELLA，第一季度销售额为1.30亿元，销售额同比增长118%，销量为119万件，件单价为110元；南极人排名第三，2018年第一季度销售额为1.16亿元，同比增长145%，销量为283万件，件单价为41元，同比增长12%。2018年Q1童装行业各品牌销售额统计及增长情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国童装品牌行业发展趋势与行业前景预测报告》共九章。首先介绍了中国童装品牌行业市场发展环境、童装品牌整体运行态势等，接着分析了中国童装品牌行业市场运行的现状，然后介绍了童装品牌市场竞争格局。随后，报告对童装品牌做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童装品牌行业发展趋势与投资预测。您若想对童装品牌产业有个系统的了解或者想投资中国童装品牌行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 中国品牌童装发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、经济发展状况

二、收入增长情况

三、固定资产投资

四、存贷款利率变化

五、人民币汇率变化

六、贸易战对童装行业影响分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四节 技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二章中国童装市场规模分析

第一节 2012-2018年中国童装所属行业市场规模分析

第二节 2018年我国童装区域结构分析

第三节 中国童装区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2020-2026年中国童装市场规模预测

第三章中国童装需求与消费者偏好调查

第一节 2012-2018年中国童装产量统计分析

第二节 2012-2018年中国童装历年消费量统计分析

第三节 童装产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 童装产品的品牌市场调查

一、消费者对童装品牌认知度宏观调查

二、消费者对童装产品的品牌偏好调查2017年，我国本土品牌森马旗下专业童装品牌巴拉巴

拉具先发优势，稳扎稳打占据行业第一名，市场份额达到5.5%；其他专业童装品牌小猪班纳、安奈儿、嗒嘀嗒的市场份额也均达到了1%以上，但三者市场份额总和也仅为4%，距离排名第一的巴拉巴拉还有较大差距；此外，运动童装Adidas Kids，以及拥有时尚设计感的成人装儿童线Mini Peace、H&M等也在童装市场中占有一席之地。预计未来几年巴拉巴拉稳居市场份额第一的局面将持续保持，而其他品牌也将持续发力，提高品牌市场占有率。2017年中国童装TOP15品牌市场份额占比

三、消费者对童装品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、童装品牌忠诚度调查

六、童装品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章中国品牌童装所属行业市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2012-2018年中国品牌童装平均价格趋向势分析

第三节 2020-2026年中国品牌童装价格趋向预测分析

第五章中国品牌童装所属行业进出口市场情况分析

第一节 2012-2018年中国品牌童装进出口量分析

一、2012-2018年中国品牌童装进口分析

二、2012-2018年中国品牌童装出口分析

第二节 2020-2026年中国品牌童装进出口市场预测分析

一、2020-2026年中国品牌童装进口预测

二、2020-2026年中国品牌童装出口预测

第六章中国童装优势品牌企业分析

第一节 巴拉巴拉（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第二节 红黄蓝（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第三节 派克兰蒂（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第四节 娃哈哈（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第五节 杉杉（一线品牌）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第六节 小数点童装（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第七节 小猪班纳（中国驰名商标）

- 一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第八节 玛米玛卡（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第九节 贝蕾尔（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第十节 嗒嘀嗒（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第七章 中国品牌童装竞争格局分析

第一节 童装行业历史竞争格局概况

一、童装行业集中度分析

二、童装行业竞争程度分析

第二节 童装行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2012-2018年中国品牌童装竞争格局展望

第八章 2020-2026年中国品牌童装发展预测

第一节 2020-2026年童装行业产量预测

第二节 2020-2026年童装行业总资产预测

第三节 2020-2026年童装行业工业总产值预测

第四节 2020-2026年童装行业销售收入预测

第九章 2020-2026年我国童装行业投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 童装行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2020-2026年中国品牌童装投资风险预警

一、贸易战风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 童装行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/178206.html>