

# 2020-2026年中国童装市场 深度评估与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国童装市场深度评估与投资战略报告》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/202006/166460.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

当前我国童装市场前十大品牌中以国内品牌为主，并且专业品牌与延伸品牌平分秋色。其中巴拉巴拉优势突出，多年占据我国童装龙头地位，并且纵向来看其市场占有率不断提升，横向来看，其市占率水平远远超过市占率排名第二的品牌。我国童装行业中市场占有率前四位企业的占有率之和（CR4）已由2011年的5.80%提升到了2019年的7.90%，同期前十位企业的占有率之和（CR10）则由9.20%提升到了12.50%。我国童装市场集中度与发达国家仍存在差距：对比美、英、日成熟市场的发展现状，童装消费通常会呈现较为集中的市场结构；而我国童装行业市场龙头份额还有较大提升空间。我国童装市场集中度不断提高数据来源：公开资料整理2019年中国童装市场集中度仍远低于发达国家数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国童装市场深度评估与投资战略报告》共十三章。首先介绍了童装行业市场发展环境、童装整体运行态势等，接着分析了童装行业市场运行的现状，然后介绍了童装市场竞争格局。随后，报告对童装做了重点企业经营状况分析，最后分析了童装行业发展趋势与投资预测。您若想对童装产业有个系统的了解或者想投资童装行业，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：

#### 第一部分行业运行现状

第一章全球童装行业运行形势分析1第一节全球童装行业发展历程1第二节全球童装行业市场发展情况2一、全球童装市场发展规模2二、全球童装市场发展前景2第三节全球童装行业主要国家及区域发展情况分析3第四节全球童装行业市场发展趋势预测分析4

第二章2018-2019年中国童装行业发展环境分析5第一节2018-2019年中国经济环境分析5一、宏观经济环境51、2019年我国经济平稳增长，质量效益持续提升52、2019年全国居民收入较快增长，居民生活质量不断改善83、2019年中国消费市场平稳增长，消费结构持续优化114、2019年cpi温和上涨，ppi涨势趋稳13二、国际贸易环境15第二节2018-2019年童装的行业发展政策环境分析18一、行业政策影响分析181、行业监管体制182、行业政策体系19二、相关行业标准分析20第三节2018-2019年童装的行业发展社会环境分析20

#### 第二部分行业深度分析

第三章中国童装行业市场总体运行情况22第一节中国童装行业规模情况分析22中国童装市场规模数据来源：公开资料整理一、行业单位规模情况分析22二、行业人员规模状况分析22三、行业资产规模状况分析23第二节市场壁垒23第三节竞争情况分析26一、现有企业间竞争26二、潜在进入者分析27三、替代品威胁分析27第四节国际竞争力比较28第五节市场集中度分析28

第四章2019年中国童装行业供需情况分析29第一节中国童装市场现状分析29第二节中国童装产量分析30一、童装产业总体产量30二、童装生产区域分布31第三节中国童装市场需求分析31第四节行业供需平衡状况分析32一、童装行业供需平衡现状32二、影响行业供需平衡的因素分析33三、童装行业供需平衡走势预测33

第五章中国童装行业发展现状分析及市场规模分析34第一节中国童装行业发展分析34一、2018-2019年中国童装行业发展态势分析34二、2018-2019年中国童装行业发展特点分析34第二节中国童装产业特征与行业重要性35第三节童装行业特性分析36第四节2019年中国童装市场规模分析37第五节2019年中国童装区域市场规模分析37一、2019年东北地区市场规模分析37二、2019年华北地区市场规模分析38三、2019年华东地区市场规模分析39四、2019年华中地区市场规模分析39五、2019年华南地区市场规模分析40六、2019年西部地区市场规模分析41第六节2020-2026年中国童装市场规模预测41

第六章童装行业产品价格分析43第一节中国童装行业产品历年价格回顾43第二节中国童装行业产品当前市场价格43一、产品当前价格分析43二、产品未来价格预测44第三节中国童装行业产品价格影响因素分析44一、全球经济形势及影响44二、人民币汇率变化影响45

第七章童装行业替代品及互补产品分析46第一节童装行业替代品分析46第二节童装行业互补产品分析46一、行业互补产品种类46二、主要互补产品对童装行业的影响46三、互补产品发展趋势分析47

### 第三部分竞争格局分析

第八章童装行业竞争格局及竞争策略分析48第一节童装行业竞争格局分析48一、行业集中度分析48二、行业竞争格局48三、竞争群组49四、童装行业竞争关键因素分析501、价格502、渠道503、产品/服务质量、品牌50第二节童装行业市场竞争策略分析51一、行业国际竞争力比较511、生产要素512、需求条件513、相关和支持性产业51二、童装企业竞争策略分析521、影响童装企业核心竞争力的因素522、提高童装企业核心竞争力的对策52

第九章童装主要上下游产品分析55第一节童装上下游分析55一、与行业上下游之间的关联性55二、上游原材料供应形势分析56三、下游产品解析57第二节童装行业产业链分析58一、行业上游影响及风险分析58二、行业下游风险分析及提示58三、关联行业风险分析及提示59

第十章童装行业渠道与行业品牌分析60第一节童装行业渠道分析60一、渠道格局60二、渠道形式60三、渠道要素对比61第二节童装行业品牌分析61一、品牌数量分析61二、品牌推广方式分析62三、品牌美誉度分析63四、品牌的选择情况63

第十一章童装行业重点企业竞争分析64第一节起步股份64一、企业基本概况64二、2018-2019年企业经营与财务状况分析64三、2018-2019年企业竞争优势分析66四、企业未来发展战略与规划68第二节安奈儿71一、企业基本概况71二、2018-2019年企业经营与财务状况分析71三、2018-2019年企业竞争优势分析72四、企业未来发展战略与规划73第三节森马服饰76一、企业基本概况76二、2018-2019年企业经营与财务状况分析77三、2018-2019年企业竞争优势分析78四、企业未来发展战略与规划79第四节太平鸟80一、企业基本概况80二、2018-2019年企业经营与财务状况分析80三、2018-2019年企业竞争优势分析82四、企业未来发展战略与规划84第五节嘉曼服饰85一、企业基本概况85二、2018-2019年企业经营与财务状况分析86三、2018-2019年企业竞争优势分析86四、企业未来发展战略与规划89第六节童创童欣91一、企业基本概况91二、2018-2019年企业经营与财务状况分析91三、2018-2019年企业竞争优势分析93四、企业未来发展战略与规划94第七节361度95一、企业基本概况95二、2018-2019年企业经营与财务状况分析96三、2018-2019年企业竞争优势分析97四、企业未来发展战略与规划97第八节安踏98一、企业基本概况98二、2018-2019年企业经营与财务状况分析98三、2018-2019年企业竞争优势分析100四、企业未来发展战略与规划101第九节贝贝依依102一、企业基本概况102二、2018-2019年企业经营与财务状况分析103三、2018-2019年企业竞争优势分析104四、企业未来发展战略与规划105第十节金发拉比105一、企业基本概况105二、2018-2019年企业经营与财务状况分析106三、2018-2019年企业竞争优势分析106四、企业未来发展战略与规划110

#### 第四部分发展前景展望

第十二章2020-2026年中国童装行业发展前景预测114第一节未来童装行业发展趋势分析114一、未来童装行业发展分析114二、未来童装行业技术开发方向115三、总体行业“十三五”整体规划及预测115第二节2020-2026年童装行业运行状况预测118一、2020-2026年童装行业工业总产值预测118二、2020-2026年童装行业销售收入预测118三、2020-2026年童装行业总资产预测119

第十三章童装行业风险与投资策略分析120第一节童装行业发展战略研究120一、战略综合规划120二、技术开发战略121三、业务组合战略126四、区域战略规划130五、产业战略规划140六、营销品牌战略141七、竞争战略规划146第二节对我国童装品牌的战略思考150一、童装品牌的重要性150二、童装实施品牌战略的意义151三、童装企业品牌的现状分析152四、我国童装企业的品牌战略153五、童装品牌战略管理的策略154第三节童装经营策略分析157一、童装

市场细分策略157二、童装市场创新策略160三、品牌定位与品类规划166四、童装新产品差异化战略169  
第四节童装行业风险分析170一、行业宏观经济波动风险170二、行业产品质量风险171  
三、行业政策风险171四、行业市场竞争风险171五、行业其他风险分析171  
第五节童装投资策略分析172一、行业总体发展前景及市场机会分析172二、企业营销策略173  
三、企业投资策略173四、企业应对当前经济形势策略建议174

部分图表目录：图表：2018-2019年全球童装市场规模及增速2  
图表：童装行业产业政策19  
图表：2019年末中国人口总量及构成21  
图表：2018-2019年中国童装行业企业数量22  
图表：2018-2019年中国童装行业从业人员规模23  
图表：2018-2019年中国童装行业资产规模23  
图表：2018-2019年中国童装产量30

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/166460.html>