

# 2022-2028年中国互联网+ 童装行业发展态势与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+童装行业发展态势与市场供需预测报告》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/202205/288238.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

童装行业中巴拉巴拉的渠道数量在较高基数下，继续保持快速增长，安奈儿渠道数量在2019年有所回升，而金发拉比直营和加盟的渠道数量均出现了下降，反映出巴拉巴拉在渠道拓展，包括渠道运营方面优势明显。同店方面，巴拉巴拉和安奈儿2019年同店都保持了正增长，但增速较2018年均有所放缓。2014-2020年一季度童装行业同店数据持续提升（万元）

### 细分行业

#### 公司

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020Q1

#### 童装行业

#### 巴拉巴拉

-

-

109.24

131.83

152.56

167.43

-

#### 同比

-

-

-

20.68%

15.72%

9.75%

-

安奈儿

-

-

47.82

50.8

64.17

66.47

-

同比

-

-

-

6.23%

26.32%

3.58%

- 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+童装行业发展态势与市场供需预测报告》共十一章。首先介绍了中国互联网+童装行业市场发展环境、互联网+童装整体运行态势等，接着分析了中国互联网+童装行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+童装市场竞争格局。随后，报告对互联网+童装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+童装行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+童装产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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：

第一章中国互联网+童装行业发展综述

第一节 “互联网+童装”概念界定

一、 “互联网+”的提出

二、 “互联网+”的内涵

## 第二节 “互联网+童装”行业的内涵

### 第三节 本报告的研究范围

## 第二章童装行业发展现状与前景分析

### 第一节 童装行业概况

#### 一、童装行业概念及分类

#### 二、全球童装行业概况

#### 三、中国童装行业概况

童装行业的毛利率小幅下降，2019和2020年一季度毛利率分别为41.7%和41.5%。2019年和2020年一季度童装行业销售费用率持续上升，从2018年的25.2%上升至26.3%和30.6%，2019年管理费用率下降0.8个百分点至5.1%，较2019年小幅下降，2020年一季度管理费用率上升至6.4%。童装行业存货周转率和应收账款周转率持续放缓，2018/2019/2020年一季度存货周转率分别为2.4、2.3、2.0，2018/2019/2020年一季度应收帐款周转率分别为5.4、5.0、4.3，反映出行业终端库存压力较大。2015-2020年一季度童装行业应收账款周转率（次）

#### 四、中国童装行业所处周期

### 第二节 全球及我国童装行业发展前景展望

#### 一、全球童装行业发展趋势展望

#### 二、我国童装行业发展趋势展望

#### 三、我国童装行业发展前景展望

### 第三节 中国童装行业产业链发展趋势

#### 一、中国童装行业产业链

#### 二、童装产业链利润分布

#### 三、童装上游产业链分析

#### 四、下游产业——童装机构分析

## 第三章互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

### 第一节 传统童装行业的痛点与缺陷

#### 一、童装行业痛点及根源

#### 二、童装营销受极大约束

#### 三、缺少精准营销的平台

### 第二节 移动互联网有望重构童装行业生态

#### 一、移动童装助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、童装服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网童装推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网童装推动产业链升级

三、互联网童装模式的核心思路

四、互联网童装未来趋势

第四章中国互联网+童装行业发展背景

第一节 中国互联网+童装行业政策背景分析

一、行业管理体制分析

二、行业发展规划分析

三、行业政策动向分析

四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+童装行业经济背景分析

一、宏观经济环境分析

二、国际宏观经济运行分析

三、国内宏观经济运行分析

四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景

一、中国电子商务发展状况分析

二、中国大数据产业发展状况分析

三、中国互联网产业发展状况分析

四、关联产业发展对行业的影响

第四节 中国互联网+童装行业技术背景分析

一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析

二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析

三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析

四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五章中国互联网+童装所属行业行业发展现状分析

第一节 中国互联网+童装行业市场发展阶段分析

一、对互联网+童装行业发展阶段的研究

二、中国互联网+童装行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给童装行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代童装行业大环境变化分析

二、互联网给童装行业带来的突破机遇分析

三、互联网给童装行业带来的挑战分析

四、互联网+童装行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+童装行业市场发展现状分析

一、中国互联网+童装行业投资布局分析

(1) 中国互联网+童装行业投资切入方式

(2) 中国互联网+童装行业投资规模分析

(3) 中国互联网+童装行业投资业务布局

二、童装行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+童装行业市场规模分析

四、中国互联网+童装行业竞争格局分析

(1) 中国互联网+童装行业参与者结构

(2) 中国互联网+童装行业竞争者类型

(3) 中国互联网+童装行业市场占有率

第六章 中国互联网+童装行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+童装行业市场定位创新分析

一、中国童装行业消费者特征分析

二、中国童装行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对童装行业市场定位的变革分析

四、互联网下童装行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+童装行业价值主张创新分析

一、中国童装行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+童装行业价值主张创新策略分析

(1) 童装行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 童装行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 童装行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+童装行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+童装行业渠道通路创新分析

一、中国童装行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

(2) 产品销售渠道的定义及特点

(3) 现有渠道通路特点的优势及不足

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对童装行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+童装行业网络媒体童装宣传策略分析

四、互联网+童装行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+童装行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国互联网+童装行业客户关系创新分析

一、中国童装行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 童装行业客户关系的类别分析

(2) 童装行业客户关系成本分析

二、中国互联网+童装行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+童装行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国互联网+童装行业收入来源创新分析

一、中国童装行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国互联网+童装行业收入来源的创新分析

三、中国互联网+童装行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国互联网+童装行业合作伙伴创新分析

一、中国童装行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变童装行业合作伙伴结构

三、互联网下童装行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下童装行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国互联网+童装行业成本机构优化分析

一、中国童装行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变童装行业成本结构

三、互联网下童装行业成本结构的优化路径



## 四、互联网下童装行业成本结构优化优秀案例

### 第九节 国外互联网+童装行业商业模式创新经验

#### 一、国外互联网+童装行业商业模式优秀案例剖析

##### (1) 案例一

##### 1) 案例一基本信息分析

##### 2) 案例一经营情况分析

##### 3) 案例一盈利模式分析

##### 4) 案例一商业模式评价

##### (2) 案例二

##### 1) 案例二基本信息分析

##### 2) 案例二经营情况分析

##### 3) 案例二盈利模式分析

##### 4) 案例二商业模式评价

##### (3) 案例三

##### 1) 案例三基本信息分析

##### 2) 案例三经营情况分析

##### 3) 案例三盈利模式分析

##### 4) 案例三商业模式评价

#### 二、国外互联网+童装行业商业模式创新经验借鉴

## 第七章 中国童装行业企业电商战略规划及模式选择

### 第一节 中国童装行业企业电商战略规划分析

#### 一、童装企业电商如何正确定位

#### 二、童装电商核心业务确定策略

#### 三、童装企业电商化组织变革策略

### 第二节 中国童装行业典型电商发展模式总体分析

#### 一、中国电子商务主流模式分析

#### 二、B2B电商模式及其优劣势分析

##### (1) B2B电商模式的特点

##### (2) B2B电商模式的适用范围

##### (3) B2B电商模式的优秀案例

##### (4) B2B电商模式的优劣势

### 三、B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

### 四、C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

### 五、O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

### 六、中国童装行业最优电商模式的选择

#### 第三节 中国童装行业企业电商切入模式及发展路径

##### 一、模式一

- (1) 模式一的特点及优劣势
- (2) 模式一的业务布局分析
- (3) 模式一的渠道通路分析
- (4) 模式一的收入来源分析
- (5) 模式一的关键资源能力分析
- (6) 模式一的经营风险分析
- (7) 模式一的优秀案例分析

##### 二、模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

### 三、模式三

(1) 模式三的特点及优劣势

(2) 模式三的业务布局分析

(3) 模式三的渠道通路分析

(4) 模式三的收入来源分析

(5) 模式三的关键资源能力分析

(6) 模式三的经营风险分析

(7) 模式三的优秀案例分析

## 第四节 中国童装行业移动电商切入路径及典型产品

### 一、中国童装行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

### 二、中国童装行业移动电商市场发展现状

### 三、中国童装行业移动电商市场切入路径

### 四、中国童装行业移动电商典型产品形式

### 五、中国童装行业移动电商发展趋势及前景

## 第八章中国互联网+童装商业模式创新优秀案例剖析

### 第一节 案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

### 第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

### 第三节 案例三

一、案例三基本信息分析

二、案例三经营情况分析

三、案例三产品服务分析

四、案例三盈利模式分析

五、案例三渠道通路分析

六、案例三合作伙伴分析

七、案例三融资情况分析

八、案例四商业模式评价

### 第四节 案例四

一、案例四基本信息分析

二、案例四经营情况分析

三、案例四产品服务分析

四、案例四盈利模式分析

五、案例四渠道通路分析

六、案例四合作伙伴分析

七、案例四融资情况分析

八、案例四商业模式评价

### 第五节 案例五

一、案例五基本信息分析

二、案例五经营情况分析

三、案例五产品服务分析

四、案例五盈利模式分析

五、案例五渠道通路分析

六、案例五合作伙伴分析

七、案例五融资情况分析

## 八、案例五商业模式评价

### 第九章中国重点企业互联网+童装投资布局分析

#### 第一节 企业一

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+童装投资布局
- 四、企业互联网+童装产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

#### 第二节 企业二

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+童装投资布局
- 四、企业互联网+童装产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

#### 第三节 企业三

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+童装投资布局
- 四、企业互联网+童装产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

#### 第四节 企业四

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+童装投资布局
- 四、企业互联网+童装产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

#### 第五节 企业五

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+童装投资布局
- 四、企业互联网+童装产品服务分析

## 五、企业最新发展动向

### 第十章 2022-2028年中国互联网+童装行业市场发展趋势预测

#### 第一节 2022-2028年中国互联网+童装行业市场趋势预测分析

##### 一、中国互联网+童装行业市场增长动力分析

##### 二、中国互联网+童装行业市场发展瓶颈剖析

##### 三、中国互联网+童装行业市场发展趋势分析

#### 第二节 2022-2028年中国童装行业电商发展现状及趋势分析

##### 一、中国童装行业电商总体开展情况

##### 二、中国童装行业电商交易规模分析

##### 三、中国童装行业电商产品服务品类

##### 四、中国童装行业电商盈利情况分析

##### 五、中国童装行业电商市场现存问题

##### 六、中国童装行业电商市场趋势分析

##### 七、中国童装行业电商市场规模预测

### 第十一章 2022-2028年中国互联网+童装行业市场投资机会及建议

#### 第一节 2022-2028年中国互联网+童装行业投资特性及风险（ ）

##### 一、互联网+童装行业投资壁垒分析

###### （1）政策壁垒

###### （2）技术壁垒

###### （3）市场壁垒

##### 二、互联网+童装行业投资特性分析

##### 三、互联网+童装行业投资前景分析

#### 第二节 2022-2028年中国互联网+童装行业投融资现状及趋势

##### 一、中国互联网+童装行业投资现状及趋势

###### （1）中国互联网+童装行业投资主体结构

###### （2）各投资主体核心资源分析

###### （3）各投资主体投资方式分析

###### （4）各投资主体投资规模分析

###### （5）2019年主要投资事件分析

###### （6）各投资主体投资前景分析

## 二、中国互联网+童装行业融资现状及趋势

### (1) 中国互联网+童装行业融资主体构成

### (2) 各融资主体核心资源分析

### (3) 各融资主体融资方式分析

### (4) 各融资主体融资规模分析

### (5) 2019年主要融资事件及用途

### (6) 各融资主体融资趋势分析

## 第三节 2022-2028年中国互联网+童装行业投资机会及建议

### 一、中国互联网+童装行业投资机会分析( )

### 二、关于互联网+童装行业的投资建议

## 图表目录

图表：童装分类

图表：大童装市场分类

图表：中国童装市场消费者的性别分布

图表：中国童装市场消费者的年龄分布

图表：中国童装市场消费者的职业分布

图表：中国童装市场消费者的学历分布

图表：中国童装市场消费者收入分布

图表：中国童装市场消费者的地域分布

图表：中国童装行业前景

图表：童装客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：童装行业产业链

图表：童装产业是一个交叉产业

图表：我国童装市场地域分布特点

图表：童装行业痛点溯源

图表：童装行业获客渠道

图表：移动童装助力解决行业痛点

图表：新兴童装平台一览

图表：童装价值链——移动童装的作用

图表：互联网童装平台信息

图表：童装行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：童装行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网童装产业链格局

图表：童装宣传方式在进化

图表：互联网童装平台商业模式比较

图表：国内互联网童装平台比较

图表：整形童装医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+童装”项目的类型分布

图表：“互联网+童装”项目的地域分布

图表：“互联网+童装”项目的融资方式分布

图表：“互联网+童装”项目的阶段分布

图表：互联网+童装行业发展规划汇总表

图表：互联网+童装行业主要政策汇总表

图表：政策环境对行业的影响分析表

图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测

图表：2015-2019年中国GDP增长率变化趋势图

图表：2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国服务业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势

图表：2022-2028年中国电商交易规模预测

图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表：关联产业发展对行业的影响总结表

图表：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表：中国互联网+童装行业发展阶段

图表：主要企业互联网+童装行业投资切入角度

图表：2015-2019年中国互联网+童装行业主要投资事件

图表：中国互联网+童装行业投资业务布局

图表：2015-2019年中国互联网+童装行业市场规模发展趋势

图表：中国互联网+童装行业主要的市场参与者

图表：中国互联网+童装行业市场增长动力



图表：中国互联网+童装行业市场发展瓶颈

图表：2015-2019年中国童装行业电商交易规模

图表：中国童装行业电商产品服务品类

图表：中国童装行业电商市场现存问题

图表：2022-2028年中国童装行业电商市场规模预测

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/288238.html>