

2015-2020年中国童装市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国童装市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1502/4932710V47.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-02-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国童装市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了童装行业相关概述、中国童装产业运行环境、分析了中国童装行业的现状、中国童装行业竞争格局、对中国童装行业做了重点企业经营状况分析及中国童装产业发展前景与投资预测。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。

国内0-16岁的少年儿童人口超过3亿,随着80后、90后进入生育期,加上单独二胎政策的实施,未来儿童人口数量的进一步增加将为童装市场奠定快速发展的基石。目前,童装产业品牌较多,消费者分化较为严重,中高端定位的服装品牌包括迪士尼、耐克和阿迪达斯的童装子品牌,国内的有森马等定位中高端的品牌。而在低端的品牌中,价格较低,市场竞争较为激烈,品牌较为混乱,企业的竞争策略基本以控制成本为主、主打价格战。由于童装产品消费群体阶段性的保持稳定,因此,在人口结构没有发生较大变化之时,市场消费群体难以发生较大改变,市场规模的扩大整体依赖于消费者对于产品价格的整体可接受程度的提高。

经过多年发展,中国童装产业不断壮大,已形成了一大批以贴牌加工为主,能够生产供应大批量、多品种、快交期、中低附加值产品的童装生产企业,并成为了全球童装的主要生产中心。随着产业结构的调整和升级,中国的童装正由追求产业规模和产量规模向专业化和精细化方向转变,为自主服饰品牌的发展奠定了良好基础。由于我国童装市场起步较晚,品牌建立时间较短,整体而言童装市场处于成长期。相对国外较高集中度的童装市场,我国童装业存在增长速度迅速、毛利率高,集中度低的特点。但随着我国居民消费能力的提升,长久以来实施计划生育政策每户家庭仅有一个小孩,父母相当愿意为小孩花钱。加之现在二胎政策的放开,乐观估计每年将以100-150万人的速度释放出儿童市场的一个庞大增量。

第一章 2013-2014年童装全球市场规模与特点 1

第一节 2013-2014年童装市场规模与增长 1

一、2013-2014年童装市场规模与增长 1

二、特点 1

第二节 2013-2014年全球主要国家与地区童装行业分析 3

一、欧洲 3

二、美国 4

三、日本 5

四、东南亚地区 6

五、其他地区 6

第三节 2015-2020年童装全球行业发展趋势分析 7

第二章 中国童装行业发展环境分析 8

第一节 中国童装行业发展经济环境 8

第二节 中国童装行业发展政策环境 13

第三节 中国童装行业发展技术环境 15

第三章 中国童装市场供需分析 20

第一节 中国童装市场现状分析 20

第二节 中国童装产量分析 21

一、产业总体产能规模 21

二、生产区域分布 21

三、2013-2014年产量 22

四、2013-2014年消费情况 23

第三节 中国市场需求分析 23

第四节 中国童装消费状况分析 27

第五节 中国童装价格趋势分析 28

一、中国2011-2014年童装价格走势 28

二、影响童装价格因素分析 29

三、2015-2020年中国童装价格走势预测 30

第四章 中国童装行业进出口分析 35

第一节 2013-2014年行业进口数据分析 35

第二节 2013-2014年行业出口数据分析 36

第三节 2015-2020年行业进口数据预测 37

第四节 2015-2020年行业出口数据预测 38

第五章 2013-2014年中国童装行业的市场需求分析 39

第一节 2013-2014年中国的需求量分析 39

第二节 2013-2014年我国各地区的需求结构分析 40

一、我国行业分地区产业结构分析	40
二、我国华东地区需求量分析	41
三、我国华北地区需求量分析	42
四、我国华中地区需求量分析	43
五、我国华南地区需求量分析	44
六、我国东北地区需求量分析	45
七、我国西部地区需求量分析	46

第六章 2013-2014年中国童装行业主要指标监测分析 47

第一节 2013-2014年中国童装行业规模情况分析 47

一、行业单位规模情况分析	47
二、行业人员规模状况分析	47
三、行业资产规模状况分析	48
四、行业收入规模状况分析	49
五、行业利润规模状况分析	50

第二节 2013-2014年中国童装行业产销情况分析 51

一、行业生产情况分析	51
二、行业销售情况分析	52
三、行业产销情况分析	52

第三节 2013-2014年中国童装行业财务能力分析 53

一、行业盈利能力分析	53
二、行业偿债能力分析	53
三、行业营运能力分析	53
四、行业发展能力分析	54

第七章 2013-2014年童装行业特性分析 55

第一节 行业SWOT分析 55

一、行业优势	55
二、行业劣势	56
三、行业机会	57
四、行业风险	58

第二节 行业波特五力模型分析 58

- 一、供应商的议价能力 58
- 二、购买者的议价能力 59
- 三、新进入者的威胁 59
- 四、替代品的威胁 59
- 五、行业竞争者的竞争 60

第八章 2013-2014年中国童装行业市场竞争格局分析 61

第一节 2013-2014年中国整体竞争格局分析 61

- 一、现有厂商间竞争 61
- 二、潜在进入者与替代产品 62
- 三、价格竞争分析 64

第二节 2013-2014年中国童装行业技术竞争分析 64

第三节 2013-2014年中国童装行业集中度分析 66

- 一、市场集中度分析 66
- 二、区域集中度分析 66
- 三、企业集中度分析 69

第四节 2015-2020年中国童装行业竞争走势分析 72

第九章 童装行业竞争格局分析 74

第一节 童装行业集中度分析 74

- 一、童装市场集中度分析 74
- 二、童装企业集中度分析 75
- 三、童装区域集中度分析 76

第二节 童装行业主要企业竞争力分析 78

- 一、重点企业从业人员对比分析 78
- 二、重点企业全年营业收入对比分析 78
- 三、重点企业综合竞争力对比分析 78

第三节 童装行业竞争格局分析 81

- 一、2013年童装行业竞争分析 81
- 二、2013年中外童装产品竞争分析 82
- 三、2013-2014年国内外童装竞争分析 83
- 四、2013-2014年我国童装市场竞争分析 84

五、2013-2014年我国童装市场集中度分析 85

六、2015-2020年国内主要童装企业动向 86

第十章 国内童装行业重点企业分析 87

第一节 米奇妙 87

一、企业概况 87

二、2013-2014年经营状况 87

三、企业竞争优势分析 87

第二节 安奈儿 88

一、企业概况 88

二、2013-2014年经营状况 88

三、2013-2014年盈利能力分析 88

四、企业竞争优势分析 88

五、企业发展战略分析 89

第三节 红黄蓝 90

一、企业概况 90

二、2013-2014年经营状况 90

三、2013-2014年盈利能力分析 91

四、企业竞争优势分析 91

五、企业发展战略分析 91

第四节 JOJO 92

一、企业概况 92

二、2013-2014年经营状况 92

三、2013-2014年盈利能力分析 94

四、企业竞争优势分析 95

五、企业发展战略分析 95

第五节 巴拉巴拉 95

一、企业概况 95

二、2013-2014年经营状况 96

三、2013-2014年盈利能力分析 98

四、企业竞争优势分析 98

五、企业发展战略分析 100

第六节 娃哈哈	103
一、企业概况	103
二、2013-2014年经营状况	103
三、2013-2014年盈利能力分析	103
四、企业竞争优势分析	104
五、企业发展战略分析	104
第七节 樱桃小丸子	105
一、企业概况	105
二、2013-2014年经营状况	105
三、2013-2014年盈利能力分析	106
四、企业竞争优势分析	106
五、企业发展战略分析	106
第八节 派克兰帝	107
一、企业概况	107
二、2013-2014年经营状况	107
三、2013-2014年盈利能力分析	109
四、企业竞争优势分析	109
五、企业发展战略分析	110
第九节 嗒嘀嗒	110
一、企业概况	110
二、2013-2014年经营状况	111
三、2013-2014年盈利能力分析	111
四、企业竞争优势分析	112
五、企业发展战略分析	112
第十节 玛米玛卡	112
一、企业概况	112
二、2013-2014年经营状况	113
三、2013-2014年盈利能力分析	115
四、企业竞争优势分析	115
五、企业发展战略分析	115
第十一节 其他企业发展分析	116
一、叮当猫	116

二、芝麻开门	119
三、生肖王	120
四、小猪班纳	120
五、T100	121
六、博士蛙	122
七、笑咪咪	123
八、雅多	124

第十一章 中国童装行业未来发展预测及投资前景分析 126

第一节 未来行业发展趋势分析 126

- 一、未来行业发展分析 126
- 二、未来行业技术开发方向 130
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测 131

第二节 2015-2020年行业运行状况预测 134

- 一、2015-2020年行业工业总产值预测 134
- 二、2015-2020年行业销售收入预测 135
- 三、2015-2020年行业总资产预测 136

第十二章 童装行业热点事件分析 137

第十三章 博思数据专家对童装行业投资的建议及观点 138

第一节 童装行业投资机遇 138

- 一、中国经济质量增长对行业的支撑 138
- 二、企业在当前经济形势的竞争优势 138
- 三、当前经济形势的投资方向 139

第二节 童装行业投资风险 139

- 一、同业竞争风险 139
- 二、市场贸易风险 139
- 三、投资风险分析 140
- 四、相关行业风险 142

第三节 童装行业应对策略 144

- 一、把握国家投资的契机 144

二、竞争性战略联盟的实施	146
三、企业自身应对策略	147
第四节 童装市场的重点客户战略实施	157
一、实施重点客户战略的必要性	157
二、合理确立重点客户	158
三、对重点客户的营销策略	159
四、强化重点客户的管理	165
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	167

图表目录

图表：2013-2014年中国童装市场规模分析	1
图表：2006-2014年国内生产总值及其增长速度	9
图表：2006-2014年全社会固定资产投资及其增长速度	11
图表：2008-2014年社会消费品零售总额及其增长速度	12
图表：2012-2014年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度	13
图表：2013-2014年中国童装行业产能	21
图表：2013-2014年中国童装行业产量	22
图表：2013-2014年中国童装行业进口额	35
图表：2013-2014年中国童装行业出口额	36
图表：2015-2020年中国童装行业进口额预测	37
图表：2015-2020年中国童装行业出口额预测	38
图表：2013-2014年中国童装行业需求量	39
图表：2013-2014年中国华东地区童装行业需求量	41
图表：2013-2014年中国华北地区童装行业需求量	42
图表：2013-2014年中国华中地区童装行业需求量	43
图表：2013-2014年中国华南地区童装行业需求量	44
图表：2013-2014年中国东北地区童装行业需求量	45
图表：2013-2014年中国西部地区童装行业需求量	46
图表：2013-2014年中国童装行业总资产	48
图表：2013-2014年中国童装行业销售收入	49
图表：2013-2014年中国童装行业净利润	50
图表：2013-2014年中国童装行业产值	51

图表：2013-2014年中国童装行业盈利能力分析	53
图表：2013-2014年中国童装行业偿债能力分析	53
图表：2013-2014年中国童装行业营运能力分析	53
图表：2013-2014年中国童装行业发展能力分析	54
图表：2014年国内童装市场竞争格局	75
图表：2014年中国童装市场省份商家数占比	76
图表：中国童装行业重点企业从业人员对比分析	78
图表：中国童装行业重点企业全年营业收入对比分析	78
图表：2014浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析	97
图表：2013年浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析	97
图表：2013-2014浙江森马服饰股份有限公司盈利能力分析	98
图表：2013-2014浙江森马服饰股份有限公司成长能力分析	98
图表：2013-2014浙江森马服饰股份有限公司营运能力分析	98
图表：2012年12月-2014年12月纺织服装规模以上企业工业增加值增长情况分析	127
图表：2012年12月-2014年12月纺织服装规模以上企业主营业务收入增长情况分析	127
图表：2012年12月-2014年12月纺织服装规模以上企业利润总额增长情况分析	128
图表：2015-2020年中国童装行业产值预测	134
图表：2015-2020年中国童装行业销售收入预测	135
图表：2015-2020年中国童装行业总资产预测	136
图表：四种基本的品牌战略	153

本报告由博思数据的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个童装行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据童装行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国童装行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国童装行业将面临的机遇与挑战，对童装行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是童装企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1502/4932710V47.html>