

## 2022-2027年中国高端童装行业产销需求与投资预测分析报告

## 目 录

## CONTENTS

**第1章：中国高端童装行业市场运行情况分析****1.1 中国高端童装行业经济指标分析**

- 1.1.1 综合经营效益指标
- 1.1.2 盈利能力分析
- 1.1.3 运营能力分析
- 1.1.4 偿债能力分析
- 1.1.5 发展能力分析

**1.2 中国高端童装行业供需平衡指标**

- 1.2.1 高端童装行业供给指标
- 1.2.2 高端童装行业需求指标
- 1.2.3 高端童装行业产销率分析

**1.3 中国高端童装行业经营效益指标**

- 1.3.1 高端童装行业成本分析
- 1.3.2 高端童装行业盈亏分析

**1.4 中国高端童装制造行业进出口市场分析**

- 1.4.1 中国高端童装制造行业出口情况
  - (1) 行业出口整体情况分析
  - (2) 行业出口产品结构分析
- 1.4.2 中国高端童装制造行业进口情况
  - (1) 行业进口整体情况分析
  - (2) 行业进口产品结构分析

**第2章：高端童装行业细分产品市场分析****2.1 高端童装产品市场发展**

- 2.1.1 产品线延伸
  - (1) 产品年龄段拓展
  - (2) 产品性别市场拓展
- 2.1.2 产品设计趋势
  - (1) 休闲装崛起
  - (2) 颜色、款式成人化
  - (3) 流行装饰增多
  - (4) 健康环保概念流行

**2.2 不同年龄段产品市场分析**

- 2.2.1 婴幼儿（0-3岁）装市场
  - (1) 婴幼儿装市场需求
  - (2) 婴幼儿装主要品牌及企业
  - (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为
  - (4) 婴幼儿装营销特征与针对性
  - (5) 婴幼儿装市场趋势与前景
- 2.2.2 小童（4-6岁）装市场
  - (1) 小童装市场需求
  - (2) 小童装主要品牌及企业
  - (3) 小童装购买决策与购买行为
  - (4) 小童装营销特征与针对性
  - (5) 小童装市场趋势与前景
- 2.2.3 中童（7-12岁）装市场
  - (1) 中童装市场需求
  - (2) 中童装主要品牌及企业
  - (3) 中童装购买决策与购买行为
  - (4) 中童装营销特征与针对性
  - (5) 中童装市场趋势与前景
- 2.2.4 大童（13-16岁）装市场

- (1) 大童装市场需求
- (2) 大童装主要品牌及企业
- (3) 大童装购买决策与购买行为
- (4) 大童装营销特征与针对性
- (5) 大童装市场趋势与前景

### 2.3 高端童装产业链延伸

- 2.3.1 延伸至鞋类市场
- 2.3.2 延伸至文具市场
- 2.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

### 2.4 高端童装消费需求调研

- 2.4.1 童装消费层次
- 2.4.2 童装消费价格承受能力
- 2.4.3 童装消费质量要求
- 2.4.4 童装消费场所选择
- 2.4.5 童装消费对品牌的选择

## 第3章：国内外高端童装行业竞争情况分析

### 3.1 国际高端童装市场竞争分析

- 3.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展
  - (1) 美国
  - (2) 俄罗斯
  - (3) 英国
- 3.1.2 国际童装品牌调研及在华投资
  - (1) 耐克 (nike)
  - (2) 阿迪达斯 (adidas)
  - (3) 古驰 (GUCCI)
  - (4) 阿卡邦 (agabang)
  - (5) 史努比
  - (6) 樱桃小丸子

### 3.2 国内高端童装市场竞争分析

- 3.2.1 高端童装行业集中度
- 3.2.2 高端童装竞争格局
  - (1) 中外品牌竞争格局
  - (2) 国内品牌竞争力
- 3.2.3 国内童装品牌调研
  - (1) 巴拉巴拉
  - (2) 派克兰帝
  - (3) 小猪班纳
  - (4) 巴布豆
  - (5) 安奈尔
  - (6) 米奇

### 3.3 高端童装行业兼并重组分析

- 3.3.1 国际高端童装企业投资兼并与重组整合
- 3.3.2 国内高端童装企业投资兼并与重组整合

## 第4章：高端童装销售渠道与发展策略

### 4.1 高端童装销售渠道

- 4.1.1 高端童装销售渠道发展
- 4.1.2 国外高端童装进入渠道
  - (1) 直营
  - (2) 品牌托管
- 4.1.3 国内高端童装销售渠道
  - (1) 百货商场
  - (2) 专卖店
  - (3) 专营店
  - (4) 网络销售
- 4.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

### 4.2 高端童装营销策略及形式

- 4.2.1 品牌营销策略
- 4.2.2 产品营销策略
- 4.2.3 价格营销策略

- 4.2.4 概念营销策略
- 4.2.5 知识营销策略
- 4.2.6 情感营销策略

## 第5章：高端童装行业主要企业运营指标

### 5.1 高端童装企业发展特点分析

### 5.2 高端童装行业重点企业个案分析

- 5.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品结构及新产品动向
  - (3) 企业销售渠道与网络
  - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.2 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业组织架构分析
  - (8) 企业产品结构及新产品动向
  - (9) 企业销售渠道与网络
  - (10) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业组织架构分析
  - (8) 企业产品结构及新产品动向
  - (9) 企业销售渠道与网络
  - (10) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业产品结构及新产品动向
  - (8) 企业销售渠道与网络
  - (9) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.5 巴布豆（中国）儿童用品有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业产品结构及新产品动向
  - (8) 企业销售渠道与网络
  - (9) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.6 广东小猪班纳服饰有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.7 深圳市安奈儿股份有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品结构及新产品动向
  - (3) 企业销售渠道与网络
  - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.8 淘帝（中国）服饰有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业产品结构及新产品动向
  - (8) 企业销售渠道与网络
  - (9) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.9 北京嘉曼服饰股份有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产销能力分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业产品结构及新产品动向
  - (8) 企业销售渠道与网络
  - (9) 企业经营状况优劣势分析
- 5.2.10 博士蛙国际控股有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营指标分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
  - (7) 企业产品结构及新产品动向
  - (8) 企业销售渠道与网络
  - (9) 企业经营状况优劣势分析

## 第6章：高端童装行业发展趋势分析与预测

### 6.1 高端童装市场趋势与前景

- 6.1.1 高端童装市场发展趋势
- 6.1.2 高端童装市场前景预测

### 6.2 高端童装行业的投资特性

- 6.2.1 进入壁垒
- 6.2.2 盈利模式
- 6.2.3 盈利因素

### 6.3 高端童装行业投资建议

- 6.3.1 行业投资现状
- 6.3.2 主要投资建议

## 图表目录

图表1：2013-2018年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表2：2013-2018年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%）

图表3：2013-2018年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次）

- 图表4: 2013-2018年中国高端童装行业偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表5: 2013-2018年中国高端童装行业发展能力分析 (单位: %)
- 图表6: 2013-2018年中国高端童装行业工业总产值及同比增速 (单位: 万元, %)
- 图表7: 2018年中国高端童装行业工业总产值前十的省市 (单位: 万元, %)
- 图表8: 2018年中国高端童装行业各地区工业总产值占比 (单位: %)
- 图表9: 2013-2018年中国高端童装行业产成品及同比增速 (单位: 万元, %)
- 图表10: 2018年中国高端童装行业产成品前十名省市 (单位: 万元, %)
- 图表11: 2018年中国高端童装行业各地区产成品占比 (单位: %)
- 图表12: 2013-2018年中国高端童装行业工业销售产值及同比增速 (单位: 万元, %)
- 图表13: 2018年中国高端童装行业工业销售产值前十的省市 (单位: 万元, %)
- 图表14: 2018年中国高端童装行业各地区销售产值占比 (单位: %)
- 图表15: 2013-2018年中国高端童装行业销售收入及同比增速 (单位: 万元, %)
- 图表16: 2018年中国高端童装行业销售收入前十的省市 (单位: 万元, %)
- 图表17: 2018年中国高端童装行业各地区销售收入占比 (单位: %)
- 图表18: 2013-2018年中国高端童装行业产销率变化 (单位: %)
- 图表19: 2013-2018年中国高端童装行业成本结构分析 (单位: 万元, %)
- 图表20: 2018年中国高端童装行业成本结构分析 (单位: 万元, %)
- 图表21: 2013-2018年中国高端童装行业盈亏情况分析 (单位: 万元, %)
- 图表22: 2013-2018年中国高端童装行业原料出口金额 (单位: 万美元)
- 图表23: 2018年中国高端童装行业原料出口结构 (单位: 万美元, %)
- 图表24: 2013-2018年中国高端童装行业原料进口金额 (单位: 万美元)
- 图表25: 2018年中国高端童装行业原料进口结构 (单位: 万美元, %)
- 图表26: 婴幼儿装主要品牌及企业 (排名不分先后)
- 图表27: 2018年中国城镇居民不同收入水平服装消费支出 (单位: 元, %)
- 图表28: 2018年中国农村居民不同收入水平居民衣着支出 (单位: 元, %)
- 图表29: 消费者对服装质量的关注度 (单位: %)
- 图表30: 儿童服装消费考虑因素 (单位: %)
- 图表31: 儿童服装消费场所选择 (单位: %)
- 图表32: 品牌儿童服装需求情况 (单位: %)
- 图表33: 2018年中国高端童装行业产品销售收入集中度分析 (单位: 亿元, %)
- 图表34: 2018年中国高端童装行业产品利润总额集中度分析 (单位: 亿元, %)
- 图表35: 中国高端童装市场品牌分别情况 (单位: %)
- 图表36: 北京派克兰帝有限责任公司经营状况优劣势分析
- 图表37: 2013-2018年浙江森马服饰股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表38: 2013-2018年浙江森马服饰股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表39: 2013-2018年浙江森马服饰股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表40: 2013-2018年浙江森马服饰股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表41: 2013-2018年浙江森马服饰股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表42: 浙江森马服饰股份有限公司经营状况优劣势分析
- 图表43: 2013-2018年浙江红黄蓝服饰股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表44: 2013-2018年浙江红黄蓝服饰股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表45: 2013-2018年浙江红黄蓝服饰股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表46: 2013-2018年浙江红黄蓝服饰股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表47: 2013-2018年浙江红黄蓝服饰股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表48: 浙江红黄蓝服饰股份有限公司组织架构分析
- 图表49: 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营状况优劣势分析
- 图表50: 2013-2018年上海丽婴房婴童用品有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表51: 2013-2018年上海丽婴房婴童用品有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表52: 2013-2018年上海丽婴房婴童用品有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表53: 2013-2018年上海丽婴房婴童用品有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表54: 2013-2018年上海丽婴房婴童用品有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表55: 上海丽婴房婴童用品有限公司经营状况优劣势分析
- 图表56: 2013-2018年巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表57: 2013-2018年巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表58: 2013-2018年巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表59: 2013-2018年巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表60: 2013-2018年巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表61: 巴布豆 (中国) 儿童用品有限公司经营状况优劣势分析
- 图表62: 2013-2018年广东小猪班纳服饰有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)

- 图表63: 2013-2018年广东小猪班纳服饰有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表64: 2013-2018年广东小猪班纳服饰有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表65: 2013-2018年广东小猪班纳服饰有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表66: 2013-2018年广东小猪班纳服饰有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表67: 广东小猪班纳服饰有限公司经营状况优劣势分析
- 图表68: 深圳市安奈儿股份有限公司经营状况优劣势分析
- 图表69: 2013-2018年淘帝(中国)服饰有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表70: 2013-2018年淘帝(中国)服饰有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表71: 2013-2018年淘帝(中国)服饰有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表72: 2013-2018年淘帝(中国)服饰有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表73: 2013-2018年淘帝(中国)服饰有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表74: 淘帝(中国)服饰有限公司经营状况优劣势分析
- 图表75: 2013-2018年北京嘉曼服饰股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表76: 2013-2018年北京嘉曼服饰股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表77: 2013-2018年北京嘉曼服饰股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表78: 2013-2018年北京嘉曼服饰股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表79: 2013-2018年北京嘉曼服饰股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表80: 北京嘉曼服饰股份有限公司经营状况优劣势分析
- 图表81: 2013-2018年博士蛙国际控股有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表82: 2013-2018年博士蛙国际控股有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表83: 2013-2018年博士蛙国际控股有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表84: 2013-2018年博士蛙国际控股有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表85: 2013-2018年博士蛙国际控股有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表86: 博士蛙国际控股有限公司经营状况优劣势分析
- 图表87: 2019-2024年中国高端童装行业市场规模预测

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!