

中国高端童装行业深度研究及未来五年前景预测报告

报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国高端童装行业深度研究及未来五年前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/206632206632.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《中国高端童装行业深度研究及未来五年前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行

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。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。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。

报告大纲

第一章 中国高端童装行业发展综述

1.1 高端童装行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 主要产品大类

1.2 高端童装行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 统计方法

1.2.3 数据种类

1.3 高端童装行业PEST模型

1.3.1 行业政治法律环境分析（P）

（1）新国家纺织品基本安全技术规范分析

（2）工信部批准60项纺织行业新标准分析

1.3.2 行业经济环境分析（E）

（1）国内经济增长

（2）居民收入水平

1.3.3 行业消费环境分析

（1）居民消费倾向

（2）居民消费信心

（3）居民消费结构

1.3.4 行业信息技术环境分析（T）

- (1) 企业IT数据系统装备情况
- (2) 行业信息技术使用现状分析
- (3) 行业信息技术利用趋势分析
- 1.4 高端童装行业波特五力模型
 - 1.4.1 上游议价能力
 - 1.4.2 下游议价能力
 - 1.4.3 新进入者壁垒
 - 1.4.4 替代威胁
 - 1.4.5 行业内竞争
- 第二章 高端童装行业经济指标
 - 2.1 中国高端童装行业经济指标分析
 - 2.2 中国高端童装行业供需平衡指标
 - 2.3 高端童装行业经营效益指标
 - 2.4 中国高端童装制造行业进出口市场分析
- 第三章 高端童装行业产业链直观
 - 3.1 高端童装行业产业链分析
 - 3.2 高端童装行业上游产业供应链解析
 - 3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析
 - (1) 纺织业固定资产投资情况分析
 - (2) 纺织业主要产品生产产量分析
 - (3) 纺织业需求情况分析
 - (4) 纺织行业发展趋势分析
 - 3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势
 - (1) 拉链市场价格及走势分析
 - (2) 衬布市场价格及走势分析
 - (3) 纽扣市场价格及走势分析
 - 3.2.3 缝纫机械市场产销与经营
 - (1) 缝纫机械市场产销情况
 - (2) 缝纫机械行业经营情况
 - 3.3 高端童装行业下游产业流通链解析
 - 3.3.1 传统零售业发展现状与需求
 - (1) 传统零售业发展现状
 - (2) 网络服饰销售发展现状
- 第四章 高端童装行业细分产品市场
 - 4.1 高端童装产品市场发展

4.1.1 产品线延伸

- (1) 产品年龄段拓展
- (2) 产品性别市场拓展

4.1.2 产品设计趋势

- (1) 休闲装崛起
- (2) 颜色、款式成人化
- (3) 图案变小，流行装饰增多
- (4) 健康环保概念流行

4.2 不同年龄段产品市场分析

4.2.1 婴幼儿（03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

4.2.2 小童（46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

4.2.3 中童（712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

4.2.4 大童（1316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

4.3 高端童装产业链延伸

4.3.1 延伸至鞋类市场

4.3.2 延伸至文具市场

4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

第五章 高端童装行业发展与竞合关系

5.1 国际高端童装市场竞合关系

5.1.1 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

5.1.2 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

5.2 国内高端童装市场竞合关系

5.2.1 高端童装市场规模

5.2.2 高端童装行业集中度

- (1) 销售集中度
- (2) 资产集中度
- (3) 利润集中度

5.2.3 不同经济类型企业集中度

5.2.4 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

5.2.5 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

5.3 高端童装企业资本整合与并购

5.3.1 行业结构的演进和增长点

5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合

5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合

第六章 高端童装行业重点区域市场

6.1 华北市场分析

6.2 中南市场分析

6.3 华东市场分析

6.4 东北市场分析

6.5 西南市场分析

第七章 高端童装行业消费需求调研

7.1 高端童装需求背景

7.1.1 人口结构分析

(1) 人口增长情况分析

(2) 人口结构变化分析

(3) 人口结构变化对消费的影响

7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析

(1) 家庭消费生命周期界定

(2) 不同家庭消费生命周期的消费特征

7.2 儿童消费决策市场

7.2.1 童装消费决策调研

7.2.2 儿童消费决策情况调研

(1) 儿童人均消费结构

(2) 儿童购物自主意识与品牌认知

(3) 儿童高消费影响因素

7.3 高端童装需求空间分析

7.3.1 童装消费规模分析

7.3.2 高端童装需求空间分析

7.4 高端童装消费需求调研

7.4.1 童装消费层次

7.4.2 童装消费价格承受能力

7.4.3 童装消费质量要求

7.4.4 童装消费场所选择

7.4.5 童装消费对品牌的选择

第八章 高端童装销售渠道与发展策略

8.1 高端童装销售渠道

8.1.1 高端童装销售渠道发展

8.1.2 国外高端童装进入渠道

(1) 直营

(2) 品牌托管

8.1.3 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

8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

8.2 高端童装营销策略及形式

8.2.1 高端童装营销策略

(1) 品牌营销策略

(2) 产品营销策略

(3) 价格营销策略

(4) 概念营销策略

(5) 知识营销策略

(6) 情感营销策略

第九章 高端童装行业主要企业运营指标

9.1 高端童装企业发展总体状况分析

9.1.1 高端童装行业企业规模

9.1.2 高端童装行业工业产值状况

9.1.3 高端童装行业销售收入状况

9.1.4 高端童装行业利润总额状况

9.2 高端童装行业领先企业个案分析

9.2.1 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

9.2.2 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
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.3 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
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.4 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
- (10) 企业最新发展动向分析

9.2.5 广州中威日用品企业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

第十章 高端童装行业发展趋势分析与预测

10.1 高端童装市场趋势与前景

10.1.1 高端童装市场发展趋势

10.1.2 高端童装市场前景预测

10.2 高端童装行业的投资特性

10.2.1 进入壁垒

10.2.2 盈利模式

10.2.3 盈利因素

10.3 高端童装行业投资风险

10.3.1 需求风险

10.3.2 竞争风险

10.4 高端童装行业投资建议

10.4.1 行业投资现状

10.4.2 主要投资建议

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/206632206632.html>