

2024-2030年中国高端童装市场现状 研究分析与发展前景预测报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024-2030年中国高端童装市场现状研究分析与发展前景预测报告

报告编号： 135A9A6 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9800 元 纸质+电子版：10000 元

优惠价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9100 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/6/9A/GaoDuanTongZhuangXuQiuFenXiBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

高端童装市场随着家长对孩子穿着品质要求的提高而逐渐壮大。目前，高端童装品牌不仅注重服装的设计感和时尚度，同时也强调面料的舒适性和安全性。随着年轻父母消费观念的变化，他们更愿意为孩子选购具有品牌价值、设计独特、质量上乘的童装产品。此外，线上销售渠道的兴起也为高端童装品牌带来了新的发展机遇。

未来，高端童装市场将进一步细分，并注重个性化和定制化服务。随着年轻一代父母对童装品质和设计的追求，高端童装品牌将更加注重产品的差异化和创新性。同时，随着消费者对可持续发展的关注度提升，采用环保材料和可持续生产方式的品牌将更受欢迎。此外，随着数字化技术的应用，高端童装品牌也将更加注重线上线下一体化的购物体验，提供更加便捷的购物渠道和服务。

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 高端童装行业波特五力模型

1.3.1 上游议价能力

1.3.2 下游议价能力

1.3.3 新进入者壁垒

1.3.4 替代威胁

1.3.5 行业内竞争

第二章 2022-2023年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

2.1.1 2022-2023年高端童装行业经营效益指标

- (1) 综合经营效益指标
- (2) 盈利能力指标
- (3) 运营能力指标
- (4) 偿债能力指标
- (5) 发展能力指标

2.1.2 2022-2023年高端童装行业经济指标

- (1) 综合经济指标
- (2) 不同规模企业经济指标
- (3) 不同性质企业经济指标
- (4) 不同地区企业经济指标

2.2 中国高端童装行业供需平衡指标

2.2.1 高端童装行业供给指标

- (1) 2022-2023年高端童装行业供给指标
 - 1) 总产值
 - 2) 总产值前十地区
 - 3) 产成品
 - 4) 产成品前十地区

2.2.2 高端童装行业需求指标

- (1) 2022-2023年高端童装行业需求指标
 - 1) 销售产值
 - 2) 销售产值前十地区
 - 3) 销售收入
 - 4) 销售收入前十地区

2.2.3 2018-2023年高端童装行业产销率

2.3 2022-2023年高端童装行业经营效益指标

2.3.1 产业规模分析

2.3.2 月资本/劳动密集度分析

2.3.3 高端童装行业产销分析

2.3.4 成本费用结构分析

2.3.5 高端童装行业盈亏分析

2.4 中国高端童装制造进出口市场分析

2.4.1 中国高端童装制造行业出口情况

(1) 2022-2023年行业出口市场分析

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构特征分析

.....

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构特征分析

2.4.2 中国高端童装制造行业进口情况

(1) 2022-2023年行业进口市场分析

1) 行业进口整体情况

2) 行业进口产品结构特征分析

.....

1) 行业进口整体状况

2) 行业进口产品结构特征分析

第三章 2022-2023年中国高端童装行业运行环境分析

3.1 2022-2023年中国宏观经济环境分析

3.1.1 国民经济运行情况gdp（季度更新）

3.1.2 消费价格指数cpi、ppi

3.1.3 全国居民收入情况

3.1.4 恩格尔系数

3.1.5 工业发展形势

3.1.6 固定资产投资情况

3.1.7 中国汇率调整（人民币升值）

3.1.8 对外贸易&进出口

3.2 2022-2023年中国高端童装行业政策环境分析

3.2.1 行业相关标准

(1) 婴幼儿服装标准

(2) 婴幼儿纺织品标准

(3) 童装绳索和拉带安全要求

(4) 儿童上衣拉带安全规格

(5) 提高机械安全性的儿童服装设计和生产实施规范

(6) 国家纺织商品基本安全技术规范

(7) 婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范

3.2.2 行业法律法规

(1) 纺织服装出口退税调整

(2) 增值税制度

- (3) 服装自主品牌建设
- (4) 童装安全法
- 3.2.3 行业发展规划
 - (1) 纺织工业调整和振兴规划
 - (2) 纺织工业“十三五”科技进步纲要
- 3.3 2022-2023年中国高端童装行业社会环境分析
 - 3.3.1 居民消费结构
 - 3.3.2 居民消费观念
 - 3.3.3 奢侈品消费观念
- 3.4 2022-2023年中国高端童装行业技术环境分析
 - 3.4.1 企业it数据系统装备情况
 - (1) 中国服装企业中的mis
 - (2) 中国服装企业中的cad/cam系统
 - (3) 中国服装企业中的erp系统
 - 3.4.2 行业信息技术使用现状分析
 - 3.4.3 行业信息技术利用趋势分析

第四章 高端童装行业产业链直观

- 4.1 高端童装行业产业链直观
- 4.2 高端童装行业上游产业供应链解析
 - 4.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析
 - (1) 服装面料生产情况
 - (2) 服装面料需求情况
 - (3) 服装面料投资情况
 - (4) 服装面料开发趋势
 - 4.2.2 服装辅料市场供给与价格走势
 - (1) 拉链市场供给与价格走势
 - (2) 衬布市场供给与价格走势
 - (3) 纽扣市场供给与价格走势
 - 4.2.3 缝纫机械产销与经营
 - (1) 缝纫机械市场产销情况
 - (2) 缝纫机械行业经营情况
- 4.3 高端童装行业下游产业流通链解析
 - 4.3.1 传统零售业发展现状与需求
 - (1) 传统零售业发展现状
 - 1) 零售行业发展概况
 - 2) 零售行业发展特征

- 3) 零售行业经济运行
- 4) 零售行业竞争情况
 - (2) 高端童装综合零售渠道需求
- 4.3.2 电子商务发展现状与需求
 - (1) 电子商务行业发展现状
 - 1) 中国电子商务行业发展概况
 - 2) 中国电子商务网站规模
 - 3) 中国电子商务行业市场规模
 - 4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析
 - (2) 高端童装电子商务渠道需求

第五章 高端童装行业细分产品市场

5.1 高端童装产品市场发展

- 5.1.1 产品线延伸
 - (1) 产品年龄段拓展
 - (2) 产品性别市场拓展
- 5.1.2 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

5.2 不同年龄段产品市场分析

- 5.2.1 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
- 5.2.2 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
- 5.2.3 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

5.2.4 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

5.3 高端童装产业链延伸

- 5.3.1 延伸至鞋类市场
- 5.3.2 延伸至文具市场
- 5.3.3 延伸至婴幼儿用品市场

第六章 高端童装行业发展与竞合关系

6.1 国际高端童装市场竞合关系

6.1.1 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
- (4) 日本
- (5) 其它国家及地区

6.1.2 国际高端童装市场竞合关系

6.1.3 国际童装品牌调研及在华投资

- (1) 耐克（nike）
 - 1) 品牌历史与地位
 - 2) 产品特征与定位
 - 3) 企业营销策略分析
- (2) 阿迪达斯（adidas）
 - 1) 品牌历史与地位
 - 2) 产品特征与定位
 - 3) 企业营销策略分析
- (3) 古驰（gucci）
 - 1) 品牌历史与地位
 - 2) 产品特征与定位
 - 3) 企业营销策略分析
- (4) 阿卡邦（agabang）

- 1) 品牌历史与地位
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- (5) 史努比

- 1) 品牌历史与地位
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析
- (6) 樱桃小丸子

- 1) 品牌历史与地位
- 2) 产品特征与定位
- 3) 企业营销策略分析

6.2 国内高端童装市场竞合关系

6.2.1 高端童装市场规模

6.2.2 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
- (4) 不同经济类型企业集中度

- 1) 不同经济类型企业特征
- 2) 不同经济类型企业集中度

6.2.3 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

6.2.4 国内童装品牌调研

- (1) 巴拉巴拉
 - 1) 产品特征及定位
 - 2) 营销模式及动向
 - 3) 品牌门店数量及分布
- (2) 派克兰帝
 - 1) 产品特征及定位
 - 2) 营销模式及动向
 - 3) 品牌门店数量及分布
- (3) 小猪班纳
 - 1) 产品特征及定位
 - 2) 营销模式及动向
 - 3) 品牌门店数量及分布

(4) 巴布豆

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(5) 安奈尔

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

(6) 米奇

- 1) 产品特征及定位
- 2) 营销模式及动向
- 3) 品牌门店数量及分布

6.3 高端童装企业资本整合与并购

- 6.3.1 行业结构的演进和增长点
- 6.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合
- 6.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合
- 6.3.4 高端童装企业投资兼并与重组整合案例

第七章 高端童装行业重点区域市场

7.1 行业总体区域结构特征

- 7.1.1 区域结构总体特征
- 7.1.2 区域集中度

7.2 行业重点区域产销情况

7.2.1 华北地区高端童装产销情况

- (1) 北京市高端童装产销情况
- (2) 天津市高端童装产销情况
- (3) 河北省高端童装产销情况
- (4) 山西省高端童装产销情况
- (5) 内蒙古高端童装产销情况

7.2.2 华南地区高端童装产销情况

- (1) 广东省高端童装产销情况
- (2) 广西高端童装产销情况

7.2.3 华东地区高端童装产销情况

- (1) 上海市高端童装产销情况
- (2) 江苏省高端童装产销情况
- (3) 浙江省高端童装产销情况
- (4) 山东省高端童装产销情况

- (5) 福建省高端童装产销情况
- (6) 安徽省高端童装产销情况
- (7) 江西省高端童装产销情况
- 7.2.4 华中地区高端童装产销情况
 - (1) 湖北省高端童装产销情况
 - (2) 湖南省高端童装产销情况
 - (3) 河南省高端童装产销情况
- 7.2.5 西南地区高端童装产销情况
 - (1) 重庆市高端童装产销情况
 - (2) 四川省高端童装产销情况
 - (3) 贵州省高端童装产销情况
 - (4) 云南省高端童装产销情况
- 7.2.6 东北地区高端童装产销情况
 - (1) 吉林省高端童装产销情况
 - (2) 辽宁省高端童装产销情况
 - (3) 黑龙江省高端童装产销情况
- 7.2.7 西北地区高端童装产销情况
 - (1) 陕西省高端童装产销情况
 - (2) 甘肃省高端童装产销情况
 - (3) 青海省高端童装产销情况
 - (4) 宁夏高端童装产销情况
 - (5) 新疆高端童装产销情况

第八章 高端童装行业消费需求调研

8.1 高端童装需求背景

- 8.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利
 - (1) 我国人口结构变化特征
 - (2) 人口结构变迁与消费品成长性影响
 - (3) 中国儿童消费群体成长情况
- 8.1.2 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

8.2 儿童消费决策市场

- 8.2.1 童装消费决策调研
- 8.2.2 儿童消费决策情况调研
 - (1) 儿童人均消费额
 - (2) 儿童购物自主意识与品牌认知

1) 儿童自主消费意识提高及影响

2) 儿童自主意识与行为案例

(3) 儿童高消费影响因素

8.3 高端童装需求空间分析

8.3.1 城市儿童消费规模

8.3.2 城市儿童消费结构

8.3.3 高端童装需求空间分析

8.4 高端童装消费需求调研

8.4.1 童装消费层次

8.4.2 童装消费价格承受能力

8.4.3 童装消费质量要求

8.4.4 童装消费场所选择

8.4.5 高端童装消费品牌忠诚度

第九章 高端童装销售渠道与发展策略

9.1 高端童装销售渠道

9.1.1 高端童装销售渠道发展

9.1.2 国外高端童装进入渠道

(1) 直营

(2) 代理分销

(3) 品牌托管

9.1.3 国内高端童装销售渠道

(1) 百货商场

(2) 品牌专卖店

(3) 专营店

(4) 仓储超市

(5) 电子商务

9.1.4 高端童装销售渠道发展趋势

9.2 高端童装营销策略及形式

9.2.1 高端童装营销策略

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 促销策略

9.2.2 高端童装营销策略形式

(1) 形象营销策略

(2) 概念营销策略

(3) 品牌营销策略

(4) 文化营销策略

(5) 情感营销策略

第十章 高端童装行业主要企业运营指标

10.1 高端童装企业发展总体状况分析

10.1.1 高端童装行业企业规模

10.1.2 高端童装行业工业产值状况

10.1.3 高端童装行业销售收入和利润

10.1.4 主要高端童装企业创新能力分析

10.2 高端童装行业领先企业个案分析

10.2.1 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

10.2.2 温州市森马童装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

10.2.3 红黄蓝集团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

10.2.4 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

10.2.5 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
- (10) 企业最新发展动向分析

第十一章 [~中~智林~]2024-2030年高端童装行业发展趋势分析与预测

11.1 高端童装市场趋势与前景

11.1.1 市场发展趋势

11.1.2 市场前景预测

11.2 高端童装行业投资特性

- 11.2.1 进入壁垒
 - 11.2.2 盈利模式
 - 11.2.3 盈利因素
 - 11.3 高端童装行业投资风险
 - 11.3.1 政策风险
 - 11.3.2 技术风险
 - 11.3.3 供求风险
 - 11.3.4 宏观经济波动风险
 - 11.3.5 关联产业风险
 - 11.3.6 生产规模及所有制风险
 - 11.4 高端童装行业投资建议
 - 11.4.1 行业投资现状
 - 11.4.2 主要投资建议
- 主要图表：（部分）

图表 2018-2023年我国国内生产总值及增长速度分析

图表 2018-2023年全部工业增加值及其增长速度

图表 2023年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2023年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2018-2023年建筑业增加值及其增长速度

图表 2018-2023年粮食产量及其增长速度

图表 2018-2023年全社会固定资产投资及其增长速度

图表 2023年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2018-2023年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表 2023年货物进出口总额及其增长速度

图表 2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2018-2023年全国货物进出口总额

图表 2022年末人口数及其构成

图表 2018-2023年我国人口数量变化图

图表 2018-2023年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2018-2023年中国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

图表 2018-2023年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表 2018-2023年中国城镇化率走势图

略……

订阅“2024-2030年中国高端童装市场现状研究分析与发展前景预测报告”，编号：135A9A6，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: <https://www.cir.cn/6/9A/GaoDuanTongZhuangXuQiuFenXiBaoGao.html>

了解更多, 请访问上述链接, 以下无内容!!