|  |
| --- |
| [2024年版中国童装市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年版中国童装市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1860986　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　童装市场近年来受益于儿童消费观念的变化和家庭对儿童着装品质的重视，呈现出了快速增长的趋势。随着年轻父母消费能力的提升，童装品牌开始注重产品的设计感和品质感，推出了许多兼具时尚与实用性的童装产品。此外，随着环保意识的提高，越来越多的童装品牌开始采用环保材料，并强调产品的可持续性。童装市场也开始细分化，针对不同年龄段的孩子推出不同的产品线。
　　未来，童装市场的发展将更加注重品牌的差异化和产品的功能性。一方面，随着年轻家长对童装品牌故事和文化内涵的关注，童装品牌将更加注重塑造独特品牌形象，通过品牌故事吸引消费者。另一方面，随着科技的进步，童装将更加注重功能性，如防水、透气、抗菌等特性将成为童装产品的新亮点。此外，随着消费者对儿童健康成长的重视，童装品牌也将更加关注产品的安全性和舒适性。
　　《[2024年版中国童装市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html)》在多年童装行业研究结论的基础上，结合中国童装行业市场的发展现状，通过资深研究团队对童装市场各类资讯进行整理分析，并依托国家权威数据资源和长期市场监测的数据库，对童装行业进行了全面、细致的调查研究。
　　市场调研网发布的[2024年版中国童装市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html)可以帮助投资者准确把握童装行业的市场现状，为投资者进行投资作出童装行业前景预判，挖掘童装行业投资价值，同时提出童装行业投资策略、营销策略等方面的建议。

第一部分 童装行业发展分析
第一章 童装行业发展概况
　　第一节 童装行业基本情况
　　　　一、童装涵盖范围
　　　　二、童装设计分类
　　第二节 中国童装发展历史及特点
　　　　一、中国童装发展历史
　　　　二、国内童装行业的发展特点
　　第三节 中国童装产业概况
　　　　一、童装产业结构情况
　　　　二、童装产业发展特点分析

第二章 童装相关行业发展分析
　　第一节 纺织行业发展分析
　　　　一、2024年中国纺织工业发展分析
　　　　二、2024年纺织行业经济运行的主要特点
　　　　三、纺织行业当前发展面临的主要问题
　　　　四、2024年纺织经济形势及展望
　　　　五、《纺织工业“十三五”发展规划》
　　第二节 服装行业发展分析
　　　　一、2024年服装行业景气情况
　　　　二、2024年服装市场运行情况
　　　　三、2024年服装行业进出口情况
　　　　四、2024年服装行业投资情况
　　　　五、2024年服装行业经营情况
　　　　六、2024年服装行业经济运行情况分析
　　第三节 2024-2030年中国服装行业发展指南
　　　　一、服装行业面临的环境
　　　　二、中国服装行业科技发展指南
　　　　三、服装行业发展重点
　　　　四、12省区将纺织服装列为发展重点分析

第三章 中国童装行业发展分析
　　第一节 我国童装发展概况
　　　　一、童装业发展概况
　　　　二、童装业变革分析
　　　　三、童装行业的现状与未来解析
　　　　四、国内童装标准情况
　　　　五、纺织品新国标推动童装业洗牌
　　第二节 童装行业发展前景分析
　　　　一、时尚童装市场前景分析
　　　　二、我国童装发展空间分析
　　　　三、2024年中国童装市场发展前景分析
　　第三节 2024年童装行业发展现状
　　　　一、2024年童装行业发展分析
　　　　二、2024年童装行业发展趋势解析
　　　　三、儿童服装行业或将呈现上升态势
　　第四节 童装行业存在的问题
　　　　一、童装成人化趋势明显
　　　　二、童装价格偏贵
　　　　三、国产童装“无牌”设计
　　　　四、批发市场童装质量堪忧
　　　　五、童装市场的“重女轻男”现象
　　　　六、“三无” 童装混进市场存隐患
　　　　七、国内外知名品牌童装近三成不合格
　　　　八、童装品牌存在问题及挑战分析

第四章 童装品牌市场发展分析
　　第一节 中国童装市场研究
　　　　一、具有影响力的儿童市场
　　　　二、中国童装市场现状
　　　　三、结论
　　第二节 童装市场分析
　　　　一、运动品牌进军童装市场
　　　　二、传统品牌设计与安全兼顾
　　　　三、童装设计回归“儿童化”
　　　　四、童装品牌渠道变化
　　第三节 童装市场品牌现状分析
　　　　一、童装市场品牌现状分析
　　　　二、童装企业纷纷代理国际大牌
　　　　三、奢侈品牌进军童装
　　　　四、童装产业品牌升级分析
　　　　五、本土童装品牌推行质量领先战略
　　　　六、童装代理国际品牌成趋势
　　第四节 童装品牌市场发展方向
　　　　一、制约童装品牌培育和发展的因素
　　　　二、自主童装品牌发展壮大
　　　　三、童装品牌销售渠道分析
　　　　四、服装品牌跨界童装被看好
　　　　五、童装品牌市场开发策略分析
　　　　六、未来童装需要多品牌经营
　　　　七、电子商务时代的童装品牌突围
　　第五节 童装企业品牌细分市场定位分析
　　　　一、年龄层细分市场
　　　　二、个性定位细分市场
　　　　三、功能定位细分市场

第五章 童鞋
　　第一节 中国童鞋市场分析
　　　　一、我国童鞋市场处于起步阶段
　　　　二、中国童鞋行业踏入品牌竞争领域
　　　　三、童鞋市场超成人鞋服，成为主流
　　　　四、众多国产运动品牌转战童装童鞋市场
　　　　五、童鞋企业进军早教市场
　　第二节 中国童鞋市场发展及存在的问题
　　　　一、质量——立身之本
　　　　二、品牌运作——发展基石
　　　　三、营销——突围之道
　　第三节 中国童鞋市场主要品牌发展分析
　　　　一、酷乐
　　　　二、狄猛
　　　　三、“巴巴”鞋业
　　　　四、菲克体育
　　　　五、卡丁
　　　　六、巴布豆
　　　　七、七波辉
　　　　八、路豹

第二部分 童装产区与区域市场
第六章 中国童装行业产区分析
　　第一节 童装产业集群发展分析
　　　　一、中国童装三大童装产业区分布
　　　　二、童装集群地的共同特点
　　　　三、童装产业集群优势分析
　　　　四、童装产业集群发展策略
　　第二节 凤里童装业发展分析
　　　　一、凤里童装集群化概况
　　　　二、凤里童装外贸专业市场分析
　　　　三、凤里：打造闽派童装产业中心
　　第三节 织里童装业发展分析
　　　　一、织里童装产业集群发展概况
　　　　二、织里童装产业演绎“进化论”
　　　　三、织里童装专业市场运营现状、市场定位及应对策略
　　第四节 佛山童装业发展分析
　　　　一、佛山童装产业集群化概况
　　　　二、佛山童装正探寻未来出路
　　第五节 虎门童装业发展分析
　　　　一、虎门童装异军突起
　　　　二、虎门频频发力扶持童装产业

第七章 中国童装区域市场状况
　　第一节 北京童装市场分析
　　　　一、北京童装销售概况
　　　　二、北京市场品牌童装产品现状
　　　　三、北京高档百货商场童装市场调查
　　　　四、北京童装抽检情况分析
　　第二节 广东省童装市场分析
　　　　一、广东省童装产业潜力分析
　　　　二、广东童装业发展瓶颈分析
　　　　三、广东童装抽样检查分析
　　第三节 浙江省童装市场分析
　　　　一、浙江童装品牌化运作分析
　　　　二、浙江童装品牌发展分析
　　　　三、浙江童装新一轮品牌升级分析
　　　　四、浙江杭州童装出口策略分析
　　第四节 山东省童装市场发展分析
　　　　一、山东省童装质量分析
　　　　二、山东省童装市场存在的问题
　　　　三、山东省童装市场消费者需求特点
　　　　四、山东省童装市场的发展建议
　　第五节 江苏省童装市场发展分析
　　　　一、江苏抽查儿童服装部分批次不合格
　　　　二、江苏江阴出口童装情况

第三部分 童装消费市场分析
第八章 中国童装行业消费市场分析
　　第一节 中国童装消费宏观分析
　　　　一、童装市场“80后”成消费主力
　　　　二、国内童装市场购买力强劲
　　　　三、童装行业市场需求逐步增大
　　第二节 童装消费市场状况
　　　　一、童装行业消费特点
　　　　二、童装消费者分析
　　　　三、童装消费结构分析
　　　　四、童装消费的市场趋势
　　第三节 童装市场消费需求分析
　　　　一、童装市场的消费需求变化
　　　　二、童装行业的需求规模分析
　　　　三、童装品牌市场消费需求分析
　　　　四、童装市场需求发展趋势分析
　　第四节 影响童装消费的因素分析
　　　　一、价格的影响
　　　　二、动画片的影响
　　　　三、色彩学的影响

第四部分 童装竞争格局
第九章 童装行业市场竞争分析
　　第一节 中国童装行业竞争现状
　　　　一、童装企业竞争分析
　　　　二、中国童装品牌竞争分析
　　　　三、童装的核心竞争力分析
　　　　四、中国童装产业渠道竞争力分析
　　　　五、中国童装市场大利润高成竞争热点
　　第二节 中国童装市场竞争格局
　　　　一、中国童装产业市场竞争格局
　　　　二、童装市场消费改变引发竞争升级
　　　　三、童装行业品牌争夺战愈演愈烈
　　　　四、中国童装竞争激烈利润高
　　　　五、运动鞋服企业角逐童装市场
　　　　六、童装市场渠道争夺成为竞争热点
　　　　七、国际奢侈品布局中国童装市场
　　第三节 中国童装品牌竞争形式分析
　　　　一、高新技术童装竞争
　　　　二、童装品牌竞争
　　　　三、童装渠道竞争
　　　　四、童装管理竞争
　　　　五、童装创新竞争
　　　　六、童装企业人力资源竞争
　　　　七、童装企业理念竞争
　　　　八、童装企业资讯竞争
　　　　九、童装企业竞争的弱化
　　第四节 童装品牌策略探讨
　　　　一、消费市场 考量指标升级
　　　　二、品牌战略 挖掘文化内涵
　　　　三、设计方向 呼唤真正的童装设计
　　　　四、渠道建设 线上线下齐头并进
　　　　五、个性打造 特色童装百花齐放
　　　　六、商业模式 多品牌运作成常态
　　　　七、行业发展面临三大障碍
　　　　八、三大机遇赢未来

第十章 童装行业优势企业分析
　　第一节 米奇妙
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌营销策略
　　第二节 安奈儿
　　　　一、品牌概况
　　　　二、2024年品牌动态
　　第三节 红黄蓝
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌特色优势
　　　　三、2024年品牌规划
　　第四节 JOJO
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌战略
　　第五节 巴拉巴拉
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌成功经验
　　　　二、2024年品牌动态
　　第六节 娃哈哈
　　　　一、品牌概况
　　　　二、2024年品牌动态
　　第七节 樱桃小丸子
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌理念及策略
　　第八节 派克兰帝
　　　　一、品牌概况
　　　　二、2024年品牌动态
　　　　三、派克兰帝用音乐剧开启品牌重塑之道
　　第九节 嗒嘀嗒
　　　　一、品牌概况
　　　　二、2024年品牌动态
　　第十节 玛米玛卡
　　　　一、品牌概况
　　　　二、品牌分析
　　　　三、2024年品牌动态
　　第十一节 其他企业
　　　　一、叮当猫
　　　　二、芝麻开门
　　　　三、生肖王
　　　　四、小猪班纳
　　　　五、博士蛙
　　　　六、笑咪咪
　　　　七、雅多

第五部分 童装发展策略
第十一章 童装行业模式及策略分析
　　第一节 中国童装行业营销新模式分析
　　　　一、“品牌会员店”模式
　　　　二、童装中的体验销售
　　　　三、童装品牌折扣分析
　　　　四、童装连锁发展分析
　　　　五、童装网络营销分析
　　第二节 中国童装行业的品牌策略分析
　　　　一、品牌建设是适应市场关键
　　　　二、童装品牌的市场细分策略
　　　　三、童装销售渠道策略的方式
　　　　四、现代儿童服装消费策略分析
　　　　五、国内童装广告促销策略分析
　　　　六、国内童装亟待完善产业链条
　　　　七、中国童装行业品牌集成待尝试
　　第三节 童装品牌传播策略发展
　　　　一、产品传播
　　　　二、口碑传播
　　　　三、公关传播
　　　　四、事件传播
　　　　五、分众传播
　　　　六、新媒体传播

第十二章 童装品牌营销策略分析
　　第一节 2024年童装战略营销模式分析
　　　　一、童装企业的战略原型
　　　　二、童装战略营销的三种模式
　　　　三、战略营销模式的选择
　　第二节 儿童服装市场环境分析
　　　　一、消费者分析
　　　　二、竞争者分析
　　第三节 儿童服装营销策略
　　　　一、品牌策略
　　　　二、形象策略
　　　　三、产品策略
　　　　四、定价策略
　　　　五、促销策略
　　　　六、网络营销策略
　　　　七、概念营销策略
　　第四节 品牌童装经营模式的转型升级
　　　　一、品牌童装经营模式转型存在的关键原因
　　　　二、创新经营模式是关键
　　　　三、结语
　　第五节 童装品牌网络市场开发策略——以小调皮为例
　　　　一、产品及市场分析
　　　　二、营销目标和经营模式分析
　　　　三、产品定位与新产品开发
　　　　四、价格策略设计
　　　　五、渠道设计
　　　　六、促销策略设计
　　　　七、总结

第六部分 童装发展趋势与投资策略
第十三章 2024-2030年童装行业发展趋势分析
　　第一节 童装行业消费市场预测
　　　　一、童装消费流行趋势分析
　　　　二、未来童装市场消费需求趋势
　　第二节 童装行业发展预测
　　　　一、儿童服装市场潜力分析
　　　　二、我国童装市场规模及预测
　　　　三、中国孕婴童市场需求情况预测
　　　　四、中国童装行业市场竞争趋势分析
　　　　五、奢侈品牌童装未来在中国的发展前景

第十四章 2024-2030年童装行业投资策略
　　第一节 童装市场投资环境分析
　　　　一、童装市场宏观环境分析
　　　　二、童装市场微观环境分析
　　第二节 童装行业市场投资概况
　　　　一、童装市场的投资特性
　　　　二、童装业品牌障碍分析
　　　　三、童装投资分析
　　第三节 中~智林~　中国童装行业投资机遇及优势分析
　　　　一、中国童装业投资机遇分析
　　　　二、中国童装产业的潜在优势

图表目录
　　图表 2019-2024年纺织服装、鞋、帽制造业企业景气指数
　　图表 2019-2024年我国服装产量及同比增速
　　图表 2024年我国服装行业分品种产量及增速
　　图表 2019-2024年我国服装类商品零售总额及同比增速
　　图表 2019-2024年我国服装类商品累计零售总额及同比增速
　　图表 2019-2024年级棉花价格
　　图表 2019-2024年服装鞋帽零售价格指数
　　图表 2024年我国服装行业分地区产量及同比增速
　　图表 2019-2024年服装及衣着附件出口额及同比增速
　　……
　　图表 2019-2024年纺织服装、鞋、帽制造业投资额及同比增速
　　图表 2019-2024年纺织服装、鞋、帽制造业销售收入及增速
　　图表 2019-2024年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用
　　图表 2019-2024年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用同比增速
　　图表 2019-2024年我国纺织服装、鞋、帽制造业利润总额及同比增速
　　图表 2019-2024年我国纺织服装、鞋、帽制造业亏损情况
　　图表 国内涉及到童装质量安全的标准情况
略……

了解《[2024年版中国童装市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1860986，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/86/TongZhuangDeXianZhuangHeFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！