

## 中国童装行业市场深度调研及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

## 报告简介

近年来，全球童装市场的蓬勃发展似乎免疫于全球经济放缓的影响，当众多奢侈品品牌的多个品类销售不利，童装市场却一直蒸蒸日上。2016-2019年全球童装市场规模持续较快增长。

中国是十三亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一直为中国出口创汇作出了巨大的贡献。纺织服装行业是我国国民经济传统支柱产业、重要的民生产业和国际竞争优势明显的产业，为鼓励支持行业发展，国家出台一系列方针政策，为行业发展创造了良好的环境，有利于行业长远健康发展。

童装行业是我国纺织服装、服饰行业的主要细分领域之一，行业在国民经济中地位突出。随着我国国民生活水平的不断上升，以及社会与家庭对下一代的重视程度不断提高，婴童的消费支出在家庭的消费支出中所占比例逐年上升，中国童装市场正在步入快速发展的阶段，2020年我国童装市场规模达到2105亿元，到2025年市场规模预计能达到4915亿元。持续增加的童装市场规模和快速的市场增长速度为童装企业的发展带来了良好的历史机遇。

随着成人服装市场趋于成熟，以及童装市场相对快速的增长，众多国内外成人服装品牌企业纷纷进入我国童装市场，行业竞争愈加激烈。根据进入路径的不同，童装品牌可分为专业童装品牌和成人装延伸品牌。其中专业童装品牌本土企业以巴拉巴拉、小猪班纳、安奈儿、水孩儿、ABC为代表，国外以Paw in Paw为代表，这类企业进入童装市场较早，对童装行业具有深厚的专业认识与积累，零售终端通常集中于商场或商圈特定区域。成人装延伸品牌本土企业以太平鸟、江南布衣、安踏、特步、361度为代表，国外以Nike Kids、Adidas Kids、ZARA、H&M、GAP、Gucci、E LAND KIDS为代表，此类企业通常与其成人装保持相近的设计风格，利用原有品牌优势和渠道资源推广童装产品，例如在现有的零售终端渠道中增加童装区域或货架，形成综合店模式。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国童装行业市场进行了分析研究。报告在总结中国童装行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国童装行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为童装行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一部分 产业环境透视

## 第一章 中国童装行业发展概述

## 第一节 童装行业发展情况

### 第二节 最近3-5年中国童装行业经济指标分析

#### 一、赢利性

#### 二、成长速度

#### 三、附加值的提升空间

#### 四、进入壁垒/退出机制

#### 五、风险性

#### 六、行业周期

#### 七、竞争激烈程度指标

#### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

### 第三节 关联产业发展分析

## 第二章 中国童装行业的国际比较分析

### 第一节 中国童装行业竞争力指标分析

### 第二节 中国童装行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球童装行业市场需求分析

#### 一、市场规模现状

#### 二、需求结构分析

#### 三、市场前景展望

### 第四节 全球童装行业市场供给分析

#### 一、市场价格走势

#### 二、重点企业分布

## 第三章 中国童装行业整体运行指标分析

### 第一节 中国童装行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

## 二、行业规模分析

### 第二节 中国童装行业产销分析

#### 一、行业情况总体分析

#### 二、行业销售收入总体分析

### 第三节 中国童装行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第四章 童装产业链的分析

### 第一节 行业集中度

### 第二节 主要环节的增值空间

### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素

### 第四节 上下游行业影响及趋势分析

## 第五章 区域市场情况深度研究

### 第一节 长三角区域市场情况分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

### 第四节 童装行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华南大区市场分析

#### 四、华东大区市场分析

#### 五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第二部分 行业发展趋势

第六章 2024-2029年需求预测分析

第一节 童装行业领域2024-2029年需求量预测

第二节 2024-2029年童装行业领域需求功能预测

第三节 2024-2029年童装行业领域需求市场格局预测

第七章 童装市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

#### 第四节 童装行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业利润总额对比分析

##### 五、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第五节 童装行业竞争格局分析

##### 一、童装行业竞争分析

##### 二、国内外童装竞争分析

##### 三、中国童装市场竞争分析

##### 四、中国童装市场集中度分析

#### 第八章 主要企业的排名与产业结构分析

##### 第一节 行业企业排名分析

##### 第二节 产业结构分析

##### 一、市场细分充分程度的分析

##### 二、各细分市场领先企业排名

##### 三、各细分市场占总市场的结构比例

##### 四、领先企业的结构分析(所有制结构)

##### 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

##### 一、产业价值链的构成

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

##### 第四节 产业结构发展预测

##### 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策)

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 三、中国童装行业参与国际竞争的战略市场定位

## 第九章 前十大领先企业分析

### 第一节 起步股份有限公司

#### 一、主营业务及经营状况

#### 二、历年销售规模、利润指标

#### 三、主要市场定位

#### 四、主要优势与主要劣势

#### 五、市场拓展战略与手段分析

### 第二节 深圳市安奈儿股份有限公司

#### 一、主营业务及经营状况

#### 二、历年销售规模、利润指标

#### 三、主要市场定位

#### 四、主要优势与主要劣势

#### 五、市场拓展战略与手段分析

### 第三节 浙江森马服饰股份有限公司

#### 一、主营业务及经营状况

#### 二、历年销售规模、利润指标

#### 三、主要市场定位

#### 四、主要优势与主要劣势

#### 五、市场拓展战略与手段分析

### 第四节 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

#### 一、主营业务及经营状况

#### 二、历年销售规模、利润指标

#### 三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第五节 北京嘉曼服饰股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第六节 北京童创童欣网络科技股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第七节 贵人鸟股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第八节 安踏体育用品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 贝贝依依文化科技股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 金发拉比婴童用品股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、童装行业需求市场

二、童装行业客户结构

三、童装行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、童装行业的需求预测

二、童装行业的供应预测

三、供求平衡分析



#### 四、供求平衡预测

##### 第四节 市场价格走势分析

#### 第十一章 影响企业经营的关键趋势

##### 第一节 市场整合成长趋势

##### 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

##### 第三节 企业区域市场拓展的趋势

##### 第四节 科研开发趋势及替代技术进展

##### 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

##### 第六节 中国童装行业swot分析

#### 第十二章 2024-2029年童装行业投资价值评估分析

##### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

##### 第二节 产业发展的空白点分析

##### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

##### 第四节 新进入者应注意的障碍因素

##### 第五节 营销分析与营销模式推荐

##### 一、渠道构成

##### 二、销售贡献比率

##### 三、覆盖率

##### 四、销售渠道效果

##### 五、价值流程结构

#### 附录

##### 中国服装行业“十三五”发展纲要

##### 纺织工业发展规划(2019-2023年)

#### 图表目录

图表：2019-2023年全球童装行业市场规模

图表：2019-2023年童装行业重点企业分布

图表：2019-2023年中国童装行业企业数量结构

图表：2019-2023年中国童装行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年童装行业盈利能力

图表：2019-2023年童装行业偿债能力

图表：2019-2023年童装行业营运能力

图表：2019-2023年童装行业发展能力

图表：华北地区划分位置图

图表：华中地区划分位置图

图表：华南地区划分位置图

图表：华东地区划分位置图

图表：东北地区划分位置图

图表：西南地区划分位置图

图表：西北地区划分位置图

图表：2024-2029年中国童装需求量预测

图表：童装行业产业政策

图表：2019-2023年我国童装行业资产规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国童装行业从业人员规模(单位：万人)

图表：2019-2023年我国童装市场销量规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国童装市场净利润规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国童装品牌市场占比情况(单位：%)

图表：我国童装企业所有制结构分析(单位：%)

图表：起步股份2019-2023年经营数据

图表：起步股份产品品类、类型及款数情况

图表：起步股份部分产品示意图

图表：安奈儿2019-2023年终端零售门店数量

图表：森马服饰2019-2023年终端零售门店数量

图表：太平鸟公司旗下minipeace童装品牌

图表：太平鸟公司旗下贝甜童装品牌

图表：太平鸟各服装品牌主打定位

图表：太平鸟销售渠道

图表：嘉曼服饰2019-2023年上半年财务状况表

图表：2019-2023年安踏体育经营状况指标

图表：2019-2023年上半年贝贝依依主要经营指标(单位：元)

图表：金发拉比公司主营产品图

图表：2019-2023年我国童装产量(单位：亿件)

图表：童装各价位产品销售额占比(%)

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210331/205555.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)