

2024-2029年中国童装行业市场发展分析及前景趋势预测与发展战略研究报告

报告简介

中国儿童鞋服行业整体向好，未来五年增速预估达到约12.4%。行业发展尚处在成长期，规模增长加速，且增速高于服装行业平均水平，这主要有三方面的原因：第一，受二胎政策影响，消费群体人口基数增加；第二，消费者面临消费升级，品牌渗透加大；第三，消费者人均儿童鞋服消费支出增加，购买数量更多，购买单价提升。

对标国外成熟市场，中国儿童鞋服市场仍处于成长期，将保持高增长，同时面临关键调整：增强品牌和商品竞争力、提升渠道分销效率将对业务规模和利润发挥至关重要的作用。

对比国内大鞋服行业其他细分市场，儿童鞋服市场成熟度仍然较低：品牌集中度不高，领先品牌平均规模较小，仍处于多品类拓展、渠道品牌趋势、年龄段主导、风格细分的阶段。

目前我国童装业拥有千亿元的市场规模，拥有织里、泉州、佛山、石狮等一批产业集群，拥有一批较为成熟的市场品牌，一批极具发展潜力的童装企业。而高速增长童装市场引来了众多竞争者，国内外的各大奢侈品牌、运动品牌、快时尚服装品牌、网络服装品牌都争先分食童装这一块蛋糕。

在国内二胎政策实施背景下，国内二胎生育率出现明显上升态势，且80后、90后父母优生优育观念更强，叠加全国居民人均收入水平的不断上升，中国儿童人均童装消费水平持续提升；2019我国儿童人均童装消费达到了1018元，2014-

2019年CAGR达12.6%，增长速度较快。可见中国童装市场规模增长的主要驱动力来自于儿童人均童装消费支出的增加。2019年中国童装市场规模达2391.5亿元，2014-2019年

CAGR达13.5%。在优生优育理念的不断普及和强化的背景下，中国儿童人均童装消费支出将会持续上升，为童装行业市场规模继续扩大提供支撑。预计未来几年中国童装市场规模将以12.1%的CAGR快速增长，并且在2024年市场规模有望突破4000亿元。

究其背后原因，一是消费者需求趋向品牌化，品牌渗透加大，消费者愿为质量好、安全性高的品牌支付溢价；二是消费者消费能力在提升，人均收入水平上升，父母有足够的消费能力选择价格较高的品牌。在购买数量方面，年均复合增长率为1.2%，这一方面缘于儿童鞋服品类特性，即儿童处于成长发育阶段，服装尺寸变化快，儿童鞋服更新频率高；另一方面则由于消费者消费行为的变化，经济条件改善，家庭儿童穿旧衣的习惯减少，儿童鞋服购买数量增加。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国童装行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国童装行业发展状况和特点，以及中国童装行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球童装行业发展态势作了详细分析，并对童装行业进行了趋向研判，是童装生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前童装行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国童装行业发展综述

第一节 童装行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、主要产品大类

第二节 童装行业pest模型

一、行业政治法律环境分析(p)

二、行业经济环境分析(e)

1、国内经济增长

2、居民收入水平

三、行业消费环境分析(s)

1、居民消费倾向

2、居民消费信心

3、居民消费结构

四、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

第三节 童装行业波特五力模型

一、上游议价能力

二、下游议价能力

三、新进入者壁垒

四、替代威胁

五、行业内竞争

第二章 童装行业产业链直观

第一节 童装行业产业链分析

第二节 童装行业上游产业供应链解析

一、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

二、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

三、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

第三节 童装行业下游产业流通链解析

一、传统零售业发展现状

二、网络服饰销售发展现状

第三章 中国童装行业运行现状分析

第一节 中国童装行业发展状况分析

一、中国童装行业发展阶段

二、中国童装行业发展概况

三、中国童装行业发展现状

四、中国童装行业发展特点

五、中国童装行业商业模式

第二节 2019-2023年中国童装市场情况分析

- 一、2019-2023年中国童装市场概况
- 二、2019-2023年中国童装市场规模
- 二、2019-2023年中国童装产品市场发展分析

第三节 中国童装市场价格走势分析

- 一、童装市场定价机制组成
- 二、童装市场价格影响因素
- 三、2019-2023年童装产品价格走势分析
- 四、2024-2029年童装产品价格走势预测

第四章 童装行业经济指标

第一节 中国童装行业经济指标分析

一、童装行业经营效益指标

- 1、综合经营效益指标
- 2、盈利能力分析
- 3、运营能力分析
- 4、偿债能力分析
- 5、发展能力分析

二、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

第二节 中国童装行业供需平衡指标

一、2019-2023年童装行业供给分析

二、2019-2023年童装行业需求分析

三、2019-2023年童装行业产销率分析

第三节 2019-2023年童装行业经营效益指标

一、2019-2023年产业规模分析

二、资本/劳动密集度分析

三、童装行业产销分析

四、童装行业成本分析

五、童装行业盈亏分析

第五章 童装行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 童装行业进出口市场分析

一、童装行业进出口综述

1、中国童装进出口的特点分析

2、中国童装进出口地区分布状况

3、中国童装进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国童装进出口政策与国际化经营

二、童装行业出口市场分析

1、2019-2023年行业出口整体情况

2、2019-2023年行业出口总额分析

3、2019-2023年行业出口产品结构

三、童装行业进口市场分析

1、2019-2023年行业进口整体情况

2、2019-2023年行业进口总额分析

3、2019-2023年行业进口产品结构

第二节 中国童装出口面临的挑战及对策

- 一、中国童装出口面临的挑战
- 二、中国童装行业未来出口展望
- 三、中国童装产品出口对策
- 四、童装行业进出口前景及建议
- 1、行业出口前景及建议
- 2、行业进口前景及建议

第六章 童装行业细分产品市场

第一节 童装产品市场发展

一、产品线延伸

- 1、产品年龄段拓展
- 2、产品性别市场拓展

二、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

第二节 不同年龄段产品市场分析

一、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

二、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

三、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

四、大童(13-14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

第三节 童装产业链延伸

- 一、延伸至鞋类市场
- 二、延伸至文具市场
- 三、延伸至婴幼儿用品市场

第七章 童装行业消费需求调研

第一节 童装需求背景

- 一、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

二、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

第二节 儿童消费决策市场

一、童装消费决策调研

二、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

第三节 童装需求空间分析

一、童装消费规模分析

二、童装需求空间分析

第四节 童装消费需求调研

一、童装消费层次

二、童装消费价格承受能力

三、童装消费质量要求

四、童装消费场所选择

五、童装消费对品牌的选择

第八章 童装销售渠道与发展策略

第一节 童装销售渠道

一、童装销售渠道发展

二、国外童装进入渠道

1、直营

2、品牌托管

三、国内童装销售渠道

1、百货商场

2、专卖店

3、专营店

4、网络销售

四、童装销售渠道发展趋势

第二节 童装营销策略及形式

一、品牌营销策略

二、产品营销策略

三、价格营销策略

四、概念营销策略

五、知识营销策略

六、情感营销策略

第九章 童装行业重点区域市场

第一节 行业总体区域结构特征

一、区域结构总体特征

二、区域集中度

第二节 行业重点区域产销情况

一、华北地区童装产销情况

1、北京市童装产销情况

2、天津市童装产销情况

3、河北省童装产销情况

4、山西省童装产销情况

5、内蒙古童装产销情况

二、华南地区童装产销情况

1、广东省童装产销情况

2、广西壮族自治区童装产销情况

三、华东地区童装产销情况

1、上海市童装产销情况

2、江苏省童装产销情况

3、浙江省童装产销情况

4、山东省童装产销情况

5、福建省童装产销情况

6、安徽省童装产销情况

7、江西省童装产销情况

四、华中地区童装产销情况

1、湖北省童装产销情况

2、湖南省童装产销情况

3、河南省童装产销情况

五、西南地区童装产销情况

1、重庆市童装产销情况

2、四川省童装产销情况

3、贵州省童装产销情况

4、云南省童装产销情况

六、东北地区童装产销情况

1、辽宁省童装产销情况

2、吉林省童装产销情况

3、黑龙江省童装产销情况

七、西北地区童装产销情况

1、山西省童装产销情况

2、甘肃省童装产销情况

3、青海省童装产销情况

4、宁夏童装产销情况

第十章 2024-2029年童装行业领先企业经营形势分析

第一节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第二节 广东小猪班纳服饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第三节 巴布豆(中国)儿童用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第四节 深圳市安奈儿股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第五节 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第六节 太平鸟集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第七节 安踏(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第八节 迪士尼商贸(上海)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 江苏笛莎公主文化创意产业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十节 北京童创童欣网络科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十一章 童装行业发展预测与投资分析

第一节 童装市场趋势与前景

一、童装市场发展趋势

二、童装市场前景预测

第二节 童装行业的投资特性

一、进入壁垒

二、盈利模式

三、盈利因素

第三节 童装行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、童装行业投资现状分析

第四节 2024-2029年童装行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、童装行业投资机遇

第五节 童装行业投资风险

一、需求风险

二、竞争风险

第六节 中国童装行业投资建议

一、童装行业主要投资建议

二、中国童装企业融资分析

第十二章 2024-2029年童装行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年童装行业面临的困境

第二节 童装企业面临的困境及对策

一、重点童装企业面临的困境及对策

1、重点童装企业面临的困境

2、重点童装企业对策探讨

二、中小童装企业发展困境及策略分析

1、中小童装企业面临的困境

2、中小童装企业对策探讨

三、国内童装企业的出路分析

第三节 中国童装行业存在的问题及对策

一、中国童装行业存在的问题

二、童装行业发展的建议对策

第四节 中国童装市场发展面临的挑战与对策

第十三章 童装行业发展战略研究

第一节 童装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国童装品牌的战略思考

一、童装品牌的重要性

二、童装实施品牌战略的意义

三、童装企业品牌的现状分析

四、中国童装企业的品牌战略

五、童装品牌战略管理的策略

第三节 童装经营策略分析

一、童装市场细分策略

二、童装市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、童装新产品差异化战略

第四节 童装行业投资战略研究

一、2024-2029年童装行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 童装行业研究结论及建议

第二节 中道泰和童装行业投资建议

图表目录

图表：童装行业生命周期

图表：童装行业产业链结构

图表：2019-2023年全球童装行业市场规模

图表：2019-2023年中国童装行业市场规模

图表：2019-2023年童装行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国童装市场占全球份额比较

图表：2019-2023年童装行业工业总产值

图表：2019-2023年童装行业销售收入

图表：2019-2023年童装行业利润总额

图表：2019-2023年童装行业资产总计

- 图表：2019-2023年童装行业负债总计
- 图表：2019-2023年童装行业竞争力分析
- 图表：2019-2023年童装市场价格走势
- 图表：2019-2023年童装行业主营业务收入
- 图表：2019-2023年童装行业主营业务成本
- 图表：2019-2023年童装行业销售费用分析
- 图表：2019-2023年童装行业管理费用分析
- 图表：2019-2023年童装行业财务费用分析
- 图表：2019-2023年童装行业销售毛利率分析
- 图表：2019-2023年童装行业销售利润率分析
- 图表：2019-2023年童装行业成本费用利润率分析
- 图表：2019-2023年童装行业总资产利润率分析
- 图表：2019-2023年童装行业产能分析
- 图表：2019-2023年童装行业产量分析
- 图表：2019-2023年童装行业需求分析
- 图表：2019-2023年童装行业进口数据
- 图表：2019-2023年童装行业出口数据
- 图表：2019-2023年童装行业集中度

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/fuzhuang/200902tongzhuang.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)