

# 2021年中国童装行业分析报告- 产业现状与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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/fuzhuang/550416550416.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

童装是以各年龄段孩子为对象的服装的总称，属于服装行业及婴童产业的细分领域，一般泛指从出生到14周岁人群的全部穿着。

根据儿童不同年龄的体貌特点与对服装的设计需求，童装产品可进一步分为0至1岁的婴儿装、1至3岁的幼儿装、4至6岁的小童装、7至9岁的中童装、10至12岁的大童装及13至14岁的少年装。童装按面料的生产类型主要分为机织产品和针织产品，按照使用功能可分为外套、棉衣、上衣、单裤、T恤衫、裙子、内衣、睡衣等品种。

童装分类 数据来源：公开资料整理

我国儿童服饰企业整体起步较晚，自有品牌起点低。国外品牌在市场中，特别是高端市场中占据了主导地位。国产童装品牌虽然在数量上占据绝对的优势，但多数集中在中低档市场，质量较差的问题突出，产品同质化情况十分严重，产品结构不合理，童装尺寸、型号标准也不统一，随意性很大。近年来，国内企业不断向精细化经营转型，国产童装质量整体明显提升，然而国际知名的自主品牌仍较少。

### 1、市场规模呈现出较快的增速趋势，行业景气度高

我国居民生活水平的不断提高及优生优育观念的不断加强推动了育儿消费支出的快速增长。我国生育政策的调整带来了新一轮的新生儿人口红利。2020年上半年全面爆发的“新冠肺炎”疫情导致全国范围内的居民居家隔离、外出活动减少，对童装行业造成了短期的冲击。自2020年下半年以来，国内疫情形势已经得到基本控制。从中长期来看，对行业产生重大不利影响的因素已基本消除。

2016-2021年我国童装市场规模及预测 数据来源：观研天下整理

### 2、产业发展区域化特征明显，传统优势区域初步形成“产业集群”

经过二十几年的发展培育，我国童装产业分布已初步呈现产业集群化发展特征，形成几个大的童装产业集群。

我国较大型童装行业产业集群

序号

产业集群

1

广东佛山

2

浙江织里

3

福建风里

4

山东即墨 数据来源：公开数据整理

产业集群内初步形成较为完整的产业链，各种公共服务设施日趋完善。产业集群化发展可利用空间接近的优势，降低采购原材料所涉及的运输成本支出，并可以通过发达的产业价值链分工，建立稳定的供应链，实行专业化生产以降低产品研发与生产环节的成本。产业集群容易形成稳定充裕的区域性劳动力市场，从而降低企业配置人力资源所花费的成本和费用，以上优势为该地区童装企业在日益激烈的童装市场竞争中奠定成本优势。

### 3、消费升级推动童装消费理念和渠道模式的变革

随着新生代消费者的育儿理念和对消费品质的提升，童装的选购从偏重价格逐渐转变为注重产品的功能性、舒适性、安全性和时尚性。为应对日益激烈的市场竞争，童装企业不断优化品牌矩阵，差异化发展细分产品，培育不同市场定位、各个年龄段的品牌和产品线。

随着电子商务的发展，消费者购物渠道、习惯发生了明显的变化，加之传统线下渠道受疫情影响出现萎缩，童装消费向线上渠道转移趋势明显，童装电商品牌也在不断涌现。近年来，各大线下品牌童装纷纷加码布局电商渠道，通过数字化改造，探索线上线下全渠道融合模式，通过多维度渠道增加品牌与消费者触点。

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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。

行业报告是业内企业、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业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行

业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国童装行业发展概述

#### 第一节 童装行业发展情况概述

- 一、童装行业相关定义
- 二、童装行业基本情况介绍
- 三、童装行业发展特点分析
- 四、童装行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、童装行业需求主体分析

#### 第二节 中国童装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、童装行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国童装行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国童装行业生命周期分析

- 一、童装行业生命周期理论概述
- 二、童装行业所属的生命周期分析

#### 第四节 童装行业经济指标分析

- 一、童装行业的赢利性分析

## 二、童装行业的经济周期分析

## 三、童装行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国童装行业进入壁垒分析

#### 一、童装行业资金壁垒分析

#### 二、童装行业技术壁垒分析

#### 三、童装行业人才壁垒分析

#### 四、童装行业品牌壁垒分析

#### 五、童装行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球童装行业市场发展现状分析

### 第一节 全球童装行业发展历程回顾

### 第二节 全球童装行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲童装行业地区市场分析

#### 一、亚洲童装行业市场现状分析

#### 二、亚洲童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲童装行业市场前景分析

### 第四节 北美童装行业地区市场分析

#### 一、北美童装行业市场现状分析

#### 二、北美童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美童装行业市场前景分析

### 第五节 欧洲童装行业地区市场分析

#### 一、欧洲童装行业市场现状分析

#### 二、欧洲童装行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲童装行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界童装行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球童装行业市场规模预测

## 第三章 中国童装产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品零售总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国童装行业政策环境分析

## 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国童装产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 中国童装行业运行情况

#### 第一节 中国童装行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

###### 1、行业技术发展现状

###### 2、行业技术专利情况

###### 3、技术发展趋势分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国童装行业市场规模分析

#### 第三节 中国童装行业供应情况分析

#### 第四节 中国童装行业需求情况分析

#### 第五节 我国童装行业细分市场分析

##### 1、细分市场一

##### 2、细分市场二

##### 3、其它细分市场

#### 第六节 中国童装行业供需平衡分析

#### 第七节 中国童装行业发展趋势分析

### 第五章 中国童装所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国童装所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国童装所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

### 第三节 中国童装所属行业财务指标分析

#### 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

### 第六章 2017-2021年中国童装市场格局分析

#### 第一节 中国童装行业竞争现状分析

##### 一、中国童装行业竞争情况分析

##### 二、中国童装行业主要品牌分析

#### 第二节 中国童装行业集中度分析

##### 一、中国童装行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国童装行业市场集中度分析

#### 第三节 中国童装行业存在的问题

#### 第四节 中国童装行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国童装行业钻石模型分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

### 第七章 2017-2021年中国童装行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国童装行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国童装行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 童装行业成本结构分析

#### 第四节 童装行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国童装行业价格现状分析

#### 第六节 中国童装行业平均价格走势预测



- 一、中国童装行业价格影响因素
- 二、中国童装行业平均价格走势预测
- 三、中国童装行业平均价格增速预测
- 第八章 2017-2021年中国童装行业区域市场现状分析
  - 第一节 中国童装行业区域市场规模分布
  - 第二节 中国华东地区童装市场分析
    - 一、华东地区概述
    - 二、华东地区经济环境分析
    - 三、华东地区童装市场规模分析
    - 四、华东地区童装市场规模预测
  - 第三节 华中地区市场分析
    - 一、华中地区概述
    - 二、华中地区经济环境分析
    - 三、华中地区童装市场规模分析
    - 四、华中地区童装市场规模预测
  - 第四节 华南地区市场分析
    - 一、华南地区概述
    - 二、华南地区经济环境分析
    - 三、华南地区童装市场规模分析
    - 四、华南地区童装市场规模预测
- 第九章 2017-2021年中国童装行业竞争情况
  - 第一节 中国童装行业竞争结构分析（波特五力模型）
    - 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 中国童装行业SCP分析
    - 一、理论介绍
    - 二、SCP范式
    - 三、SCP分析框架
  - 第三节 中国童装行业竞争环境分析（PEST）
    - 一、政策环境
    - 二、经济环境
    - 三、社会环境

## 四、技术环境

### 第十章 童装行业企业分析（随数据更新有调整）

#### 第一节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国童装行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国童装行业未来发展前景分析

##### 一、童装行业国内投资环境分析

## 二、中国童装行业市场机会分析

## 三、中国童装行业投资增速预测

### 第二节 中国童装行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国童装行业市场发展预测

#### 一、中国童装行业市场规模预测

#### 二、中国童装行业市场规模增速预测

#### 三、中国童装行业产值规模预测

#### 四、中国童装行业产值增速预测

#### 五、中国童装行业供需情况预测

### 第四节 中国童装行业盈利走势预测

#### 一、中国童装行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国童装行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国童装行业投资风险与营销分析

### 第一节 童装行业投资风险分析

#### 一、童装行业政策风险分析

#### 二、童装行业技术风险分析

#### 三、童装行业竞争风险

#### 四、童装行业其他风险分析

### 第二节 童装行业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国童装行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国童装行业品牌战略分析

#### 一、童装企业品牌的重要性

#### 二、童装企业实施品牌战略的意义

#### 三、童装企业品牌的现状分析

#### 四、童装企业的品牌战略

#### 五、童装品牌战略管理的策略

### 第二节 中国童装行业市场的关键客户战略实施

#### 一、实施关键客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

#### 三、对重点客户的营销策略

#### 四、强化重点客户的管理

#### 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国童装行业战略综合规划分析

- 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

### 第十四章 2021-2026年中国童装行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国童装行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

#### 第二节 中国童装行业营销渠道策略

- 一、童装行业渠道选择策略
- 二、童装行业营销策略

#### 第三节 中国童装行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国童装行业重点投资区域分析
  - 二、中国童装行业重点投资产品分析
- 图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/550416550416.html>