

2021年中国童装行业分析报告- 行业格局现状与发展趋势前瞻

报告大纲

观研报告网

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-行业格局现状与发展趋势前瞻》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/550422550422.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

童装行业是我国服装行业的主要细分领域之一，与整体服装行业的管理体制基本相同。我国童装市场正在处于快速发展的成长期，市场规模增幅明显高于服装行业整体水平。

一、童装行业发展的两大机遇

1、消费者群体基数大并持续扩容

儿童人口是支撑童装市场规模的基础。根据国家统计局数据，2020年11月1日零时，全国0-14岁人口为25338.39万人，占总人口的17.95%，已形成一个庞大的消费群体。同时，自2013年11月我国启动“单独二胎”政策，并于2016年1月实施“全面二孩”政策，随着政策在各地的逐年落实，将有助于保持人口出生率及婴童人口数量的平稳，近年来我国出生率均保持在10‰以上，2019年中国0-3岁婴幼儿规模达4,711万，未来中国新生婴儿规模仍有较大增长潜力。

2015-2020年我国0-14岁青少年人口数量 数据来源：国家统计局

2021年5月31日，中共中央政治局会议指出，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施。“三孩生育”政策将为童装行业市场规模继续扩大提供支撑，势必将带动童装市场快速发展。最后，我国“4+2+1”家庭模式成为主流，童装消费方面，除了儿童、家长外，更多家庭成员如祖父母/外祖父母逐渐参与其中，并成为重要的消费贡献者，家庭其他亲属在婴童消费的参与度亦增速明显。

“4+2+1”家庭模式 数据来源：公开数据整理

2、居民可支配收入的提升、育儿观念变化助力童装消费升级

随着我国经济的发展，居民可支配收入提升，消费能力整体增强。加之85后、90后、95后父母成为童装主流消费群体，普遍受过良好的教育，较上一代人更注重“优生优育”的育儿理念，对童装的安全性和舒适性的偏好超过了对价格的敏感度，因此会选购质量更好的童装服饰，更趋向于为品质更优的产品买单。童装的消费出现了较为明显的升级趋势，人均童装支出的增长较为显著。同时，童装消费升级也有利于我国中高端品牌的进一步发展。

2015-2021年我国童装人均消费、增速及预测 数据来源：观研天下整理

二、四大发展困境

1、生育水平走向低迷，出生人口仍处于下滑态势

根据国家统计局数据显示，新出生人口及出生率自2017年开始连续三年下降。从长期趋势看，由于生育堆积效应逐渐消失、育龄妇女规模持续下滑，伴随着我国教育医疗等直接成本、养老负担、机会成本持续攀升抑制居民生育行为，预计新出生人口在短期内还将下滑，不利于持续支撑童装市场规模常态化的快速增长。

2016-2019中国出生人口及增速 数据来源：国家统计局（zlj）

2、行业起点低，缺乏品牌经营理念

我国儿童服饰企业整体起步较晚，很长一段时间内我国童装行业企业还基本停留在外贸加工、代工生产阶段。由于行业起点低，目前大部分国内企业，特别是区域厂商缺乏品牌意识和品牌文化，在品牌运作水平方面与国际品牌有一定的差距，难以在消费者心中树立良好的品牌形象，制约了我国童装行业整体的进一步发展。

3、研发设计能力薄弱

我国服装行业已进入到商品同质化时代，服装商品本身已经不能够更多地引起消费层面的注意，必须深入探究消费者的消费心理，进行市场的细分与定位，才能找到与众不同的方式来充实品牌的内涵。研发设计和创新能力是我国童装企业普遍存在的软肋，虽然各主要品牌企业不断加强研发投入力度，但多数品牌产品特色不明显，缺乏个性、独创性和相对独立的设计风格，产品同质现象较为突出，与国际水平尚存在差距，国内服装设计师的输送培养机制也有待改进。

4、缺乏专业的童装面料

消费升级和行业竞争同质化的背景下，功能性、个性化与多元化成为品牌商竞相发展的重点，服装企业对上游原材料提出了更高的要求，不断探索更为直接的面料纤维企划。童装面料设计要求舒适、柔软、轻盈、色牢度高，近来童装朝休闲、运动方向发展，更需吸湿、透气、刺激性小的柔软的面料，我国目前尚没有专门的童装面料研发中心及高水平、上规模的童装面料生产能力。同时，童装生产对面料要求批量小、花色多，很难向专门的面料生产厂家下大订单，现阶段我国童装面辅料的采购仍然集中于轻纺城、面料批发市场，导致了市场童装面料的雷同和产品质量难以控制。面料成为目前制约我国童装业发展的一个重要方面。

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-行业格局现状与发展趋势前瞻》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 中国童装行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 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、实施重点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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/550422550422.html>