

2021年中国童装行业分析报告- 行业供需现状与发展趋势分析

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-行业供需现状与发展趋势分析》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/550424550424.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

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。童装市场的快速增长吸引了越来越多的服装企业参与其中。此外，随着电子商务的快速发展，一些电商童装品牌也取得了较快的增长，成为童装市场新的竞争主体。对此，我国童装行业的发展趋势有以下几个重点：

1、童装产品需求走向多元化，文化及社交属性将进一步提升

近年来，童装市场出现品牌同质化竞争、品牌溢价能力差的局面。随着消费升级，传统产品价值空间越来越小，童装产品设计诉求走向更加多元，众多企业开始重视产品设计功能细分化、时尚个性、营销差异化的经营策略，以实现品牌突破。在此趋势下，童装产品的设计将变得更加时尚、功用性愈发突出。

随着中国经济的崛起，国人对传统文化的认同感不断加深，本土文化的觉醒推动了童装品牌设计开始融入国内新潮流文化元素。此外，年轻的消费者为爱好买单的消费意愿加强，越来越多的童装企业开始与儿童喜爱的IP进行跨界合作，通过推出联名款服装，或在线上线下推广中与知名IP绑定宣传，借助火爆的IP效应引动粉丝，达到流量与价值的双重变现，打造“IP+童装”的新发展模式。近年来，成人时尚元素的大童装、带有嘻哈风格的潮酷类、国风类、韩流类童装以及IP类时尚童装均得到了良好的市场反应，推动着众多品牌商日益开始重视品牌的文化基因和社交属性的建立。

2、高颜值、高性价比品牌将加速崛起

新一代主力消费人群85后、90后、95后在学习成长的过程中，社会已开始强调素质教育，艺术修养的重要性，其整体审美水平有着明显的提升。现阶段纵观整个消费市场，消费者已将产品的“颜值”作为重要的购买决策影响因素之一，对商品外观的设计愈发重视，设计平庸、中规中矩的品牌在消费升级的浪潮下，难以在消费市场大放异彩。“颜值经济”对市场形成的冲击力量促使商家将生活美学概念用于设计、生产商品里，包括服装等越来越多的消费品趋向“颜值经济”标准。目前高颜值产品产生的显著品牌“溢价效应”是商品外观设计带来附加值的直接体现。

3、渠道变革升级持续推进

线上线下一体化加速推进现金流、物流、客流是服装纺织行业传统现货交易的三大实体流量，随着信息化应用程度的不断加深，三大实体流量逐渐向线上线下融合发展，现金流程逐渐向线上、移动支付转移，物流逐渐实现智慧化管理，线下客流量向线上流量转化。

电子商务规避了房租、人力等成本上涨带来的挑战，电子商务的崛起不断冲击传统线下零售业。但是，由于童装消费群体的特殊性，消费者对中高端童装的选购较为关注产品的舒适性与安全性，尤其对舒适度的感知，童装消费更需要通过实体门店进行体验与选购。因此，传统实体店作为童装产品的选购场所，仍具有一定的不可替代性。近年来，部分知名母婴垂直电商品牌开始大举拓展线下业务。未来，线上线下一体化营销将成为品牌商发展的趋

势：企业通过搭建信息化管理平台整合线上线下流量资源，促进各渠道之间相互的积极配合和协作，将促使企业获得更大的竞争力。

4，行业市场集中度将稳步提升

童装行业相较成人装，更易实现集中度提升。从需求端来看，父母作为童装选购的决策主体，对舒适性和安全性高于时尚性，因此有利于产品趋近于标准化发展，生产企业更易实现规模效应，行业集中度因而实现提升。

年轻一代的消费者具有新的消费观，对品牌化、品质化的产品有更强的消费意愿，因此品牌童装将更能获取市场份额，扩大集中度，而优质渠道稀缺和行业安全技术门槛的不断提高将导致中小品牌竞争力减弱，逐渐被市场淘汰，全渠道流量将越来越向头部品牌集中。根据预测，我国儿童鞋服行业的品牌市场零售份额将由2017年的35.0%增至2022年的43.8%，年均复合增速将达到17.5%，而无品牌市场零售份额将由2017年的65.0%下降至2022年的56.2%。

2017-2022年我国儿童鞋服行业市场零售份额情况及预测 数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国童装行业分析报告-行业供需现状与发展趋势分析》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、童装行业竞争风险分析

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

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/550424550424.html>