

# 2021年中国童装行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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-行业运营态势与发展前景预测》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/530872530872.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

根据国家统计局数据显示，2019年人均衣着消费为1338元，与上一年相比较增长了3.8%，占人均消费支出的7.1%，预计在2020年全国衣着消费人均将突破1600元。

2015-2019年全国居民人均衣着消费支出增长（元）及比重统计情况 资料来源：国家统计局  
影响童装行业市场规模的主要因素有：

### 1、人口结构的变化

人口结构的改变是人口因素变化的重要组成部分，人口结构决定着产业结构的调整。

我国是一个人口大国，同时因为中国的传统文化思想，对于家庭子女的重视程度远远高于西方国家。联合国的《儿童国际公约》和我国的《未成年人保护法》中，均明确指出儿童的年龄范围为0-18周岁，在医学界则将儿童的年龄界定为0-14周岁，而14周岁到18周岁期间则一般统称为青少年儿童。根据我国统计局资料显示，2019年我国0-14岁人口总共有2.35亿人，占总人口比重的16.78%，比重基本保持不变。

2015-2019年全国0-14岁人口总数（万人）及比重统计情况 资料来源：国家统计局

占我国服装市场百分之十之产量的童装，产量每年可以达到四十六亿件之多，而全国每年因为童装创造的价值约五百亿元之多，是全国服装消费的百分之十，达到了全球儿童类服装消费的百分十八，甚至更多。而在往后的时间中，我国新生儿的数量会越来越多，我国的消费水平会持续走高，这些都会成为童装市场发展的推动因。市场需求的可预见性，发展空间的巨大性，可以看出未来的数年之中，我国的童装产业会成为我国服装产业中的新的经济增长点，这种发展不仅是数量和规模上的，更是质量的不断升级。

### 2、家庭构成形式改变

中国的童装市场份额的增加除了儿童人数的增加外，还有另一个非常重要的因素，家庭构成形式的改变。我国在七十年代后期和八十年代前期实行的计划生育政策，为了达到控制人口数量增加的目的，规定一个家庭只能生育一个孩子。由于这个政策的有力实施，我国人口的出生率下降，改变了过去一个家庭多子女的现象，家庭的规模在减小。

2015-2019年全国人口生育率（%） 资料来源：国家统计局

出现了现在经常提到的独生子女家庭。独生子女家庭的独特现象为，家庭中孩子的父母、祖父母、外祖父母总过六个人的爱全部集中在一个孩子身上，这种爱除了体现在精神上之外，更多的表现在物质上的满足。这种特殊的情况我们通常称为“6+1”的家庭模式。

### 3、“6+1”家庭的购买行为

家庭中六个长辈满足一个孩子的购买需求是这种家庭模式的普遍表现，在中国的家庭购物消费额的组成中一半都是用于子女支出。形成这种现象的原因是多方面的。其中包括家庭规模的缩小，生育控制政策的实施，还有中国传统文化中“望子成龙、望女成凤”的心愿，而在我国大多数大中城市的独生子女家庭中，都会存在着过度消费与过度培养的问题。过度消费会造成孩子消费心理的不健全发展。而过度培养会导致儿童不能健康的成长，同时阻碍了从小独立反映自身的优点与特长，造成大多数孩子发展的雷同性。这些原因都在影响着家庭的购买消费行为，表现也呈现多样性。

家庭消费模式以儿童为中心，在我国占大多数的中等收入家庭，已经形成长辈省吃俭用，孩子过度消费的状况。随着八零后父母的增多，“6+1”的家庭模式的形成，一个孩子六位长辈，夫妻双方的父母更是为了这个家中的小皇帝或小公主倾其所有，宠爱有加，满足其在物质上的更多要求。这就是各种儿童食品、玩具、教辅书籍不断畅销的原因。也是我们童装市场不断扩大的消费群体。儿童对家庭日常购买决策有重大影响，甚至可以直接决策。在现今的许多家庭中，独生子女的要求往往会改变家庭已经计划的指出项目。例如某家长带着孩子去商场买一件冬季的棉服，来到商场之后孩子却看上了一套伍佰元的电动玩具，这时候家长不愿购买，觉得价钱过于高，但是孩子撒娇、耍赖，软磨硬泡，最后家长的溺爱之心给孩子购买了电动玩具。但是就要放弃购买棉衣的计划，伍佰元对于普通家庭是一个不小的数目，这种类似的情况在很多独生子女家庭会经常出现。孩子的购物年龄逐渐提前，很多很小的孩子可以根据自己的喜好选择喜爱的玩具、服装、零食等。甚至可以用逢年过节的压岁钱独立购买。（CJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国童装行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020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
- 五、产业链附加值分析

#### 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、趋势因素分析

#### 二、循环因素分析

#### 三、随机因素分析

### 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 2017-2020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、全社会消费品童装总额

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、我国童装行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国童装行业细分市场分析（2016-2020年）

1、儿童上装市场

2、儿童下装市场

3、儿童套装市场

4、儿童袜子市场

## 5、其他儿童用品市场

### 第七节 中国童装行业供需平衡分析

### 第八节 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 2017-2020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分析

#### 二、中国童装行业企业集中度分析

### 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 中国童装行业竞争力分析

#### 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国童装行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第四节 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 中国森马集团（巴拉巴拉）

#### 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 南极人(上海)股份有限公司（南极人）

###### 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

##### 第三节 杭州日冠服饰有限公司（dave & bella）

###### 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

##### 第四节 广州市辰辰妈电子商务有限公司（辰辰妈）

###### 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

##### 第五节 宁波马骑顿儿童用品有限公司（mqd）

###### 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

#### 第六节 日本迅销公司（uniqlo/优衣库）

- 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

#### 第七节 阿迪达斯AG成员公司（adidas/阿迪达斯）

- 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

#### 第八节 波司登国际控股有限公司（bosideng/波司登）

- 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

##### 第九节 韩国衣恋集团（paw in paw）

###### 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

##### 第十节 安踏（中国）有限公司（anta/安踏）

###### 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

###### 第一节 中国童装行业市场规模预测

###### 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

###### 第二节 中国童装行业产值预测

###### 一、中国童装行业产值规模预测

###### 二、中国童装行业产值增速预测

###### 第三节 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年中国童装行业投融资分析

### 第一节 童装行业国内投融资环境分析（冷热因素法）

#### 第二节 中国童装行业投融资现状分析

#### 第三节 中国童装行业投融资增速预测

#### 第四节 童装行业投融资风险分析

##### 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、童装企业品牌的现状分析

#### 三、童装企业的品牌战略

### 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、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、技术开发战略

#### 二、业务组合战略

#### 三、产业战略规划

#### 四、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 中国童装行业定价策略分析

### 第三节 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

第四节 中国童装行业电商运营策略

第五节 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

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/530872530872.html>