

2021年中国校服行业分析报告- 产业发展现状与发展规划研究

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年中国校服行业分析报告-产业发展现状与发展规划研究》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/fushi/55322353223.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

一、需求分析

（1）我国校服行业总体需求情况

校服是学校为了规范管理，统一的着装。因此，校服的需求量与在校学生人数呈现正相关。近年来，我国在校学生人数呈增长态势，校服市场需求持续增多。数据显示，2019年，我国幼儿园在园幼儿数为4714万人，较上年同比增长1.2%；2020年，我国幼儿园在园幼儿数为4818万人，较上年同比增长2.2%。

2015-2020年我国幼儿园在园幼儿数及增速 数据来源：公开资料整理

2019年，我国小学在校生数为10561万人，较上年同比增长2.1%；2020年，我国小学在校生数为10725万人，较上年同比增长1.6%。

2015-2020年我国小学在校生数及增速 数据来源：公开资料整理

2019年，我国初中在校生数为4827万人，较上年同比增长3.7%；2020年，我国初中在校生数为4914万人，较上年同比增长1.8%。

2015-2020年我国初中在校生数及增速数据来源：公开资料整理

2019年，我国高中在校生数为3995万人，较上年同比增长1.5%；2020年，我国高中在校生数为4218万人，较上年同比增长5.6%。

2015-2020年我国高中在校生数及增速 数据来源：公开资料整理

随着市场需求增多，我国校服行业快速发展，行业市场规模不断增长。数据显示，我国校服行业市场规模由2017年的1120亿元增长至2019年的1180亿元，预计2021年我国校服行业市场规模将达1240亿元。

2017-2021年我国校服行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

（2）我国校服行业具体需求情况

从消费者角度出发，随着经济发展，我国居民人均衣服消费支出增多，消费理念逐渐发生改变，对校服品质也提出更高的要求。但目前国内对于校服行业的价格限制还停留在比较低的水平，当前限价不能满足人们对高品质校服需求，给校服限价“松绑”的呼声也越来越高。

2015-2020年我国居民人均衣着消费支出及增速 数据来源：公开资料整理

2009-2018年部分地区校服限价政策

颁布年份

省份

款式

最高限价

2009年

辽宁

小学何时能每二年两套（夏装、运动装各一套）

120元/两套

初中生每三年两套（夏装、运动装各一套）

150元/两套

2011年

江西

小学夏季套装

60元/套

小学冬季套装

80元/套

初中夏季套装

70元/套

初中冬季套装

90元/套

2016年

内蒙古

小学夏季套装

100元/套

小学春秋季套装

125元/套

小学冬季套装

140元/套

中学夏季套装

110元/套

中学春秋套装

140元/套

中学澳冬季套装

180元/套

2018年

吉林

高中夏季套装

80元/套

高中冬季套装

95元d/套

初中每三年不超过两套

80元/套

小学每三年不超过两套

65元/套数据来源：公开资料整理

二、供给分析

（1）我国校服行业总体供给情况

国内校服市场分化、竞争者众多，质量参差不齐，校服生产企业至少有几千家。校服行业内的家庭作坊和体量庞大的代工厂共存，市场集中度非常低，品质问题一直困扰着市场。由于订单的获取基本来源于会议营销，通过与当地教育部门或校长沟通获取订单，公开招投标中对于在当地有纳税记录或注册资金的公司呈现出偏好，直接导致了异地扩张的难度，全国性品牌的建立需要时间与过程，目前国内主流的校服品牌业务基本呈现出强烈的地区性。

国内主要校服品牌基本情况

品牌名称

主打区域

介绍

乔治白

浙江、厦门

依托已有职业装生产经验，2015年进军校服市场，为厦门市部分学校提供校服，未来计划推进福州、上海、北京等地的校服市场

大杨创世

大连

与地方教育部门合作，已设立凯门学生装设计研发中心。

伊顿纪德

长江中下游

江苏苏美达集团旗下品牌，已为全国30省超过3400所名校提供校服，是国际知名校服品牌U.S.POLO、FRENCHTOAST等的指定生产基地。

优卡科技

北京

主打优卡品牌校服业务，已在北京市场奠定领先地位，为北京四中等多所名校提供校服。

哈芙琳

上海

在上海及江浙地区开拓了超300所校园客户，服务学生超30万。杜兰特：主打英伦风，专为6-18岁学生设计正装；半成人：创立于2004年，为中小學生提供运动休闲服饰。

育星服饰

东南沿海

国内最早致力于学生装的集团化企业之一，主要针对深圳、南宁、厦门、青岛等地，校服包括中国风、英伦系列、科技系列。

布森股份

江浙地区

旗下“BusenSchoolClub”品牌为6-18岁学生提供服饰。数据来源：公开资料整理

（2）我国校服行业具体供给情况

孩子的健康是父母最大的心愿，校服作为学生长时间穿着的服饰，家长对其质量及安全性提出较高的要求。但从近两年校服抽查情况来看，我国学生校服质量问题仍有待解决。

2019-2020年我国部分省市校服抽查情况

序号

省市

抽查时间

抽查次数/批次

合格次数/批次

合格率（%）

不合格项目

1

宁夏

2019

-

73

77%

纤维含量、使用说明、耐光色牢度和起球

2

黑龙江

2019

-

46

92%

纤维含量和使用说明

3

福建

2019

-

56

100%

-

4

福建

2020

-

92

92%

纤维含量、接缝强力

5

江苏

2019

-

105

93%

纤维含量、pH值、耐湿摩擦色牢度和耐光色牢度

6

江苏

2019

-

182

93.81%

纤维含量、耐摩擦色牢度、绳带安全、绳带要求、pH值

7

山西

2019

-

75

100%

-

8

浙江

2019

-

94

98.9%

纤维含量和使用说明

9

湖南

2019

-

156

91.8%

纤维含量和pH值

10

辽宁

2019

耐湿、摩擦、色牢度

27

69.23%

pH值、绳带要求、可分解致癌芳香胺染料、纤维含量和耐湿摩擦色牢度

11

河南

2019

55

46

83.64%

纤维含量、pH、耐汗渍色牢度

12

海南

2019

32

31

96.88%

纤维含量

13

四川

2019

62

60

96.77%

纤维含量

14

吉林

2019

16

16

100%

-

15

甘肃

2019

80

74

92.5%

标识、纤维含量

16

浙江

2020

243

233

95.88%

可分解致癌芳香胺染料、pH值、绳带安全、耐湿摩擦色牢度、起球、纤维含量

17

浙江

2020

105

101

96.19%

纤维含量、绳带、纤维成分和含量

18

上海

2020

38

36

94.74%
起球、绳带要求
19
安徽
2020
35
32
91.43%
-
20
上海长宁区
2019
44
44
100%
-
21
上海长宁区
2019
49
49
100%
-
22
霍邱县
2019
4
4
100%
-
23
淄博市
2019
14
14

100%

-

24

常州市

2019

27

27

100%

-

25

聊城市

2019

11

11

100%

-

26

酒泉市

2019

3

3

100%

-

27

成都市

2019

14

14

100%

-

28

自贡市

2019

19

18

94.7%

耐湿摩擦色牢度

29

新乡市

2019

10

8

80%

耐干摩擦色牢度

30

深圳市

2019

80

51

63.75%

绳带、水洗尺寸变化率、水洗后扭曲率、接缝性能、纤维含量、纱线线密度偏差率、产品使用说明(标识)

31

辽源市

2019

6

0%

纤维含量、使用说明

32

滨州市

2020

3

3

100%

-

33

德阳市

2020

13

13

100%

-

34

南宁市

2020

6

6

100%

-

35

金华市

2020

30

23

76.67%

纤维成分和含量、纤维含量、绳带、使用说明（标识）数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国校服行业分析报告-产业发展现状与发展规划研究》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年中国校服行业发展概述

第一节 校服行业发展情况概述

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

第二节 中国校服行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、校服行业产业链条分析
- 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、中国校服行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国校服行业生命周期分析

- 一、校服行业生命周期理论概述
- 二、校服行业所属的生命周期分析

第四节 校服行业经济指标分析

- 一、校服行业的赢利性分析
- 二、校服行业的经济周期分析
- 三、校服行业附加值的提升空间分析

第五节 中国校服行业进入壁垒分析

- 一、校服行业资金壁垒分析
- 二、校服行业技术壁垒分析

- 三、校服行业人才壁垒分析
- 四、校服行业品牌壁垒分析
- 五、校服行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球校服行业市场发展现状分析

第一节 全球校服行业发展历程回顾

第二节 全球校服行业市场区域分布情况

第三节 亚洲校服行业地区市场分析

- 一、亚洲校服行业市场现状分析
- 二、亚洲校服行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲校服行业市场前景分析

第四节 北美校服行业地区市场分析

- 一、北美校服行业市场现状分析
- 二、北美校服行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美校服行业市场前景分析

第五节 欧洲校服行业地区市场分析

- 一、欧洲校服行业市场现状分析
- 二、欧洲校服行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲校服行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界校服行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球校服行业市场规模预测

第三章 中国校服产业发展环境分析

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 中国校服行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国校服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 中国校服行业运行情况

第一节 中国校服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 中国校服行业市场规模分析

第三节 中国校服行业供应情况分析

第四节 中国校服行业需求情况分析

第五节 我国校服行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国校服行业供需平衡分析

第七节 中国校服行业发展趋势分析

第五章 中国校服所属行业运行数据监测

第一节 中国校服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 中国校服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 中国校服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年中国校服市场格局分析

第一节 中国校服行业竞争现状分析

一、中国校服行业竞争情况分析

二、中国校服行业主要品牌分析

第二节 中国校服行业集中度分析

一、中国校服行业市场集中度影响因素分析

二、中国校服行业市场集中度分析

第三节 中国校服行业存在的问题

第四节 中国校服行业解决问题的策略分析

第五节 中国校服行业钻石模型分析

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年中国校服行业需求特点与动态分析

第一节 中国校服行业消费市场动态情况

第二节 中国校服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 校服行业成本结构分析

第四节 校服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 中国校服行业价格现状分析

第六节 中国校服行业平均价格走势预测

- 一、中国校服行业价格影响因素
- 二、中国校服行业平均价格走势预测
- 三、中国校服行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国校服行业区域市场现状分析

第一节 中国校服行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区校服市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区校服市场规模分析
- 四、华东地区校服市场规模预测

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、华中地区校服市场规模分析
- 四、华中地区校服市场规模预测

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、华南地区校服市场规模分析
- 四、华南地区校服市场规模预测

第九章 2017-2021年中国校服行业竞争情况

第一节 中国校服行业竞争结构分析（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 中国校服行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国校服行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 校服行业企业分析（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年中国校服行业发展前景分析与预测

第一节 中国校服行业未来发展前景分析

一、校服行业国内投资环境分析

二、中国校服行业市场机会分析

三、中国校服行业投资增速预测

第二节 中国校服行业未来发展趋势预测

第三节 中国校服行业市场发展预测

一、中国校服行业市场规模预测

二、中国校服行业市场规模增速预测

三、中国校服行业产值规模预测

四、中国校服行业产值增速预测

五、中国校服行业供需情况预测

第四节 中国校服行业盈利走势预测

一、中国校服行业毛利润同比增速预测

二、中国校服行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国校服行业投资风险与营销分析

第一节 校服行业投资风险分析

一、校服行业政策风险分析

二、校服行业技术风险分析

三、校服行业竞争风险分析

四、校服行业其他风险分析

第二节 校服行业应对策略

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年中国校服行业发展战略及规划建议

第一节 中国校服行业品牌战略分析

一、校服企业品牌的重要性

二、校服企业实施品牌战略的意义

三、校服企业品牌的现状分析

四、校服企业的品牌战略

五、校服品牌战略管理的策略

第二节 中国校服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 中国校服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年中国校服行业发展策略及投资建议

第一节 中国校服行业产品策略分析

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 中国校服行业营销渠道策略

一、校服行业渠道选择策略

二、校服行业营销策略

第三节 中国校服行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国校服行业重点投资区域分析

二、中国校服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/fushi/553223553223.html>