

童装

潮流

2019

2019童装秋冬 潮流趋势报告

天猫童装
BABY.TMALL.COM

CBNDATA
第一财经商业数据中心

@ 中国国际儿童时装周
2019 CHINA KIDS FASHION WEEK

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分：童装行业发展背景

第二部分：童装潮流消费趋势

- 2.1 潮流化趋势显著，成人时尚下沉
- 2.2 拒绝千篇一律，个性诉求凸显
- 2.3 场景消费精细化，新需求被催生
- 2.4 品质需求升级，“陪伴消费”兴起

附录：趣味数据



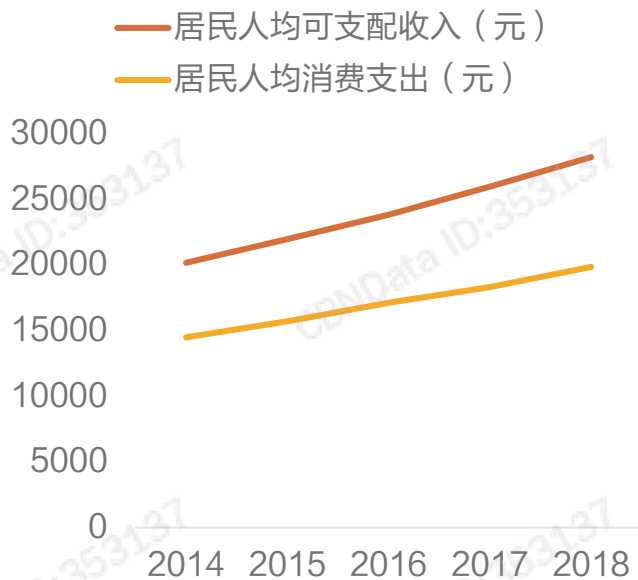
童装行业发展背景

- 少儿经济空间广阔，童装行业稳步增长
- 消费人数增长是线上童装主要增长驱动力，低线城市、沿海及中部地区是主要增长来源
- 90后进入父母角色，个性社交诉求推动行业潮流化发展

国民生活水平稳步提升，“儿童经济”潜力十足

近五年我国居民收入及消费水平逐年增长，养孩支出同样水涨船高，2018年平均一个孩子的全年花费约两万元人民币。“儿童经济”潜力巨大，发展空间广阔。

2014-2018我国居民人均可支配收入与消费支出

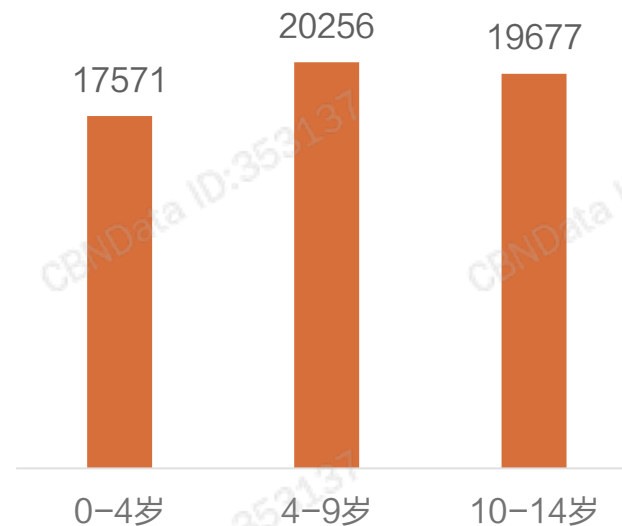


2018年“儿童经济”市场规模

平均一个孩子
全年花费
约为**20,000RMB**

2018年保守估算
儿童消费市场规模约为
4.5万亿RMB

不同年龄孩子一年的消费支出 (元)

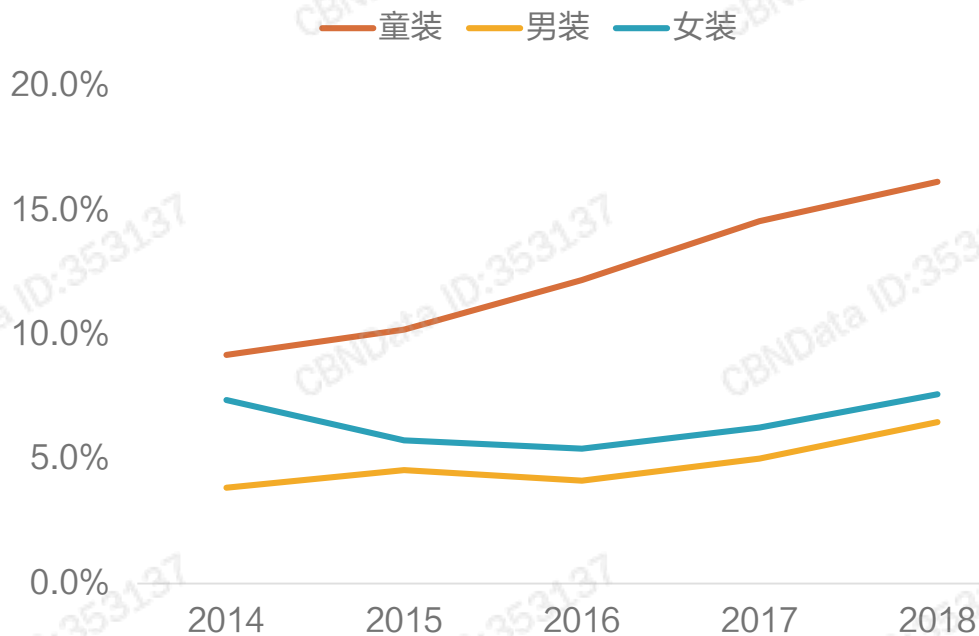


数据来源：国家统计局；腾讯《2018中国少儿家庭洞察白皮书》

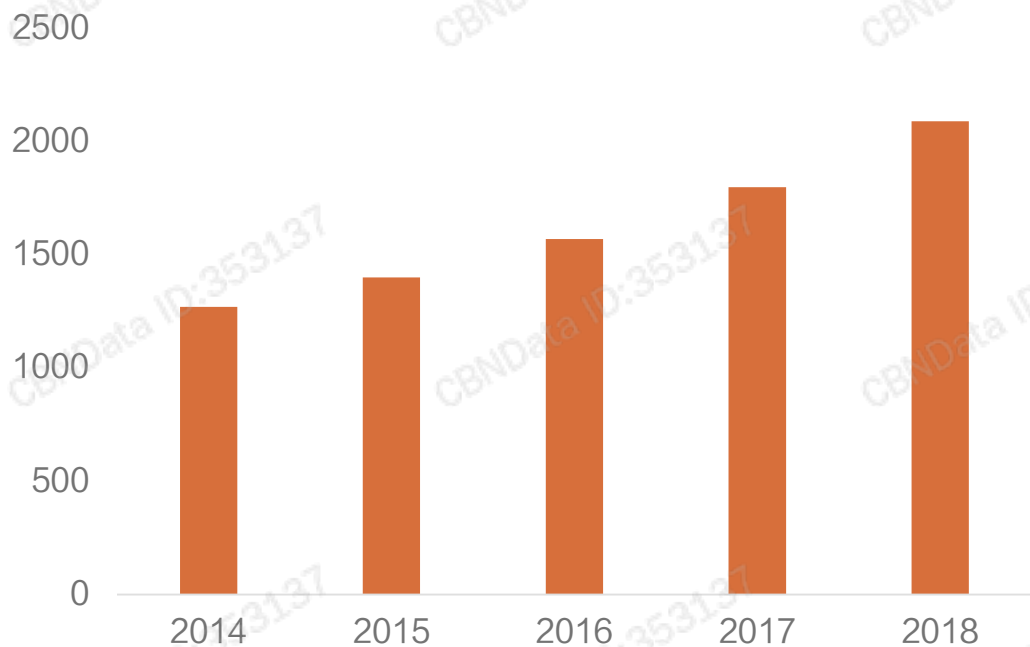
童装增速领跑服装行业，市场成熟发展

作为养孩花费的重要构成，童装行业稳步发展，零售额增速始终高于男女装，且领先幅度不断扩大，是行业重要的增长引擎，2018年我国童装销售规模已超2000亿元。

2014-2018各细分服装行业零售额增速



2014-2018我国童装市场零售额（亿元）

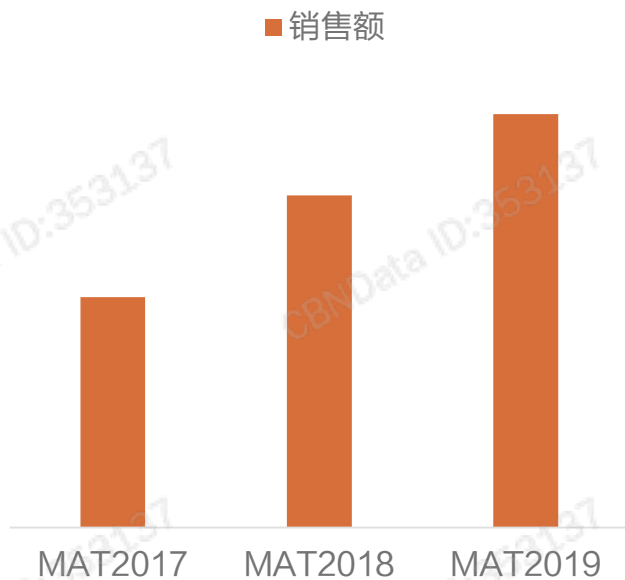


数据来源：Euromonitor

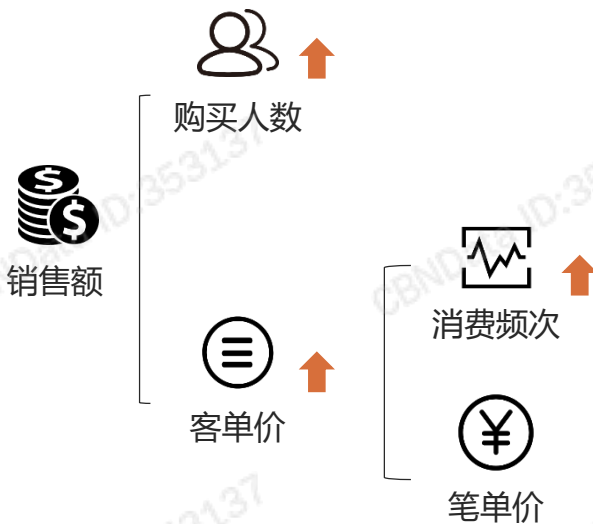
线上童装市场规模持续扩增，消费人数增长是主要驱动力

线上童装销售额持续增长，购买人数及客单价均有所提升，消费频次同样更加频繁，消费需求愈发旺盛；其中，尤以购买人数的增幅最为突出。

MAT2017-2019线上童装
消费规模趋势

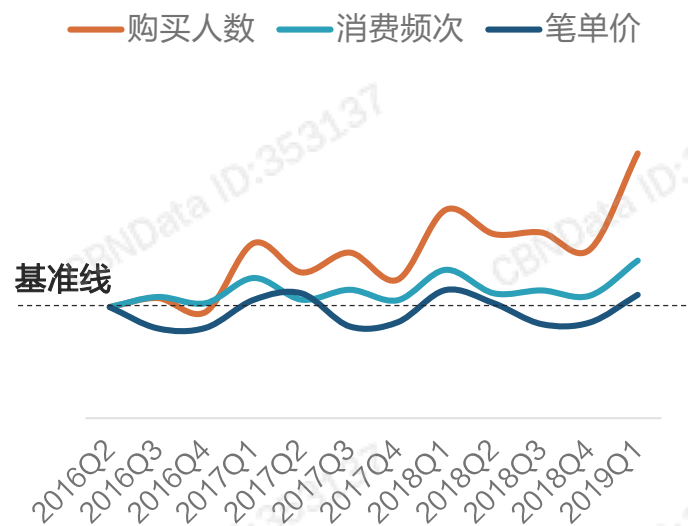


MAT2019线上童装基础指标拆解



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-2019线上童装各项
基础指标趋势
(以2016Q2各指标为基准)

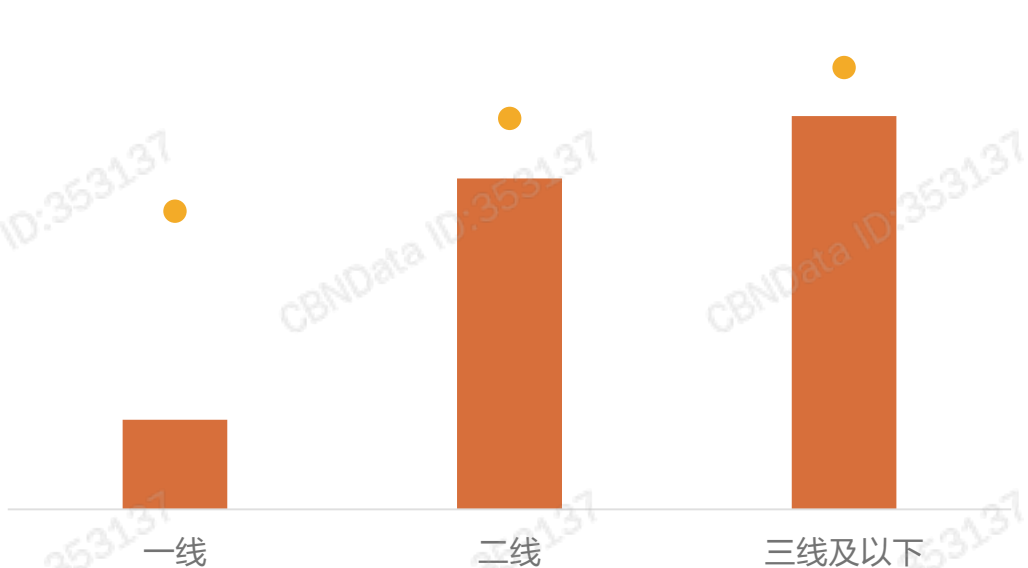


低线城市享人口红利，沿海及中部地区对童装线上消费人数增长贡献最大

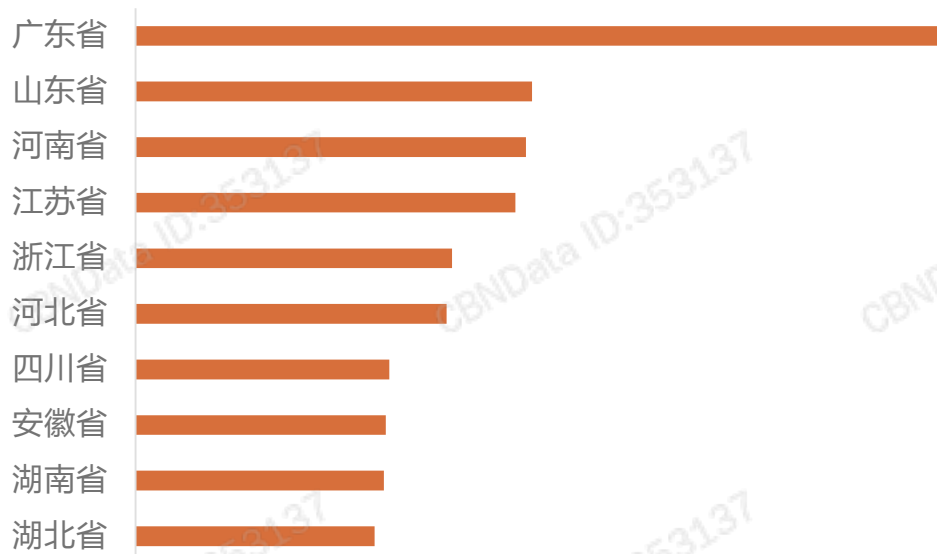
三线及以下城市的消费人数增速超过品类平均，品类消费持续下沉。地域上，广东省的人数增量领跑全国，华东和中部地区跟随其后，是线上童装消费者人数增量的主要贡献省份。

MAT2019线上童装各线级消费人数趋势

■ 人数占比（左轴） ● 人数增速（右轴）



MAT2019线上童装各省份
消费人数增量Top 10

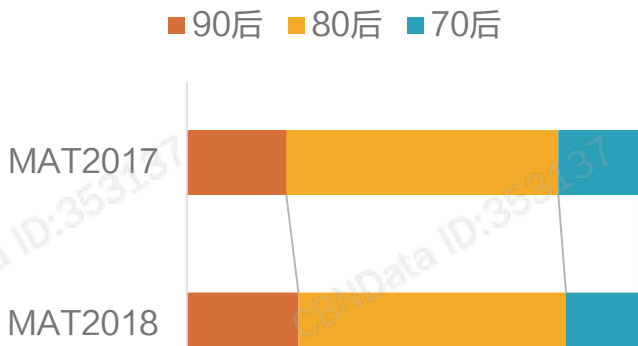


数据来源：CBNData消费大数据

90后进入父母角色，个性及社交诉求推动品类潮流化发展

随着90后成为童装消费未来的主力军，他们的个性态度也在影响童装的潮流化进程。44%的90后愿意为了好看花更多的钱，比例高于整体消费者，因为这不仅培养孩子的审美，更是自己重要的社交名片。

MAT2017-2019线上童装各代际消费人数占比

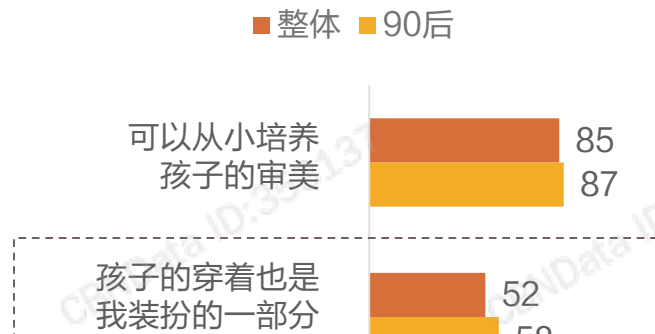


消费者挑选童装的态度(%)

- 童装样式很重要，相同品质下，我愿意为了好看花更多的钱
- 孩子长得很快，买衣服时会更看重品质和性价比，样式没有特别重要



消费者认为童装样式重要的原因(%)



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17046

