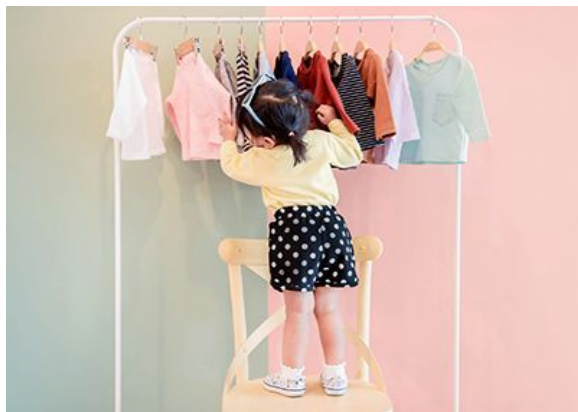


儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“新冠疫情将给2020年第一季度童装市场带来巨大打击,因为对童装零售至关重要的线下渠道受到严重冲击。但是,英敏特对童装市场在2020年下半年恢复有信心,因为儿童成长迅速,童装,尤其是儿童服装和鞋履,更是生活必需品。新冠疫情将加速童装购买的线下和线上融合。”
— 夏月, 研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

新冠疫情对童装市场消费者行为的影响。
新冠疫情影响加快了购买和营销的线上线下融合。
童装业需要更加灵活的商业模式。
孩子的意见在童装零售中越来越重要。
童装品牌在合作的问题上可更进一步。

由于新冠疫情,2020年对童装零售而言将是破坏性的一年。据英敏特新冠疫情月度追踪研究,新冠疫情对中国市场产生了影响。由于疫情,今年2月和3月消费者的消费信心和服装上的开支有所下降。新冠疫情对实体零售商的经济影响也增加了童装品牌的下行压力,因为线下渠道对童装零售而言至关重要。同时,也提示童装品牌线上售卖的潜力和重要性。但是,亲自查看和触摸产品对童装而言仍很重要。因此,品牌应考虑如何在线上更好地展示质量、原材料以及父母们最关心的产品特征。

尽管如此,长远来看,童装市场有望恢复,重拾增长势头,因为超过三分之二的中国城镇父母关心孩子的造型和时尚感。英敏特新冠疫情月度追踪研究(《新冠疫情下的中国消费者》)也显示,有孩子的受访者在服饰和配饰上的开支恢复步伐更快。英敏特相信,削减童装开支只是暂时,因为服装和鞋履是日常必需品,对成长迅速、衣服很快就不能穿的孩子而言,需时常换新。

购买
这篇报告地址:
store.mintel.com电话:
欧洲, 中东, 非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件:
reports@intel.com

想要了解更多内容?

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇,整个系列可以提供你整个市场的历史

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告主要议题

报告定义

综述

市场

数据1: 童装市场零售额预测 (据新冠疫情调整), 中国, 2014-2024年

新冠疫情对童装市场的影响

数据2: 新冠疫情对童装市场短期、中期和长期影响, 2020年4月

公司与品牌

数据3: 童装的市场份额, 2019年

消费者

童装中购买最多的是运动品牌

数据4: 过去12个月购买过的童装产品, 2020年1月

线下渠道不可或缺

数据5: 过去12个月童装购买渠道, 2020年1月

购物渠道也可作为信息和灵感来源

数据6: 童装灵感来源, 2020年1月

孩子的意见比价格更重要

数据7: 童装的购买影响因素, 2020年1月

购买童装时查看和触摸很重要

数据8: 童装的部分购买行为, 2020年1月

将童装和成人服装一起售卖

数据9: 对童装零售的态度, 2020年1月

数据10: H&M童装营销活动

我们的观点

新冠疫情对童装市场的影响

数据11: 新冠疫情对童装市场短期、中期和长期影响, 2020年4月

机遇与挑战

需要明智投资地线上渠道

弹性生产被证明比以往更加重要

大品牌会做得更大

对市场的影响

截至目前我们所见

数据12: 童装市场零售额预测 (据新冠疫情调整), 中国, 2014-2024年

数据13: 童装市场零售额预测, 中国, 2014-2024年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

新冠疫情扰乱了冬季时装购买

打折以吸引消费者

消费者行为的转变

服装配饰的开支减少,但不会持续太久

数据14: 消费者服装配饰花费的变化, 2020年1-5月

童装有望更快复苏

数据15: 消费者服装配饰花费的变化, 2020年2-5月

对质量和原材料标准更高

明智地削减服装花费

数据16: 控制花费的考虑——第一选择, 2020年3月

新冠疫情将如何重塑行业

加速线上线下融合

敏捷的响应和弹性生产是下一步举措

对市场营销组合的影响

加快全渠道营销

挖掘社区潜力以吸引顾客

加速原材料和设计创新

数据17: 安奈儿抗菌抗病毒幼儿服装, 2020年5月

数据18: Petit Pli套装, 2020年5月

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据19: 中国新冠肺炎累计确诊病例, 2020年1-4月

数据20: 复工情况, 中国, 2020年3月和4月

议题与洞察

处理不再需要的童装的办法

现状

启示

围绕孩子所想使用创新产品形式

现状

启示

奢侈童装前路漫漫

现状

启示

市场——您所需要了解的

市场稳步增长

2020年将会逐渐从新冠疫情的负面影响中恢复

缓慢增长的年轻人群和追求时尚将刺激增长

市场规模与预测

引言

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据21: 童装市场零售额预测 (据新冠疫情调整), 中国, 2014-2024年

数据22: 童装市场零售额预测, 中国, 2014-2024年

市场因素

出生率正在下降.....

数据23: 中国的出生率, 2010-2019年

.....但对于童装市场的影响会滞后

数据24: 中国4-12岁的人口, 2010-2019年

新冠疫情对实体零售的负面影响

数据25: 中国的服装零售额, 2018年2月-2020年2月

数据26: 中国服装零售额年同比增长率, 2003-2004年

造型和时尚很重要

重点企业——您需要了解的

运动品牌表现强劲

赋予购买童装特殊的意义

解决对尺码和质量的担心

市场份额

市场高度分散

数据27: 童装市场领先品牌的市场份额, 2019年3月

童装市场中运动品牌的重要性

数据28: 前十品牌市场份额比例 (按品牌类型区分), 2019年3月

快时尚品牌

竞争策略

迷你装或亲子装刺激销售

数据29: H&M的亲子系列, 2019年5月和10月

为不同场合进行定制

数据30: DollyMix自助设计睡衣, 2020年3月

与时尚品牌而不是知名IP合作

数据31: 安踏童装 x Opening Ceremony, 2019年9月

谁在创新?

耐克集团的按月订购鞋履

数据32: 耐克冒险俱乐部, 2019年8月

安踏儿童服装鞋履乐园

数据33: 安踏童装店4.0, 2019年5月

京东的质量保证

数据34: 京东新的质量保证政策和参与的品牌, 2020年3月

消费者——您需要了解的

儿童时尚配饰不如服装和鞋履受欢迎

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

品牌应与高收入消费者的建立长期联系
社交媒体的用户分享
可调节特征可作为高端化和差异化的切入点
折扣和促销需精明
品牌延伸的机会

购买过的儿童产品和品牌

童装产品是日常必需品
数据35: 过去12个月购买过的童装产品, 2020年1月
运动品牌一马当先
专业童装品牌面临严峻挑战
数据36: 过去12个月购买过的童装产品品牌类型, 2020年1月
奢侈童装是相当小众的市场
妈妈们利用不同类型的品牌
小品牌吸引家有女儿和幼儿的父母
数据37: 购买过的小品牌/无品牌时装产品 (按孩子性别区分), 2020年1月

购买渠道

线上渠道与线下渠道同样重要
数据38: 过去12个月童装产品购买渠道, 2020年1月
妈妈们更喜欢基于社群的平台
数据39: 过去12个月部分童装产品购买渠道 (按性别区分), 2020年1月
品牌应加强与高收入者的联系
数据40: 过去12个月童装产品购买渠道 (按收入区分), 2020年1月
购买决策人喜欢综合购物网站和品牌门店
数据41: 过去12个月童装产品购买渠道 (按购买决策人 vs 非购买决策人区分), 2020年1月

何处获取灵感

门店展示是最好的广告
数据42: 儿童时尚的灵感来源, 2020年1月
释放网友分享的力量
数据43: 儿童时尚的灵感来源——网友分享 (按部分人口统计特征区分), 2020年1月
户外广告获取爸爸关注
数据44: 儿童时尚的灵感来源 (按性别区分), 2020年1月
年轻父母相当重视社交媒体
数据45: 童装灵感来源 (按性别区分), 2020年1月

购买影响因素

儿童时尚正在兴起
数据46: 童装的购买影响因素, 2020年1月
对童装而言价格较不重要
孩子在购买决策中有发言权

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据47: 儿童时装的购买影响因素——我孩子的意见 (按城市线级区分), 2020年1月

高科技童装还未做好准备

可调节特征值得探索

数据48: 儿童时装的购买影响因素 (按收入区分), 2020年1月

购买行为

为欢度传统节日购买的新衣服

数据49: 童装的购买场合, 2020年1月

特别服装在童装市场潜力极大

数据50: 童装的购买场合 (按性别、代际和收入区分), 2020年1月

不太可能阅读产品标签上的细节

数据51: 童装的购买行为, 2020年1月

年轻妈妈和高收入者仍寻求销售人员帮助

数据52: 童装的购买行为——咨询导购 (按性别、代际和收入区分), 2020年1月

童装中价廉的替代品更能被接受

数据53: 购买童装的省钱方式, 2020年1月

告知妈妈们和低收入父母即将举行的打折活动

数据54: 购买童装的省钱方式 (按性别区分), 2020年1月

数据55: 购买童装的省钱方式 (按收入区分), 2020年1月

对儿童时尚的态度

与孩子一起购物促进亲子关系

数据56: 对儿童时尚和与孩子一起购物的态度, 2020年1月

将童装和成人服装一起售卖

数据57: 对童装零售的态度, 2020年1月

将儿童产品与童装一起售卖

数据58: 对推出新产品品类的态度, 2020年1月

租赁/包月订购服务的接受度提高

数据59: 对二手童装的态度, 2020年1月

数据60: 尝试童装租赁/包月订购服务的意愿 (按人口统计特征区分), 2020年1月

孩子成长速度快并不会阻碍父母购买高端童装

数据61: 对童装尺寸的态度 (按人口统计特征区分), 2020年1月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群追求更轻松便捷的品牌门店购物体验

数据62: 童装的购买渠道 (按消费者分类区分), 2020年1月

童装品牌需更活跃于线上渠道

数据63: 童装灵感来源 (按消费者分类区分), 2020年1月

英敏特城市精英人群明确知道自己想要什么

数据64: 购买童装的省钱方式 (按消费者分类区分), 2020年1月

英敏特城市精英人群父母和孩子都看重时髦的打扮

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

儿童服装 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据65: 对儿童时尚的态度 (按消费者分类区分), 2020年1月

附录——市场规模与预测

数据66: 童装市场零售额预测, 中国, 2014-2024年

附录——研究方法与缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com