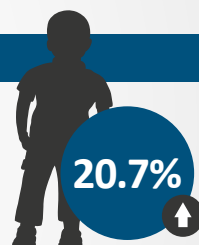


中国的童装和童鞋市场

二胎政策的推出使得2019年成为非同凡响的一年——所有的中国公民都可以生育第二个孩子。为了鼓励公民积极响应该政策的号召，中国政府还推出了一系列的生育奖励和补贴。就这一系列推崇新生儿的政策，这会对中国的童装和童鞋市场产生怎样的影响？让我们看一下中国的童装和童鞋市场。

童装和童鞋市场的增长趋势

尽管童装的市场相对于男装与女装市场份额最低，
但是童装市场的涨势超过了女装和男装
12个月截止至2019年3月，童装市场总额同比增长了20.7%



儿童在买些什么？

与男装和女装相比，在童装市场中鞋类消费占比最大

49.7%的销售份额来自于鞋类
—分别超过女装11.5个点和男装8.2个点



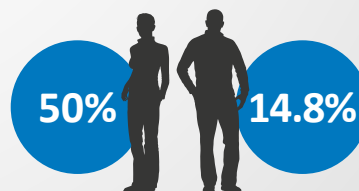
运动鞋类，如跑步鞋和篮球鞋，
占比达到总销售额的16.8%
篮球鞋类的增长率高达27.2%
超过了跑步鞋类



休闲鞋类在儿童市场的鞋类消费中占据主导地位，占比达到总销售额的22.4%
同比增长21.6%

谁在为童装消费买单？

对于14岁以下的儿童，50%的服装和鞋类消费由35岁到44岁的消费者买单。家长和亲戚最有可能为童装买单



45岁到54岁的消费者对童装和童鞋的购买力也很强。
这个年龄段的消费者贡献了14.8%的童装销售额，
占比较去年增长了1个点

NPD 集团中国运动与休闲追踪调研每年提供超过100,000名中国消费者实际购买行为和数据和洞察。我们结合经验证的第三方数据及我们独到的行业见解，为您解答关于中国运动服饰市场的问题。

数据来源：NPD集团中国运动和休闲追踪调研，12个月截至2019年3月和与去年同期对比



了解更多行业洞察，
请联系 suzy.wang@npd.com

