

# 全球儿童内衣裤行业白皮书

2025年9月

版权所有©2025 弗若斯特沙利文。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

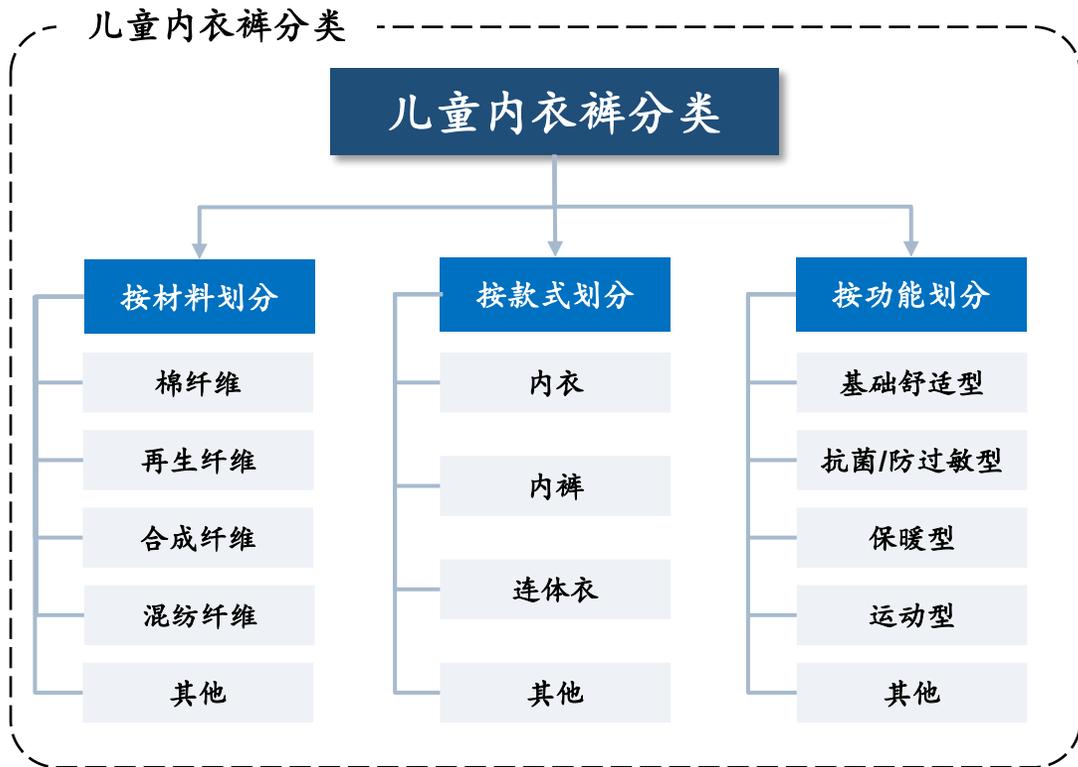
©2025 Frost & Sullivan. All the information contained herein (including without limitation data, words, charts and pictures) is the sole property of Frost & Sullivan, treated as highly confidential document, unless otherwise expressly indicated the sources in the report. Should no one copy, reproduce, diffuse, publish, quote, adapt, compile all or any part of the report without the written consent of Frost & Sullivan. In the event of the violation of the above stipulation, Frost & Sullivan reserve the right of lodging claim against the relevant persons for all the losses and damages incurred.

FROST & SULLIVAN

沙利文

儿童内衣裤是指专为婴幼儿、学龄前及学龄儿童设计的、直接与皮肤接触的贴身服饰，由于儿童内衣裤购买者多为父母或监护人，因此儿童内衣裤的消费决策更侧重安全、舒适和性价比。

- 儿童内衣裤是指专为婴幼儿、学龄前及学龄儿童（通常指 0-14 岁年龄段）设计的、直接与皮肤接触的贴身服饰，主要包括内衣（上身穿着，如背心、内衣衫、保暖内衣）、内裤（下身穿着，如三角裤、平角裤）和连体衣等。与成人内衣裤相比，儿童内衣裤购买者多为父母或监护人，其消费决策更侧重安全、舒适和性价比，因此目前各品牌儿童内衣裤的研发设计更注重面料的质量安全性与穿着舒适度。
- 全球儿童内衣裤行业产业链的主要环节包括上游的面料、金属配件、印染、包装材料及配辅料等原材料，中游为儿童内衣裤研发生产，包括研发设计和生产制造，下游为销售渠道，包括线上渠道和线下渠道。



### 全球儿童内衣裤行业产业链



## 全球儿童内衣裤行业的发展历程体现了从基础需求到高端科技的不断演进，经历了起步阶段、快速发展阶段、创新阶段以及技术革命阶段四个主要阶段。

➤ 全球儿童内衣裤行业的发展历程体现了从基础需求到高端科技的不断演进。起步阶段以满足保暖和舒适为核心，奠定了产业的雏形；快速发展阶段伴随消费升级和产业链完善，市场发展迅速；创新阶段则聚焦功能性、细分化和环保；进入技术革命阶段后，材料科技与智能制造深度融合，行业迈向高性能和可持续发展。尤其是海藻纤维等新型材料的应用，代表了儿童内衣裤产品在健康、安全与环保层面的全面升级，也预示着未来该行业将在科技驱动下迎来更广阔的发展空间。

### 全球儿童内衣裤行业发展历程

#### 起步阶段

在20世纪初的起步阶段，儿童内衣裤的功能较为单一，主要承担保暖和基本遮体的作用。材质以棉质为主，设计极其简洁，款式多为成人内衣的缩小版，缺乏对儿童身体发育特点和心理需求的考虑。市场上品牌意识淡薄，多为无品牌或小型品牌产品，消费者对品牌认知度和忠诚度较低。

#### 快速发展阶段

随着社会消费水平提升，儿童内衣裤行业进入多样化发展阶段。材质不再局限于传统棉质，逐渐出现化纤混纺材料，增强了产品的弹性和耐用性。设计上开始丰富，卡通图案、动物造型等元素被广泛运用，更加贴合儿童的审美需求。

#### 创新阶段

进入21世纪后，儿童内衣裤市场更加注重健康与安全。消费者对儿童成长环境的关注，使得有机棉、抗菌面料、环保材料等逐渐成为主流选择。行业研发导向转向功能性与细分化，产品功能不断创新，出现了抗菌、透气、吸湿排汗等多功能内衣裤，满足不同使用场景的需求。

#### 技术革命阶段

进入技术革命阶段，儿童内衣裤产业由单纯的材料升级向深度科技融合转变，生物基纤维与智能制造成为核心驱动，绿色环保与高性能并行发展。儿童内衣裤行业从以往单纯强调舒适，逐步转向对健康、安全、高性能与环保的综合追求。2025年9月，棉奇熊正式推出儿童海藻内衣裤，融合创新工艺与天然优势，具备抗菌、保湿、阻燃、可降解等特性，成为全球最早推出儿童海藻内衣裤的品牌。

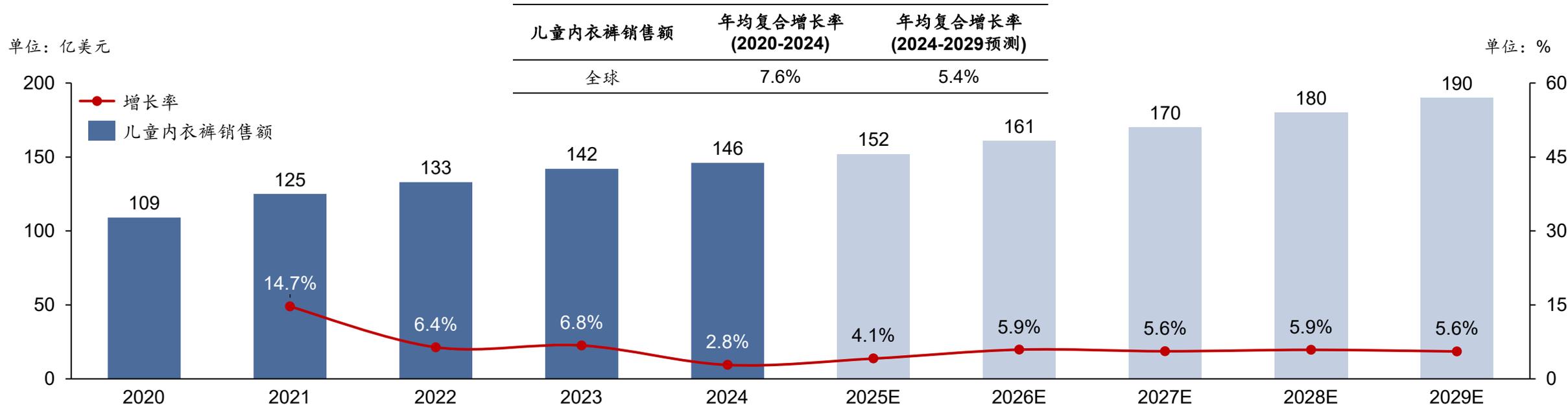
中国、美国、欧盟等全球儿童内衣裤主要消费市场相继出台相关政策法规，为全球儿童内衣裤产业的发展注入强大动力，推动其迈向高速发展阶段。

全球主要国家儿童内衣裤相关政策法规

	政策/法规名称	时间	概要
美国	Consumer Product Safety Improvement Act	持续更新	<ul style="list-style-type: none"> <li>该法案对儿童产品中的铅和特定邻苯二甲酸酯含量设定了严格限制，铅含量，基材≤100ppm，涂层≤90ppm；邻苯二甲酸盐DEHP/DBP/BBP等≤0.1%。</li> </ul>
日本	Consumer Product Safety Act	持续更新	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年和2025年更新修订后，将儿童内衣裤纳入“特定儿童产品”范畴，要求符合技术标准并标注年龄信息和安全注意事项。例如，婴儿内衣需明确适用年龄（如0-24个月），并警告“使用前需洗涤”。</li> </ul>
中国	《纤维制品质量监督管理办法》 (修订草案征求意见稿)	2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>拟将禁止使用再加工纤维生产婴幼儿纺织产品和内衣裤，并将其列为重点监管产品。</li> </ul>
	GB/T 39508-2020 《针织婴幼儿及儿童服装》	2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>推荐性产品标准，明确了包括内衣裤在内的针织童装的纤维成分、尺寸、物理机械安全及化学物质限量等检测方法和要求。</li> </ul>
欧盟	REACH法规	持续更新	<ul style="list-style-type: none"> <li>对儿童纺织品中多种有害化学物质（如偶氮染料、镍释放、镉、多环芳烃PAHs等）有严格限制，并关注SVHC（高度关注物质）。</li> </ul>
	GPSR 《通用产品安全法规》	2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求童装标签必须包含欧盟负责人的名称、地址及联系方式，并通过区块链技术实现“一码溯源”。</li> </ul>

随着家长健康意识提升以及消费能力提高，全球儿童内衣裤市场经历了显著增长，2024年儿童内衣裤市场规模达到146亿美元，预计至2029年将达到190亿美元，期间年复合增长率为5.4%。

### 儿童内衣裤市场规模（全球），2020年至2029年预测



- 全球儿童内衣裤市场近年来呈现出稳健增长的态势，其发展受到家长健康意识提升以及消费能力提高等多重因素的推动。2020年至2024年，全球儿童内衣裤市场规模由109亿美元逐步增长至146亿美元，期间年均复合增长率为7.6%。随着家长对孩子健康、安全与舒适穿着的需求不断增加，儿童内衣裤产品品类不断丰富，儿童内衣裤正成为全球童装市场中不可忽视的重要细分领域。
- 未来，在环保理念和面料创新的驱动下，全球儿童内衣裤市场规模将保持增长态势。预计至2029年，全球儿童内衣裤市场规模将达到190亿美元，2024年至2029年期间的年均复合增长率为5.4%。

消费者追求儿童内衣裤的安全舒适与多场景适配，却深陷面料导致的皮肤刺激与健康隐忧、成长周期下的尺寸不合、功能性不足以及信息透明度低的困境，导致购买决策困难。

### ❗ 痛点1：舒适性与健康保障不足

- ▶ 儿童肌肤娇嫩，对贴身衣物的材质、透气性、吸湿性要求高，而一些传统儿童内衣裤常存在以下问题：
  - ▶ **材质刺激与过敏风险**：化纤或低质棉料容易导致闷热、摩擦、过敏，尤其在敏感体质儿童中更明显。
  - ▶ **抗菌保护缺乏**：儿童活动频繁，传统内衣裤缺乏天然抗菌性能，容易滋生细菌，增加皮肤问题风险。
  - ▶ **透气与吸湿性不足**：多数普通纺织面料透气性有限，汗液积聚后容易引发湿疹、红疹，甚至影响夜间睡眠。

### ❗ 痛点2：尺寸适配度低，成长周期短

- ▶ 儿童身体成长快，传统尺码体系在实际使用中存在明显不足：
  - ▶ **尺寸跨度不合理**：常规的S/M/L分级无法精准匹配不同年龄和体型儿童，常出现过松或过紧的问题。
  - ▶ **成长替换频繁**：儿童半年到一年就需更换内衣裤，导致家长在选择尺码和购买数量上决策困难。
  - ▶ **舒适与贴合度矛盾**：若选择偏大容易走位、卷边，偏小则限制活动自由，影响穿着体验。

### ❗ 痛点3：功能性不足，无法满足多场景需求

- ▶ 现代家庭对儿童内衣裤的功能要求已超越基本穿着，但市场普遍存在以下短板：
  - ▶ **缺乏护肤功能**：大部分内衣裤仅满足遮蔽功能，无法满足保湿、护肤等功能性需求。
  - ▶ **季节与场景适配差**：炎热夏季缺乏轻薄透气性，寒冷冬季保暖不足，运动和睡眠等不同场景难以兼顾。
  - ▶ **缺乏安全属性**：阻燃、防静电、防紫外等附加性能在儿童产品中相对稀缺。

### ❗ 痛点4：信息不透明，购买决策困难

- ▶ 在全球市场，消费者普遍对儿童贴身衣物的专业信息获取不足：
  - ▶ **材质与成分描述模糊**：标签上常见的“棉”“混纺”等描述不够细致，家长难以判断真实品质。
  - ▶ **认证与检测缺失**：缺乏明确的环保、抗菌、护肤等功效检测标准，消费者很难凭借数据做出判断。
  - ▶ **品牌差异化不足**：不同品牌间缺乏统一的标准，导致家长更多依赖价格或口碑而非专业指标。

儿童内衣裤消费正在从“基本遮蔽”迈向“健康守护”，儿童内衣裤的需求不再局限于基础舒适，而是围绕安全材质、成长适配、多功能及多场景适配与信息标准化与透明化展开，驱动行业高端精细化发展。

### 全球儿童内衣裤行业消费者痛点分析

舒适性与健康保障不足



1

安全舒适材质需求

在儿童贴身衣物中，家长愈发重视“**安全与舒适**”的双重保障。消费者期望材质**天然无害**，避免化纤面料引发的闷热、过敏及肌肤损伤，同时希望内衣裤具备良好的**透气性、吸湿性和抗菌**功能，确保孩子在日常、运动和睡眠等多场景下都能保持**清爽舒适**。近年来，兼具护肤与环保属性的**新型天然纤维**逐渐受到更多家庭关注。

尺寸适配度低，成长周期短



2

灵活成长适配需求

儿童生长发育快，传统固定尺码往往存在过松或过紧的问题，导致家长在选择时面临困扰。消费者希望儿童内衣裤能拥有更科学的**尺码分级**或**弹性设计**，适应孩子快速成长过程，减少频繁更换的负担。同时，家长期待品牌提供更直观的**尺码指引与推荐**，降低购买试错成本。

功能性不足，无法满足多场景需求



3

多功能及多场景适配需求

现代家庭对儿童内衣裤的期待，已经超越了“仅仅舒适”的层面。家长希望孩子在不同场景下都能得到相应保护：夏季应具备**清凉透气、抑菌防汗**功能，冬季应保证**保暖亲肤**，运动场景则需要**弹性支撑与透气排汗**，而在日常穿着中，更希望具备**阻燃、防静电**或**紫外线防护**等附加功能。2025年9月，棉奇熊正式推出了儿童海藻内衣裤，以**海藻纤维混纺**技术为核心，具备**抗菌、保湿、环保**和**亲肤**特性，满足了现代家庭的功能期待。

信息不透明，购买决策困难



4

信息标准化与透明化需求

在当前消费环境下，家长普遍对儿童贴身衣物的材质和功能缺乏信任感。许多产品标签仅模糊标注“棉”“混纺”，难以提供详细的**材质来源**和**功能验证**，使得家长在决策时只能依赖价格和口碑，增加了选购不确定性。尤其是涉及抗菌、护肤、环保等敏感功能时，消费者对**专业检测数据、第三方认证与权威标准**的需求愈发迫切。

随着家长对儿童健康成长的重视不断提升，以及对舒适、安全与功能化需求的快速增长，传统儿童内衣裤产品逐渐暴露出一系列痛点，包括材质刺激与健康隐忧、尺寸适配度低、功能性不足以及信息透明度缺失等。

### 家长渴望孩子拥有安全、舒适、功能多样的儿童内衣裤穿着体验

### 家长渴望孩子拥有安全、舒适、功能多样的儿童内衣裤穿着体验

儿童内衣裤企业正通过功能性纤维创新破解健康与舒适难题：棉奇熊依托海藻纤维的天然抑菌、保湿与可降解特性，结合混纺染整工艺，将功能性与亲肤舒适融入贴身衣物设计，实现儿童内衣裤的安全、环保与高品质体验。

### 海藻纤维面料的技术创新

#### 功能纤维材料技术

- 海藻纤维来源于海洋褐藻提取的天然多糖，具有阻燃、抑菌防霉、吸湿保湿等特性，兼具绿色环保和可降解优势。为全球市场对“健康、安全、环保”趋势的需求提供了可靠技术路径。

#### 混纺与染整工艺

- 通过混纺工艺，海藻纤维与棉等材料的性能得到互补，使成衣既保留了亲肤柔软与保湿功效，又提升了耐用性和弹性；染整技术的突破让面料在保持功能基团稳定。

#### 功效机理验证

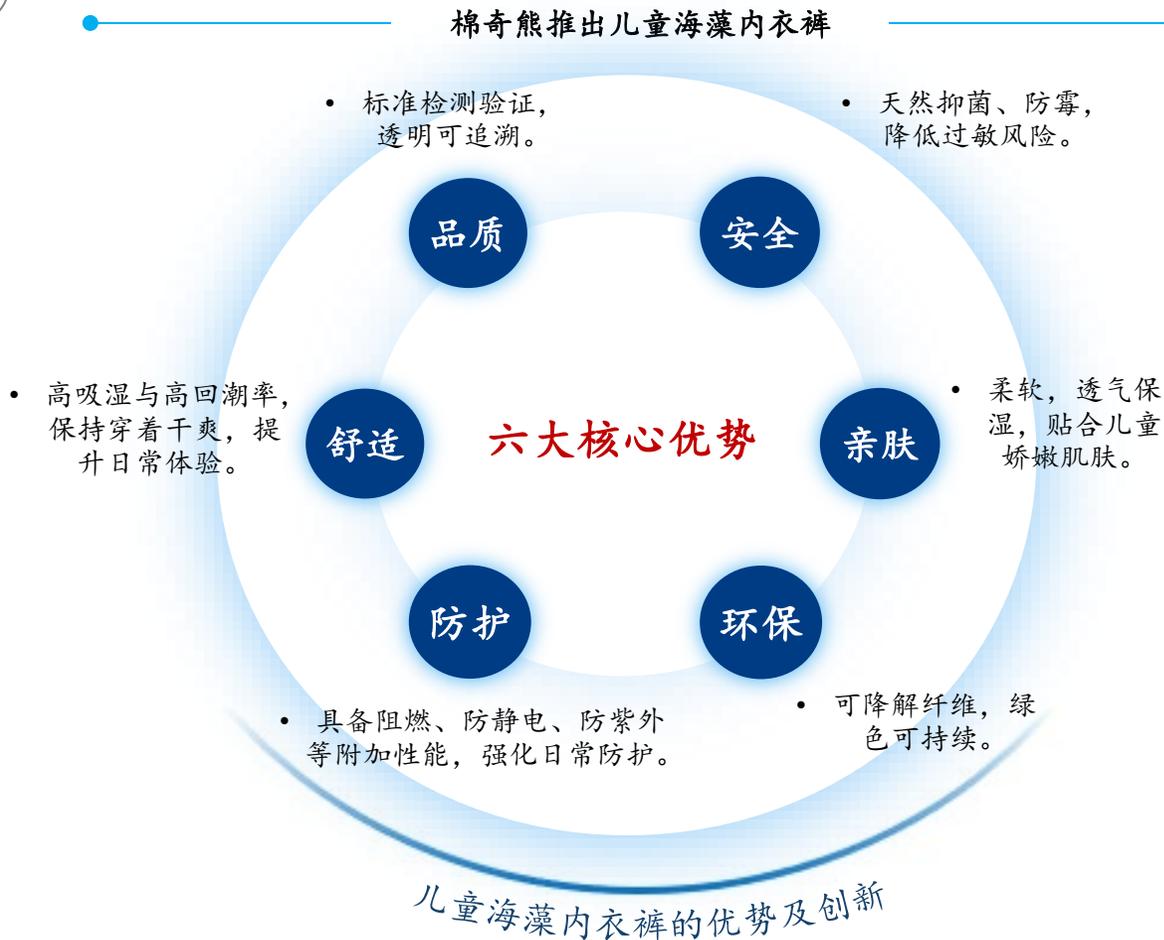
- 围绕海藻纤维的结构与功能，建立了较为系统的验证方法：通过红外光谱、核磁共振确认材料组成，通过吸湿性与液体扩散实验验证“高吸湿与保湿”能力，并结合抑菌、防霉等功效测试建立数据背书。

#### 标准检测与认证体系

- 在标准层面，行业采用国家标准与企业标准结合的方法，对海藻纤维进行定性定量检测，确保含量与性能的一致性，推动行业透明化与标准化。

### 棉奇熊应用海藻纤维混纺技术推出儿童海藻内衣裤

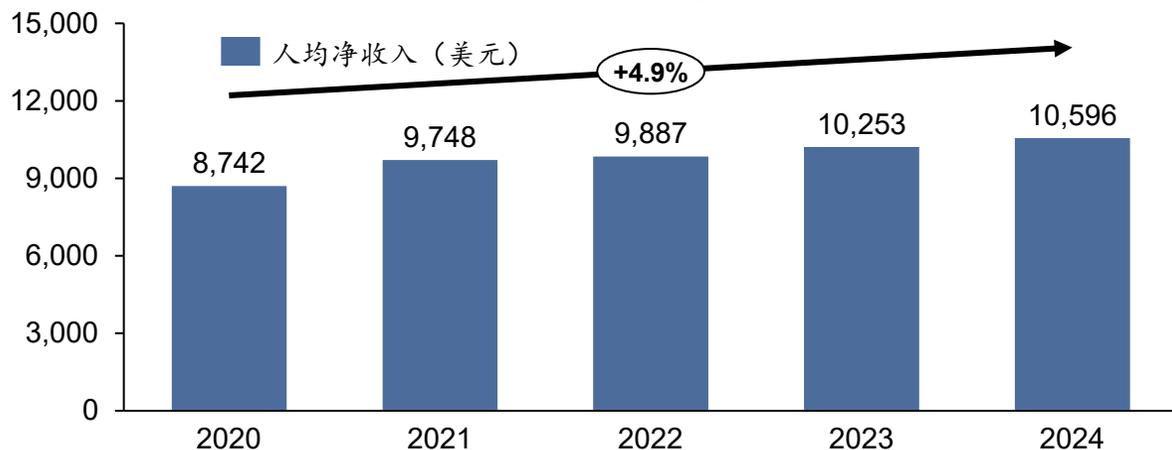
#### 棉奇熊推出儿童海藻内衣裤



在宏观层面，全球人均收入的持续提升带动整体消费能力增强，而电商渠道的快速崛起进一步拓宽了品牌的客群触达范围，两者协同作用为全球儿童内衣裤行业的发展奠定了坚实基础。

## 全球人均收入增加，消费水平上升

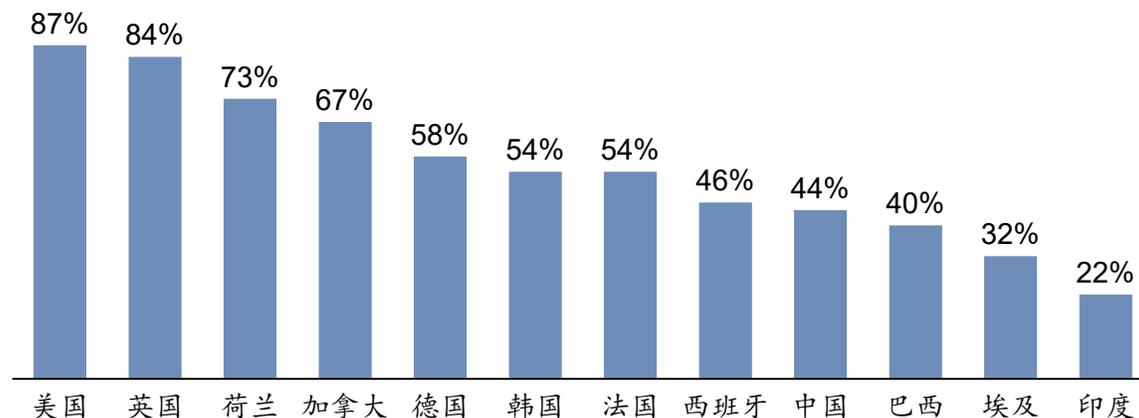
近5年全球人均净收入，2020-2024



- 随着全球经济发展，全球人均净收入从2020年的8,742美元增长至2024年的10,596美元，年均复合增长率达4.9%，人均收入的增加促使各家庭的消费能力提升，家长更愿意为儿童购买高品质和品牌的内衣裤。特别是90/95后成为目前全球儿童内衣裤市场的消费主力军后，消费者的核心诉求已从基础穿着升级为对安全、健康、舒适和功能性的追求。他们高度关注产品是否符合相关安全标准、是否采用天然有机面料，并愿意为抗菌、吸湿排汗等解决实际痛点的功能性产品支付溢价，由此推动全球儿童内衣裤市场走向高端精细化。

## 电商崛起，客源触达拓宽

全球主要经济体电商渗透率，2024

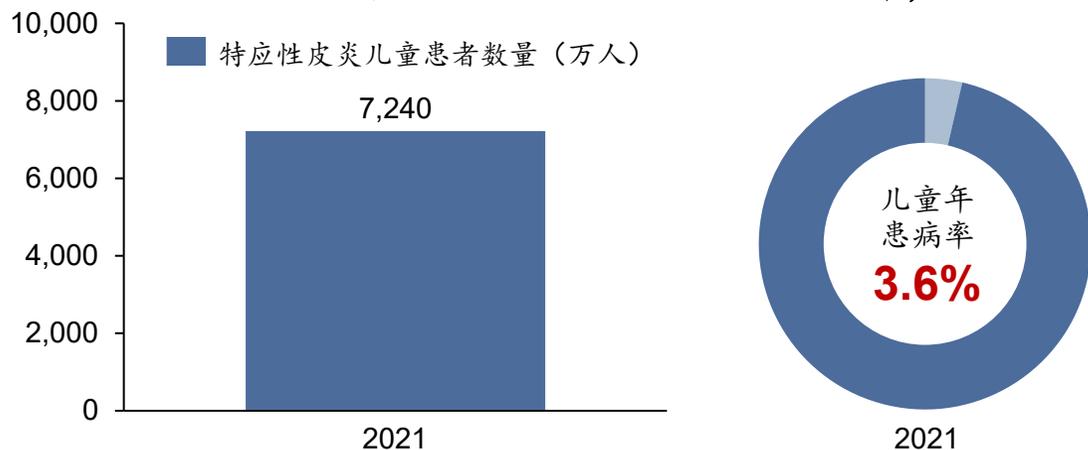


- 全球电商渗透率持续攀升，为儿童内衣裤品牌拓展市场提供了有力支撑。2024年美国、英国、荷兰、加拿大、德国、韩国及法国的电商渗透率超过50%。其中，美国和英国的电商渗透率超过80%。而儿童内衣裤品牌逐渐转向通过电商平台销售产品，随着线上购物用户群体规模的不断扩大，品牌方的客源触达范围得以显著拓宽，同时通过私域流量和直播电商等方式直接接触用户，构建更加紧密的客群关系，使得儿童内衣裤品牌能够以较低的获客成本突破全球市场的销售壁垒，抢占儿童内衣裤这一细分市场的份额。

在行业层面，儿童皮肤健康关注度提升带动产品安全标准趋严，叠加面料与工艺创新加速产品迭代，两者共同驱动全球儿童内衣裤行业持续健康发展。

## 儿童皮肤健康关注度提升，促使产品安全标准趋严

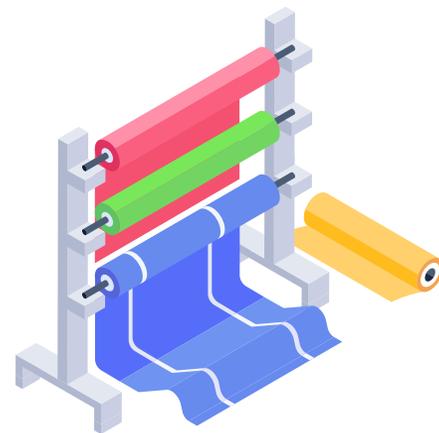
全球特应性皮炎儿童患者数量及患病率，2021



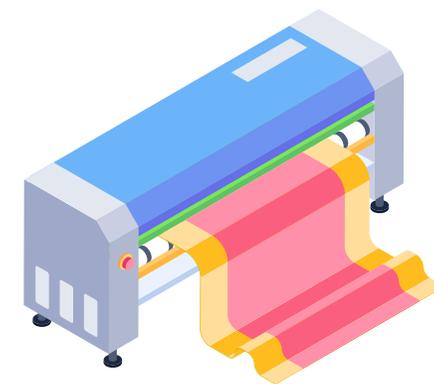
- 近年来，儿童过敏性疾病逐渐成为全球公共健康领域关注的重点，而儿童内衣裤作为儿童贴身衣物与儿童过敏性皮肤病的发生密切相关。特应性皮炎（AD）是儿童常见的过敏性皮肤病之一，根据Global Burden of Disease数据，2021年全球约有7,240万儿童患有AD。对此，中国、欧盟和美国等儿童内衣裤主要消费市场在纺织品安全标准方面持续提高门槛，例如限制甲醛、重金属和有害染料使用，使得市场逐步向更高质量、更高认证标准的产品聚集。这不仅提升了消费者对功能性儿童内衣裤的需求，也促使企业在面料研发和产品检测上持续加大投入，从而驱动整个行业向高端化发展。

## 面料与工艺创新，推动产品快速迭代

面料创新



工艺创新



- 随着纺织工艺的不断进步，新型环保纤维、功能性材料以及无缝和智能化加工技术逐步应用于儿童贴身服饰中，产品不再局限于传统棉织物的舒适性，而是兼顾健康、安全与可持续性。这种材料端与工艺端的双重创新，使得儿童内衣裤能够在柔软亲肤、防敏抗菌、吸湿排汗等方面实现性能提升，进一步满足家长对安全与品质的高要求。同时，产品迭代也带来了品牌差异化竞争的加速，推动市场从低价同质化竞争转向注重价值与功能的消费升级，也引导儿童内衣裤从必需品向高附加值品类延伸，形成更加健康、可持续的产业格局。

全球儿童内衣裤行业即将在场景与年龄细分推动精细化发展、功能化与健康导向的融合和可持续发展推动升级等多方面迎来多维增长空间。

### 场景与年龄细分推动精细化发展

- 未来儿童内衣裤行业将更加注重根据不同使用场景与目标人群进行精细化产品设计与服务。产品不再以单一年龄段或标准体型为导向，而是结合儿童的生活场景、活动类型及成长阶段差异进行精准定位，例如运动、居家、睡眠或户外活动等不同需求下的功能化设计。同时，考虑到儿童性别、体型、皮肤敏感程度以及个性化偏好，企业将在面料选择、版型设计和附加功能上实现差异化。通过场景与人群的深度细分，企业能够更精准地满足多元化消费需求，提高用户体验和品牌黏性，推动行业精细化发展。

### 功能化与健康导向的融合

- 未来儿童内衣裤行业将更加强调功能化与健康导向的融合，产品研发不再仅仅满足基础的舒适和透气需求，而是延伸到抗菌、防螨、温控、护肤等综合属性。随着医学与纺织科技的交叉创新，面料将更多运用生物基材料与智能纤维，提升皮肤友好性并降低过敏风险。同时，家长对儿童成长过程中皮肤保护和身体发育的关注，将推动企业将儿童内衣裤打造为儿童皮肤健康管理的第一层屏障，使行业逐步迈向健康科技化的升级方向。

### 可持续发展推动升级

- 随着环保意识及相关政策的普及，可持续发展的理念将从理论逐渐走向实践。全球儿童内衣裤品牌将在材料端更大规模的使用环保、创新的天然材料，例如有机纤维、再生涤纶等，同时在生产端持续推进节能减碳技术。未来，采用环保材料，绿色生产工艺的做法将成为行业发展的重要方向。



技术、渠道、资金与品牌等多重壁垒相互叠加并形成协同效应，不仅提升了儿童内衣裤行业的市场门槛，也构筑了较为稳固的护城河。

## 儿童内衣裤市场进入壁垒

### 技术壁垒

现代儿童内衣裤行业在追求美观时尚的同时，对安全性与舒适性的标准也日益提升，无论是在材料选择、版型设计、安全测试还是穿着体验评价等方面，均提出了极高要求。唯有对行业具备深刻洞察，并拥有扎实的技术积累与持续的研发投入的品牌，方能胜任这一挑战。



### 渠道壁垒

儿童内衣裤行业的主要营销渠道包括直营店、线上电商平台以及经销商体系。随着渠道进入与维护成本不断上升，企业必须借助精准化的数字营销策略，才能有效触达目标客群。而线下渠道方面，品牌必须建立一套科学、系统化的管理体系以支撑规模化运营。缺乏渠道资源与营销经验的新品牌，往往难以实现产品的有效推广与市场渗透。



儿童内衣裤行业前期投入较大，产品研发、市场推广、渠道建设等环节均需要大量的资金支持。同时，由于儿童尺码种类繁多，SKU复杂。控制成本的最佳途径之一是扩大生产规模，而新进入者难以在初期生产阶段就形成规模效应，从而导致单件成本高昂，盈利周期漫长。



### 资金壁垒

随着消费水准的提高，消费者对儿童内衣裤的需求已逐渐升级为对安全、健康、个性化与时尚化的追求。对品牌而言，核心竞争力也从单纯的功能性竞争，转变为围绕安全性与时尚度的品牌形象双重建设。这种核心的品牌形象建设，不仅需要对行业的深刻洞察，更需投入大量时间、资金、人力与物力，以获取消费者的认可与信赖。



### 品牌壁垒

F R O S T  S U L L I V A N

沙利文

FROST & SULLIVAN, THE GROWTH CONSULTING GROUP



沙利文全球官网 [www.frost.com](http://www.frost.com)

沙利文中国官网 [www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)