

# 2007-2008年中国童装市场 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2007-2008年中国童装市场研究发展分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1431.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 报告目录

#### 第一章、国际童装市场

##### 第一节、美国

一、美国服装消费市场童装最出色

二、美国童装市场回顾

三、美国童装市场的消费格局

##### 第二节、俄罗斯

一、俄罗斯童装市场的发展回顾

二、俄罗斯父母购买童装的心理特点

三、俄罗斯童装的市场价格浅析

##### 第三节、日本

一、日本童装市场的回顾

二、高级童装在日本受宠

##### 第四节、其它国家及地区

一、英国童装市场发展势头强劲

二、韩国童装市场规模增加

三、印度童装市场迅速起步

四、台湾婴童服装的市场概况

#### 第二章、中国童装行业的发展

##### 第一节、童装的相关概述

一、童装的起源

二、童装的分类

三、童装产业的特征

##### 第二节、中国童装行业的发展

一、童装发展成为服装业新的增长点

二、中国童装产业结构及产业链概况

三、2005年中国童装产业的运行特点

四、童装产业步入青春发展期

五、中国童装产业各个区域的发展

##### 第三节、童装产业绿色环保的发展

一、环保童装的介绍

二、绿色童装的四大功能

三、童装企业应尽力打造绿色环保童装

四、健康童装的面料要提高科技含量

第四节、童装产业发展存在的问题及对策

一、制约中国童装产业发展的八大因素

二、童装产业基地发展存在的问题

三、童装行业必须严把质量安全关

四、童装产业应实施ISO9000国际标准

第三章、中国童装市场

第一节、中国童装市场发展概况

一、中国童装市场的回顾

二、中国童装市场的发展现状

三、2006年中国童装市场的特征

四、中国童装市场竞争分析

第二节、2005-2007年5月中国儿童服装产量数据分析

一、2005年1-12月中国儿童服装产量数据

二、2006年1-12月中国儿童服装产量数据

三、2007年1-5月中国儿童服装产量数据

第三节、中国童装市场需求分析

一、中国童装市场的需求规模

二、童装市场的需求趋向

三、童装市场需求的趋势

第四节、中国童装市场消费分析

一、中国童装消费三个阶段

二、童装消费的特征

三、影响童装消费的八大因素

四、童装个性化消费来临及应对策略

第五节、中国童装市场价格分析

一、影响儿童服装价格的因素

二、中国童装市场价格居高不下

三、童装价格居高原因分析

## 第六节、中国童装市场存在的问题

- 一、童装市场发展面临的五大难题
- 二、中国童装市场发展需突破的瓶颈
- 三、制约中国童装市场发展的因素
- 四、中国童装市场不景气的内外因

## 第七节、中国童装市场的发展对策

- 一、童装成功开创蓝海大市场的策略
- 二、童装企业的低成本传播战略
- 三、童装企业从批发向品牌转型的建议

## 第四章、中国童装产业集群的发展

### 第一节、中国童装产业集群的概况

- 一、中国三大童装产业集群强势发展
- 二、中国童装产业集群的发展及共同特点
- 三、中国童装产业集群的发展对策

### 第二节、浙江织里

- 一、浙江织里镇社会经济及童装产业的回顾
- 二、织里童装产业集群发展的作用
- 三、织里童装市场的整体发展概况
- 四、织里童装产业集群的优势
- 五、织里童装产业集群存在的问题

### 第三节、广东佛山

- 一、佛山环市镇童装产业的回顾
- 二、佛山童装产业的发展概况
- 三、佛山童装产业品牌发展阶段
- 四、佛山童装产业的SWOT分析
- 五、佛山童装产业的发展战略

### 第四节、福建凤里

- 一、凤里童装基地介绍
- 二、童装和面料是凤里的双轨产业
- 三、福建凤里童装基地规模效益凸出
- 四、福建凤里竭力打造“中国童装名镇”

## 第五章、中国童装区域市场分析

## 第一节、北京

- 一、北京童装市场品牌趋同个性
- 二、2005年12月北京大型商场童装销售数据
- 三、2006年12月北京亿元商场童装销售数据分析
- 四、2007年3北京亿元商场童装销售统计数据

## 第二节、上海

- 一、上海成为国外童装品牌进入中国的战略基地
- 二、上海童装市场存在的不足
- 三、上海童装市场蕴含新的商机

## 第三节、深圳

- 一、深圳童装市场发展的概况
- 二、深圳童装品牌的发展
- 三、深圳童装市场的发展对策

## 第四节、其它地区

- 一、南昌童装品牌之战愈演愈烈
- 二、杭州童装市场外国品牌占50%
- 三、国外品牌抢夺武汉童装市场
- 四、昆明童装消费品牌化

## 第六章、中国童装进出口数据分析

### 第一节、2001-2007年6月中国婴儿服装及衣着附件进出口数据分析

- 一、2001-2007年6月中国婴儿服装及衣着附件进出口总体数据
- 二、2005-2007年6月中国婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据
- 三、2005-2007年6月中国婴儿服装及衣着附件主要国家的进出口数据

### 第二节、2001-2007年6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口数据分析

- 一、2001-2007年6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进出口总体数据分析
- 二、2005-2007年6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进出口数据
- 三、2005-2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要国家的进出口数据

## 第七章、重点企业

### 第一节、加菲猫

- 一、公司简介
- 二、加菲猫童装的成功之道
- 三、加菲猫童装追求个性化

## 第二节、派克兰帝

### 一、公司简介

### 二、派克兰帝公司的成功之道

### 三、派克兰帝打造中国童装的神话

## 第三节、好孩子

### 一、公司简介

### 二、好孩子童装的成功之道

### 三、好孩子童装的营销方式

## 第四节、红黄蓝

### 一、公司简介

### 二、红黄蓝童装提倡绿色环保

### 三、红黄蓝打造童装品牌的对策

## 第五节、娃哈哈

### 一、公司简介

### 二、娃哈哈童装注重绿色健康

### 三、娃哈哈童装品牌延伸面临的困难

### 四、娃哈哈童装品牌延伸的优化对策

## 第六节、兔仔唛

### 一、公司简介

### 二、兔仔唛童装成功的九个秘诀

### 三、兔仔唛打造“儿童时装”

## 第八章、中国童装品牌市场

### 第一节、中国童装品牌的发展

#### 一、中国童装发展品牌市场的背景

#### 二、中国童装品牌市场的整体格局

#### 三、国内童装企业自主品牌的概况

#### 四、2007年3月中国大型商场前十位童装品牌的销售统计

### 第二节、童装品牌细分市场的定位

#### 一、以年龄层细分市场

#### 二、以个性定位细分市场

#### 三、以功能定位细分市场

### 第三节、中国童装品牌市场存在的问题

- 一、童装品牌发展的难点
- 二、中国童装品牌结构不合理设计老化
- 三、中国童装品牌消费存在的不足
- 四、中国童装品牌做不大的原因
- 五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区

#### 第四节、中国童装品牌发展的策略

- 一、童装打造自主品牌的建议
- 二、中国童装品牌文化应升级
- 三、中国童装企业品牌策划的策略

#### 第九章、中国童装市场营销分析

##### 第一节、中国童装市场营销环境

- 一、中国童装市场的宏观营销环境
- 二、中国童装市场的微观营销环境

##### 第二节、中国童装市场营销概况

- 一、品牌在童装营销传播中的作用
- 二、童装市场营销渠道分析
- 三、童装市场终端营销的特征

##### 第三节、童装品牌的整体营销战略

- 一、童装品牌营销观点概述
- 二、童装整体营销战略的策划及创新
- 三、正确实施童装品牌营销战略
- 四、童装整体营销战略策划的趋势

##### 第四节、童装市场营销的对策

- 一、儿童服装市场营销的八种策略
- 二、童装企业市场营销的方法
- 三、童装的定位营销策略

##### 第五节、著名童装企业的营销策略

- 一、米奇妙童装形象+概念的营销策略
- 二、叮叮郎童装打造品牌+折扣的营销模式
- 三、香港小天使儿童服装的区域促销方案

#### 第十章、童装投资分析

##### 第一节、投资现状



- 一、儿童服装的投资现状
- 二、童装市场的投资特性
- 三、绍兴汤浦建设童装品牌产业园
- 四、以纯进军儿童服装打造先锋少年儿童生活馆

## 第二节、投资机会

- 一、中国婴儿装、童装市场充满商机
- 二、中国大童装市场潜力巨大
- 三、中式童装前景看好

## 第三节、投资风险

- 一、童装企业的内部风险
- 二、品牌效应给童装企业带来的风险

## 第四节、投资建议

- 一、中国童装市场开发的建议
- 二、解决童装投资企业内部问题的策略
- 三、童装投资应注重渠道建设

## 第十一章、中国童装的发展趋势

### 第一节、中国童装的发展前景

- 一、中国童装发展将快速增长
- 二、中国童装产业的发展方向
- 三、时尚类童装发展空间将逐渐增大

### 第二节、中国童装的运行趋势

- 一、消费趋势
- 二、生产趋势
- 三、品牌趋势
- 四、营销趋势

附录：

附录一：男儿童单服装标准

附录二：出口服装检验管理规定

图表目录：

图表1 1997-2001年美国童装市场规模

图表2 1997年和2001年分类市场销售值

图表3 2001年美国主要童装公司所占市场份额

- 图表4 2001年美国童装公司市场营销费用支出
- 图表5 2001年美国童装公司市场销售渠道构成情况
- 图表6 1998年美国1-5岁儿童购买服装的消费者构成分析
- 图表7 美国婴幼儿服装产量数据
- 图表8 1998-1999年3月日本每个家庭童装支出及童装零售市值
- 图表9 1999-2000年日本童装的支出
- 图表10 1999-2000年日本童装的平均购买额
- 图表11 1999-2000年日本各种童装的均价
- 图表12 日本主要童装生产商的销售额及主要品牌
- 图表13 日本童装市场上的外国品牌
- 图表14 童装的零售价格
- 图表15 日本家长选择童装的考虑因素
- 图表16 2005年1-12月儿童服装全国合计
- 图表17 2005年1-12月儿童服装广东省合计
- 图表18 2005年1-12月儿童服装江苏省合计
- 图表19 2005年1-12月儿童服装福建省合计
- 图表20 2005年1-12月儿童服装浙江省合计
- 图表21 2005年1-12月儿童服装山东省合计
- 图表22 2005年1-12月儿童服装辽宁省合计
- 图表23 2005年1-12月儿童服装江西省合计
- 图表24 2006年1-12月儿童服装全国合计
- 图表25 2006年1-12月儿童服装广东省合计
- 图表26 2006年1-12月儿童服装福建省合计
- 图表27 2006年1-12月儿童服装浙江省合计
- 图表28 2006年1-12月儿童服装江苏省合计
- 图表29 2006年1-12月儿童服装辽宁省合计
- 图表30 2006年1-12月儿童服装山东省合计
- 图表31 2006年1-12月儿童服装江西省合计
- 图表32 2007年1-5月儿童服装全国合计
- 图表33 2005年12月北京亿元商场童装按商场销售额情况
- 图表34 2005年12月北京亿元商场童装按商场销售量排序情况
- 图表35 2005年12月北京亿元商场童装销售额十强商场的平均销售单价

- 图表36 2005年12月北京亿元商场童装按品牌销售额排序情况
- 图表37 2005年12月北京亿元商场童装按品牌统计销售量排序情况
- 图表38 2005年12月北京亿元商场童装品牌的平均销售单价
- 图表39 2006年12月北京亿元商场童装销售额
- 图表40 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位排序\*
- 图表41 2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场的情况
- 图表42 2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场的名次变化情况
- 图表43 2006年12月北京亿元商场童装销售量情况
- 图表44 2006年12月北京亿元商场童装销售量前十位商场排序
- 图表45 2006年12月北京亿元商场前十位商场销售量情况
- 图表46 2006年12月北京亿元商场童装销售量前十名商场名次变化情况
- 图表47 2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位的平均单价
- 图表48 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位的销售额、销售数量和平均单价
- 图表49 2006年12月北京亿元商场按品牌统计的童装销售额
- 图表50 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位品牌
- 图表51 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位的市场份额
- 图表52 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位的销售额
- 图表53 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十名的名次变化情况
- 图表54 2006年12月北京亿元商场按品牌统计的童装销售量
- 图表55 2006年12月北京亿元商场童装销售量前十位品牌排序
- 图表56 2006年12月北京亿元商场童装销售量前十名的销售量
- 图表57 2006年12月北京亿元商场童装销售量前十名的名次变化情况
- 图表58 2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位的平均单价
- 图表59 2006年12月北京亿元商场童装销售额前十位的销售额、销售量、平均单价
- 图表60 2006年12月北京亿元商场童装累计销售额前14位商场的销售额与上年对比
- 图表61 2006年12月北京亿元商场童装累计销售额前14位的名次变化情况
- 图表62 2007年3月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序
- 图表63 2007年3月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序
- 图表64 2007年3月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价
- 图表65 2007年3月北京亿元商场童装销售额外负担前十位品牌的排序
- 图表66 2007年3月北京亿元商场童装销售量前十位品牌排序
- 图表67 2007年3月北京亿元商场童装销售额前十位牌子的平均单价

- 图表68 2001年-2006年中国婴儿服装及衣着附件进口的总值
- 图表69 2001年-2006年中国婴儿服装及衣着附件出口的总值
- 图表70 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件进口的总值
- 图表71 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件出口的总值
- 图表72 2005年1-12月中国婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表73 2005年1-12月中国婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表74 2006年1-12月中国婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表75 2006年1-12月中国婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表76 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表77 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表78 2005年1-12月中国婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表79 2005年1-12月中国婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据
- 图表80 2006年1-12月中国婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表81 2006年1-12月中国婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据
- 图表82 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表83 2007年1-6月中国婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据
- 图表84 2001年-2006年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口的总值
- 图表85 2001年-2006年中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口的总值
- 图表86 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口的总值
- 图表87 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口的总值
- 图表88 2005年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表89 2005年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表90 2006年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表91 2006年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表92 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市进口的数据
- 图表93 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件主要省市出口的数据
- 图表94 2005年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表95 2005年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据
- 图表96 2006年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表97 2006年1-12月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据
- 图表98 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口主要国家的数据
- 图表99 2007年1-6月中国针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口主要国家的数据

- 图表100 2007年3月华北地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表101 2007年3月东北地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表102 2007年3月华东地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表103 2007年3月中南地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表104 2007年3月西北地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表105 2007年3月西南地区前十位品牌市场综合占有率
- 图表106 男儿童单服装的引用标准
- 图表107 儿童服装对条及格的规定
- 图表108 儿童服装针距密度
- 图表109 儿童服装成品的主要部位、规格、允许偏差
- 图表110 儿童服装成品规格的测量方法
- 图表111 童装成品缺陷判定依据

页面关键词：中国童装 童装 儿童服装 童装市场

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1431.html>