

2010-2014年中国童装市场 动态及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2014年中国童装市场动态及发展前景预测分析报告》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/201002/34449.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

第一章 2009-2010年国际童装主要国家市场运行态势分析

第一节 美国

- 一、美国童装行业发展概述
- 二、美国童装市场的消费格局
- 三、美国名牌童装市场发展态势看好
- 四、经济危机下美国童装市场持续增长
- 五、2009年美国童装行业安全门槛提高

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
- 四、俄罗斯高档童装市场需求较旺

第三节 英国

- 一、英国童装市场发展回顾
- 二、英国童装市场发展近况
- 三、英国童装市场发展的SWOT分析
- 四、2008年11月英国儿童睡衣安全新标准生效

第四节 日本

- 一、日本童装市场的回顾
- 二、高级童装在日本受宠
- 三、日本品牌服装以母子装抢攻市场

第五节 其它国家及地区

- 一、2008年意大利主要童装企业销售情况
- 二、2008年台湾童装市场掀起促销热潮
- 三、经济危机对台湾童装通路市场的影响探析
- 四、2009年西班牙童装市场发展形势透析
- 五、2009年韩国童装业以缩减成本抵御经济寒流

第二章 2009-2010年中国童装产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国童装产业政策分析

- 一、男儿童单服装标准

二、出口服装检验管理规定

三、童装绳索和拉带安全要求

第二节2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、工业发展形势分析

第三节2009-2010年中国童装产业社会环境分析

一、城乡居民家庭人均可支配收入

二、恩格尔系数

第三章 2009-2010年中国童装行业的发展形势分析

第一节2009-2010年中国童装行业的发展综述

一、国内童装业优化布局已现雏形

二、中国童装产业结构及产业链概况

三、中国童装业产业升级分析

四、中国童装产业呈遍地开花局面

第二节2009-2010年中国童装产业绿色环保的发展分析

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

五、2009年冬季童装市场掀起环保风

第三节2009-2010年中国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、样式无差异制约童装行业发展

三、童装产业基地发展存在的问题

四、童装产业应实施ISO9000国际标准

五、我国童装行业应重视出口风险防范

第四章 2009-2010年中国童装市场运行态势分析

第一节2009-2010年中国童装市场发展概况

一、中国童装市场的发展回顾

二、童装市场开始步入调整周期

三、运动品牌集体发力国内童装市场

第二节2009-2010年中国童装市场需求分析

一、中国童装市场的需求规模

二、女童装市场需求比男童市场大

三、童装市场的需求趋向

四、童装市场需求的发展趋势

五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变

第三节2009-2010年中国童装市场消费分析

一、童装消费的特征

二、影响童装消费的八大因素

三、中国童装市场消费水平多层次

四、中国童装消费呈现六大趋势

五、童装个性化消费来临及应对策略

第四节2009-2010年中国童装市场价格分析

一、影响儿童服装价格的因素

二、中国童装价格居高原因分析

三、2008年中国童装市场价格走低激活需求

第五节2009-2010年中国童装市场存在的问题分析

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

第六节2009-2010年中国童装市场的发展对策分析

一、童装成功开创蓝海大市场的策略

二、金融危机下童装企业的发展策略

三、童装企业的低成本传播战略

四、童装企业从批发向品牌转型的建议

第五章2007-2009年中国童装产品产量统计分析

第一节2007-2008年童装产量数据分析

一、2007年全国及主要省份儿童服装产量分析

二、2008年全国及主要省份儿童服装产量分析

三、全国及主要省份儿童服装产量增长性分析

第二节 2009年婴儿服装及衣着附件产量数据分析

- 一、2009年全国婴儿服装及衣着附件产量分析
- 二、2009年主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析
- 三、全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量增长性分析

第六章 2009-2010年中国童装产业集群的发展局势分析

第一节 2009-2010年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、国内童装产业集群发展壮大的制约因素
- 四、中国童装产业集群的发展对策

第二节 浙江织里

- 一、织里童装产业集群发展的作用
- 二、织里童装产业的发展进程回顾
- 三、织里童装产业集群的优势
- 四、金融危机下浙江织里镇童装产业逆势飞扬
- 五、2009年织里斥巨资兴建童装市场
- 六、织里童装产业集群存在的问题

第三节 广东佛山

- 一、佛山童装产业的发展概况
- 二、佛山着力培育强势童装品牌
- 三、经济危机下佛山童装业面临的困境及应对
- 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 福建石狮凤里

- 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”
- 五、2009年凤里童装产业积极应对经济寒流

第七章 2009-2010年中国童装区域市场分析

第一节 北京

- 一、2007年12月北京亿元商场童装市场销售数据分析
- 二、2007年北京亿元商场童装销售市场总体回顾

三、2008年12月北京亿元商场童装市场销售情况

四、2008年北京童装市场的奥运元素

五、2009年春节北京童装市场大童装销售火爆

六、2009年秋季北京童装市场增长态势趋好

第二节 上海

一、上海市童装市场的定位分析

二、上海童装质量安全性指数有保障

三、2008年上海童装市场发展综述

四、2008年法国顶级童装品牌进驻上海

五、2009年黄金周上海童装销售创佳绩

第三节 深圳

一、深圳童装市场总体概述

二、2007年深圳童装市场发展回顾

三、深圳童装着力打造领先品牌

四、2008年深圳“衣童俱乐部”品牌迅猛抢占全国市场

第四节 杭州

一、杭州已成为童装品牌必争之地

二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山

三、杭州街头童装受欢迎

四、2008年T100低调抢滩杭州童装市场

第五节 温州

一、温州童装发展的轨迹

二、限制温州童装发展的瓶颈

三、2008年温州童装业保持稳健发展

四、温州童装积极抢占核心商圈

第六节 其他地区

一、江苏省童装市场商机大

二、成都童装品牌领先全国

三、2009年武汉本土童装集体失声

四、长春品牌童装市场销售形势火热

第八章 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件进出口数据统计情况

第一节 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件出口统计

第二节 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件进口统计

第三节 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件进出口价格对比

第四节 中国婴儿服装及衣着附件进出口主要来源地及出口目的地

第五节 中国婴儿服装及衣着附件进出口省市分析

第九章 2009-2010年中国童装品牌市场运行态势分析

第一节 2009-2010年中国童装品牌的发展分析

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、洋品牌大肆抢滩中国童装市场

五、中国大型商场前十位童装品牌的销售统计

第二节 2009-2010年童装品牌细分市场的定位分析

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 2009-2010年中国童装品牌市场存在的问题分析

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 2009-2010年中国童装品牌发展的策略分析

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

第十章 2009-2010年中国童装市场营销策略分析

第一节 2009-2010年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

三、2008年童装市场营销环境的新变化

第二节 2009-2010年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2009-2010年中国童装品牌的整体营销战略分析

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2009-2010年中国童装市场营销的对策分析

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2009-2010年著名童装企业的营销策略分析

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

第十一章2009-2010年中国童装市场竞争格局分析

第一节2009-2010年中国童装竞争现状分析

一、童装竞争力分析

二、童装品牌竞争分析

三、童装市场成本竞争分析

第二节2009-2010年中国童装行业集中度分析

一、童装产量集中度分析

二、童装企业集中度分析

三、童装市场集中度分析

第三节 2009-2010年中国童装企业提升竞争力策略分析

第十二章 2009-2010年中国童装生产企业竞争性财务数据分析

第一节青岛绮丽佳美制衣有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第二节红黄蓝集团绍兴服饰有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节上海巴布豆儿童用品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节厦门市立达信服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节威海奥威服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节烟台起成服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节福建豆丁堡少儿用品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节泉州斯得乐服装织造有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节中山民森制衣厂有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节淮安诚利达服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略

第十三章 2010-2014年中国童装的发展趋势分析

第一节 2010-2014年中国童装的发展前景

一、21世纪中国童装产业发展前景分析

二、时尚童装市场发展潜力探析

三、中国童装产业的发展方向

四、未来十年中国童装产业发展前景展望

第二节 2010-2014年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

第十四章 2010-2014年中国童装投资机会与风险分析

第一节 2010-2014年中国童装投资机会分析

一、全球童装市场增长空间广阔

二、中国婴儿装、童装市场充满商机

三、国内童装市场暗藏断层商机

四、中国童装行业潜藏广阔投资机会

五、国内中端童装市场面临投资机遇

第二节 2010-2014年中国童装投资风险分析

- 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
- 三、童装行业盈利能力有待提高

第三节 2010-2014年中国童装投资建议分析

- 一、浅析童装品牌特许经营的风险规避对策
- 二、童装企业应合理安排内外销比重
- 三、童装投资应注重渠道建设

图表名称：部分

图表 2007年全国及主要省份儿童服装产量分析

图表 2008年全国及主要省份儿童服装产量分析

图表 全国及主要省份儿童服装产量增长性分析

图表 2009年全国婴儿服装及衣着附件产量分析

图表 2009年主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析

图表 全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量增长性分析

图表 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件出口统计

图表 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件进口统计

图表 2001-2009年中国婴儿服装及衣着附件进出口价格对比

图表 中国婴儿服装及衣着附件进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国婴儿服装及衣着附件进出口省市分析

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司盈利指标情况

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司资产运行指标状况

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司资产负债能力指标分析

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司盈利能力情况

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司销售收入情况

图表 青岛绮丽佳美制衣有限公司成本费用构成情况

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司盈利指标情况

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司资产运行指标状况

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司资产负债能力指标分析

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司盈利能力情况

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司销售收入情况

图表 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司成本费用构成情况

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司盈利指标情况

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司资产运行指标状况

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司盈利能力情况

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司销售收入情况

图表 上海巴布豆儿童用品有限公司成本费用构成情况

图表 厦门市立达信服装有限公司盈利指标情况

图表 厦门市立达信服装有限公司资产运行指标状况

图表 厦门市立达信服装有限公司资产负债能力指标分析

图表 厦门市立达信服装有限公司盈利能力情况

图表 厦门市立达信服装有限公司销售收入情况

图表 厦门市立达信服装有限公司成本费用构成情况

图表 威海奥威服装有限公司盈利指标情况

图表 威海奥威服装有限公司资产运行指标状况

图表 威海奥威服装有限公司资产负债能力指标分析

图表 威海奥威服装有限公司盈利能力情况

图表 威海奥威服装有限公司销售收入情况

图表 威海奥威服装有限公司成本费用构成情况

图表 烟台起成服装有限公司盈利指标情况

图表 烟台起成服装有限公司资产运行指标状况

图表 烟台起成服装有限公司资产负债能力指标分析

图表 烟台起成服装有限公司盈利能力情况

图表 烟台起成服装有限公司销售收入情况

图表 烟台起成服装有限公司成本费用构成情况

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司盈利指标情况

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司资产运行指标状况

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司盈利能力情况

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司销售收入情况

图表 福建豆丁堡少儿用品有限公司成本费用构成情况

图表 泉州斯得乐服装织造有限公司盈利指标情况

图表 泉州斯得乐服装织造有限公司资产运行指标状况

图表 泉州斯得乐服装织造有限公司资产负债能力指标分析

图表 泉州斯得乐服装织造有限公司盈利能力情况
图表 泉州斯得乐服装织造有限公司销售收入情况
图表 泉州斯得乐服装织造有限公司成本费用构成情况
图表 中山民森制衣厂有限公司盈利指标情况
图表 中山民森制衣厂有限公司资产运行指标状况
图表 中山民森制衣厂有限公司资产负债能力指标分析
图表 中山民森制衣厂有限公司盈利能力情况
图表 中山民森制衣厂有限公司销售收入情况
图表 中山民森制衣厂有限公司成本费用构成情况
图表 淮安诚利达服装有限公司盈利指标情况
图表 淮安诚利达服装有限公司资产运行指标状况
图表 淮安诚利达服装有限公司资产负债能力指标分析
图表 淮安诚利达服装有限公司盈利能力情况
图表 淮安诚利达服装有限公司销售收入情况
图表 淮安诚利达服装有限公司成本费用构成情况
图表 略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201002/34449.html>