

# 2010-2015年中国童装市场 竞争态势与投资前景分析报告

## 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

《2010-2015年中国童装市场竞争态势与投资前景分析报告》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/201008/47369.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

儿童的肌肤娇嫩，童装的选择更讲究安全，健康与舒适。绿色童装采用高科技服装面料，根据不同的穿着需求，有不同特色的功能，这种功能体现在儿童不同年龄段的款式上，适宜于婴幼儿穿的大多是套式内衣与连衣外套，面料是100%的天然材质，不刺激皮肤，强调吸湿排汗，防臭抗菌的功能；适宜儿童穿的服装，有抗紫外线、吸汗排湿、抗电磁波的茄克衫，有吸湿排汗，抗电磁波的圆领衫、T恤衫，有吸湿排汗，防臭抗菌的内衣、内裤，有吸湿排汗的、抗紫外线的运动装等。

童装是服装产品中的一个重要项目，童装业已经作为一个新的发展行业立于其他行业中。但是在我国万多家服装生产企业中，具有一定规模的童装生产厂家只有6300多家，而品牌童装专业生产厂家不足200家。服装界有人提出，未来3~5年，中国童装将面临一个飞速发展阶段，这个发展不但是数量、规模上的增长，更加是质量与品牌上的扩张。童装无疑会成为我国服装业的又一个新的增长点。先是“娃哈哈”饮料业巨头串行童装，“太子奶”随后跟进，两大巨头的加盟为中国童装业平添了几分火暴的商战色彩。

中国产业信息网发布的《2010-2015年中国童装市场竞争态势与投资前景分析报告》共十一章。首先介绍了中国童装业运行环境、国际运行态势等，接着分析了中国童装行业发展的现状，然后具体介绍了中国童装市场运行动态。随后，报告对中国童装产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童装产业的未来前景与发展趋势。您若想对童装产业有个系统的了解或者想投资童装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

### 第一章 2009-2010年中国童装业运行环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2009-2010年中国童装业政策环境分析

- 一、男女儿童单服装标准
- 二、出口服装检验管理规定
- 三、童装绳索和拉带安全要求

### 第二章 2009-2010年国际童装市场运行态势分析

#### 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

## 第三章 2009-2010年中国童装行业的发展形势分析

### 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 2009-2010年中国童装行业的发展分析

- 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、2007年中国童装业开始步入产业升级轨道
  - 四、2008年童装产业的运行特点
  - 五、中国童装产业呈遍地开花局面
- 第三节 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

第四节 2009-2010年中国童装产业发展存在的问题及对策分析

- 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动态分析

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、2007年中国童装市场发展格局分析
- 三、2008年中国童装市场发展特征
- 四、2008年中国童装市场开始步入调整周期
- 五、2009年运动品牌集体发力国内童装市场
- 六、中国童装市场竞争分析

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 2009-2010年中国童装产业集群的发展走势分析

### 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

## 第六章 2009-2010年中国重点省市童装市场运行动态分析

### 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

### 第七章 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、2007年10月中国大型商场前十位童装品牌的销售统计

#### 第二节 2009-2010年中国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 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

第八章 2009-2010年中国童装市场营销战略分析

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

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年中国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

第九章 2009-2010年中国童装优势企业竞争力分析

## 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

### 四、好孩子企业财务数据分析

## 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”

## 第七节 其他

### 一、小猪班纳童装

### 二、可可鸭

### 三、安奈儿

## 第十章 2010-2015年中国童装的发展趋势分析

## 第一节 2010-2015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 2010-2015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

## 第十一章 2010-2015年中国童装产业投资机会与风险分析

### 第一节 2010-2015年中国童装产业投资现状分析

- 一、童装市场的投资特性
- 二、2009年德国童装品牌强势进军中国市场
- 三、绍兴汤浦建设童装品牌产业园
- 四、童装连锁投资成为未来主流趋势

### 第二节 2010-2015年中国童装产业投资机会分析

- 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

### 第三节 2010-2015年中国童装产业投资风险分析

### 第四节 2010-2015年中国童装产业投资建议分析

- 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

## 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：日本每个家庭童装支出及童装零售市值

图表：日本童装的支出

图表：日本童装的平均购买额

图表：日本各种童装的均价

图表：日本主要童装生产商的销售额及主要品牌

图表：日本童装市场上的外国品牌

图表：童装的零售价格

图表：日本家长选择童装的考虑因素

图表：男儿童单服装的引用标准

图表：儿童服装对条及格的规定

图表：儿童服装针距密度

图表：儿童服装成品的主要部位、规格、允许偏差

图表：儿童服装成品规格的测量方法

图表：童装成品缺陷判定依据

图表：童装绳索和拉带的具体要求（一）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（二）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（三）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（四）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（五）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（六）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（七）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（八）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（九）

图表：童装绳索和拉带的具体要求（十）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/47369.html>