

2011-2015年中国童装投资 分析与发展趋势研究报告

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

《2011-2015年中国童装投资分析与发展趋势研究报告》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/201111/78957.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

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。按年龄段可以细分出婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国产业信息网发布《2011-2015年中国童装投资分析与发展趋势研究报告》显示：根据中国纺织工业协会统计信息中心、中国国家统计局的研究显示，虽然经历金融危机，但是2006-2010年中国童装供给量呈现上升趋势，2006年供给量达到了12亿件，截止到2010年产量达到了47亿件。随着全球经济复苏及国内经济发展，我国童装市场销量增长速度也快速回升，2010年我国童装市场销量达到25亿件。

2006-2010年童装市场行业产销量增长统计

年份2006年2007年2008年2009年2010年产量（亿件）1217.424.338.547销量（亿件

）5.608.819.8917.8225数据来源：中国纺织工业协会统计信息中心

现阶段，我国0岁-16岁儿童人口有3亿多左右，由于童装市场在未来几年中具有较大的发展空间，有部分国内企业和国外企业普遍看好童装市场发展的前景，开始涉足童装经营。在今后几年，童装市场消费量每年将保持12%以上的增长，并成为我国最有增长性的消费市场之一。但是，由于我国童装产业科技含量不高，企业进入市场的门槛较低，其营销模式和产品的开发很容易被模仿，较多的童装企业为扩大市场份额，都会根据企业的经营定位策划不同营销策略来参与高端市场或中端市场竞争。

中国产业信息网研究员谭融还指，目前童装市场还存在以下问题：（一）童装生产能力与市场消费群体反差巨大。（二）就目前市场消费能力而言，我国品牌童装价格偏高。（三）国内童装品牌缺乏相应的竞争力。（四）童装产品结构不合理。（五）设计跟不上形式，款式创新意识差。（六）假冒伪劣品使市场受到强大冲击。（七）缺乏专业的研究机构。（八）童装面料开发力度不够。

目录

第一章 童装行业相关概述 1

第一节 童装行业发展情况 1

一、童装定义 1

二、童装行业发展历程 2

第二节 童装产业链分析 4

一、产业链模型介绍 4

二、童装产业链模型分析	4
第三节 2009-2011年中国童装行业经济指标分析	5
一、赢利性	5
二、成长速度	5
三、附加值的提升空间	5
四、进入壁垒／退出机制	6
五、风险性	6
六、行业周期	6
七、竞争激烈程度指标	6
八、当前行业发展所属周期阶段的判断	7
第二章 2010-2011年世界童装行业整体运营状况分析	8
第一节 2010-2011年世界童装行业发展环境分析	8
第二节 2010-2011年世界童装行业市场发展格局	8
一、全球纺织行业结构调整	8
二、世界童装市场特征分析	10
三、全球运动品牌童装透析	11
四、成装品牌竞相进入童装市场	13
第三节 2010-2011年世界主要国家童装行业运行态势剖析	14
一、韩国休闲服饰及儿童服装市场分析	14
二、美国童装市场概况分析	16
三、俄罗斯对高档儿童商品需求旺盛	17
四、法国制定儿童服装新尺码标准	18
五、日本服装品牌推出延伸战略进军童装市场	18
第四节 2011-2015年世界童装行业发展趋势分析	20
第三章 2010-2011年中国童装行业市场发展环境分析	22
第一节 2010年中国宏观经济环境分析	22
一、GDP历史变动轨迹分析	22
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	25
三、2011年中国宏观经济发展预测分析	26
第二节 2010-2011年中国童装市场政策环境分析	30
一、《FZ／T73023-2006抗菌针织品》	30
二、《GB／T20944-2007纺织品抗菌性能的评价》	31

三、我国服装行业最新八项国家标准出台	31
四、服装业新10项国家标准	32
五、服装行业十二五规划	32
第三节 2010-2011年中国童装市场技术环境分析	33
第四节 2010-2011年中国童装市场社会环境分析	34
第四章 2010-2011年中国童装行业市场运行态势分析	36
第一节 2010-2011年中国童装市场发展现状分析	36
一、行业规模及分布现状分析	36
二、市场供需现状分析	37
三、童装市场价格现状分析	37
四、童装市场流行现状分析	37
第二节 2010-2011年中国童装行业发展动态分析	38
一、美邦服饰大举进军童装市场	38
二、茶山童装闪亮时装周	39
三、红孩儿引领中国时尚童装行业流行趋势	39
第三节 2010-2011年中国童装市场存在的问题	40
一、童装市场发展面临的五大难题	40
二、中国童装市场发展需突破的瓶颈	41
三、制约中国童装市场发展的因素	42
四、中国童装市场不景气的内外因	44
第四节 2010-2011年中国童装市场的发展对策	45
一、童装成功开创蓝海大市场的策略	45
二、金融危机下童装企业的发展策略	46
三、童装企业的低成本传播战略	48
四、童装企业从批发向品牌转型的建议	51
第五节 2010-2011年中国童装市场典型营销案例分析	54
第五章 2009-2011年中国纺织服装制造行业主要数据监测分析	57
第一节 2009-2011年中国纺织服装制造行业总体数据分析	57
一、2009年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析	57
二、2010年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析	59
三、2011年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析	61
第二节 2009-2011年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析	63

一、2009年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析	63
二、2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析	63
三、2011年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析	63
第三节 2009-2011年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析	64
一、2009年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析	64
二、2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析	65
三、2011年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析	65
第六章 2010年中国童装区域市场运行动态分析	67
第一节 北京童装市场分析	67
一、北京童装销售概况	67
二、北京市场品牌童装产品现状	67
三、2010年春节北京童装市场大童装销售火爆	74
四、北京童装市场发展预测	75
第二节 广东省童装市场分析	75
一、广东省童装产业潜力分析	75
二、广东童装业发展瓶颈分析	76
三、深圳童装品牌市场解析	76
四、2010年深圳童装品牌分析	77
第三节 浙江省童装市场分析	78
一、浙江童装品牌化运作分析	78
二、2010年浙江童装品牌发展分析	78
三、浙江童装新一轮品牌升级分析	79
四、杭州童装市场投资分析	79
第四节 山东省童装市场发展分析	81
一、山东省童装市场发展前景	81
二、山东省童装市场存在的问题	82
三、山东省童装市场消费者需求特点	83
四、山东省童装市场的发展建议	84
第五节 江苏童装市场	86
一、2010年江苏服装行业发展	86
二、江苏童装生产情况	86
三、江苏童装市场分析	87

四、江苏童装消费者需求特点	87
五、江苏童装销售促销方式	88
第七章 2010年中国童装相关产业运行分析	89
第一节 服装制造业	89
一、2010年服装产品生产情况	89
二、金融危机形势下行业的发展态势	91
三、2010年纺织服装行业出口情况分析	94
四、2010年中国服装企业发展机遇及转型分析	98
五、2010年纺织服装外销市场发展预测	99
第二节 纺织行业发展分析	100
一、我国纺织行业经济运行分析	100
二、2010年我国纺织行业内需市场回顾	107
三、2010年中国纺织行业发展目标分析	108
四、2010年中国纺织内需市场预测	109
第三节 2010年各地区纺织服装制造经济指标	110
第八章 2010-2011年中国童装市场竞争格局分析	112
第一节 2010-2011年中国童装行业竞争现状	112
一、高新技术竞争	112
二、高端童装品牌市场竞争	113
三、童装销售渠道竞争	113
四、跨国企业参与童装市场竞争分析	114
五、高端童装品牌市场竞争	114
第二节 2010-2011年中国童装行业集中度分析	116
一、市场集中度分析	116
二、生产企业的集中分布	116
第三节 2010-2011年中国童装行业竞争中存的问题	117
第四节 2011-2015年中国童装行业竞争趋势分析	117
第九章 中国童装前十大领先企业发展分析	120
第一节 米奇妙 广州中威日用品企业有限公司	120
一、企业概况	120
二、市场定位情况	120
三、市场占有份额情况	120

四、2010-2011年产能及占比	120
五、2009-2010年主要经营数据指标	121
六、2011-2015年公司发展战略分析	122
第二节 安奈儿 福建野豹儿童用品有限公司	123
一、企业概况	123
二、市场定位情况	123
三、市场占有份额情况	123
四、2010-2011年产能及占比	124
五、2009-2010年主要经营数据指标	124
六、2011-2015年公司发展战略分析	126
第三节 红黄蓝 浙江红黄蓝服饰股份有限公司	126
一、企业概况	126
二、市场定位情况	127
三、市场占有份额情况	127
四、2010-2011年产能及占比	127
五、2009-2010年主要经营数据指标	128
六、2011-2015年公司发展战略分析	129
第四节 JOJO 深圳市棣仔服装有限公司	130
一、企业概况	130
二、市场定位情况	130
三、市场占有份额情况	130
四、2010-2011年产能及占比	130
五、2008-2009年主要经营数据指标	131
六、2011-2015年公司发展战略分析	132
第五节 巴拉巴拉 浙江森马服饰股份有限公司	133
一、企业概况	133
二、市场定位情况	134
三、市场占有份额情况	134
四、2010-2011年产能及占比	134
五、2010-2011年主要经营数据指标	134
六、2011-2015年公司发展战略分析	135
第六节 娃哈哈 杭州娃哈哈童装有限公司	136

一、企业概况	136
二、市场定位情况	137
三、市场占有率情况	137
四、2010-2011年产能及占比	137
五、2009-2010年主要经营数据指标	138
六、2011-2015年公司发展战略分析	139
第七节 小猪班纳 东莞市小猪班纳服饰有限公司	140
一、企业概况	140
二、市场定位情况	140
三、市场占有率情况	140
四、2010-2011年产能及占比	141
五、2009-2010年主要经营数据指标	141
六、2011-2015年公司发展战略分析	142
第八节 派克兰帝 北京派克兰帝有限责任公司	143
一、企业概况	143
二、市场定位情况	143
三、市场占有率情况	143
四、2010-2011年产能及占比	144
五、2009-2010年主要经营数据指标	144
六、2011-2015年公司发展战略分析	145
第九节 嗒嘀嗒 泉州格林服装有限公司	146
一、企业概况	146
二、市场定位情况	146
三、市场占有率情况	146
四、2010-2011年产能及占比	146
五、2009-2010年主要经营数据指标	147
六、2011-2015年公司发展战略分析	148
第十节 玛米玛卡 福建宝德服饰有限公司	149
一、企业概况	149
二、市场定位情况	149
三、市场占有率情况	149
四、2010-2011年产能及占比	150

五、2009-2010年主要经营数据指标	150
六、2011-2015年公司发展战略分析	152
第十章 2011-2015年中国童装行业发展趋势与前景展望分析	153
第一节 2011-2015年中国童装行业发展前景分析	153
第二节 2011-2015年中国童装行业发展趋势分析	153
一、童装行业消费趋势	153
二、童装行业品牌趋势	155
三、童装行业营销趋势	156
四、童装行业流行趋势	157
第三节 2011-2015年中国童装行业市场预测分析	158
一、童装行业市场供给预测分析	158
二、童装行业市场销量预测分析	159
第四节 2011-2015年中国童装市场盈利预测分析	159
第十一章 2011-2015年中国童装行业投资机会与风险分析	161
第一节 2010-2011年中国童装行业投资周期分析	161
一、经济周期	161
二、增长性与波动性	161
三、成熟度分析	161
第二节 2011-2015年中国童装行业投资机会分析	161
一、中国婴儿装、童装市场充满商机	161
二、全球童装市场增长空间广阔	162
三、中国童装市场迎来空前机遇	162
四、国内童装市场暗藏断层商机	162
第三节 2011-2015年中国童装行业投资风险分析	163
一、宏观调控政策风险	163
二、市场竞争风险	163
三、原料供给风险	164
四、市场运营机制风险	164
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	164
第四节 专家投资建议	164

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201111/78957.html>