2009年中国童装市场分析及投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国童装市场分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3111231112.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国童装行业发展环境分析
一、2008年中国经济发展环境分析
（一）2008年前三季度经济运行情况
（二）全球金融危机对中国产业格局影响
（三）中国应对金融危机的措施
二、2008年中国童装行业发展政策环境分析
三、2008年中国童装行业发展社会环境分析
（一）中国人口增长状况分析
（二）中国儿童数量分析
（三）中国家长对孩子的重视程度分析
第二章 2008年全球童装行业发展形势分析
一、2008年全球童装行业发展状况分析
（一）“AMICI”童装全球的一颗时尚巨星
（二）2008年全球童装品牌排行榜分析
（三）2008年全球童装产业发展特点分析
二、2008年全球童装市场运行状况分析
（一）产销状况分析
（二）价格走势分析
（三）进出口贸易分析
三、2009-2012年全球童装市场发展趋势分析
第三章 2008年主要国家童装市场运行态势分析
一、美国
（一）美国服装纺织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
二、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
三、日本
（一）日本童装市场的回顾
（二）高级童装在日本受宠
四、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
第四章 2008年中国童装行业的发展概述分析
一、2008年中国童装市场发展概况分析
（一）行业集中度较低
（二）消费者需求走向高端
（三）产品结构呈现优化态势
（四）出现"重女轻男"现象
二、2008年中国童装市场存在的问题分析
（一）童装行业出口问题
（二）国产童装“无牌”设计
（三）批发市场童装质量堪忧
（四）童装款式雷同阻碍发展
（五）童装试衣间的“缺席”
三、2008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）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
第五章 2008年中国童装市场运行状况分析
一、2008年中国童装市场总体发展状况分析
二、2008年中国童装市场供需概述
（一）中国童装市场两极分化严重
（二）市场上奇缺大童装
（三）我国针织童装市场急待开发
三、2008年中国童装市场供需态势分析
（一）中国童装市场供给状况分析
（二）中国童装市场需求状况分析
四、2008年中国童装市场价格走势分析
五、2008年中国童装进出口市场概况分析
第六章 2008年中国童装行业消费市场分析
一、2008年中国童装消费者收入分析
（一）中国儿童情况
（二）消费者收入水平

（三）居民消费价格指数
（四）消费者购买行为分析
二、2008年中国童装消费市场特点分析
（一）市场差异小
（二）形式产品重于实质产品
（三）广告的促销作用强
（四）儿童越来越具有购买权
（五）综合性大商场和超市是购买儿童服装的主要地点
（六）儿童服装的主要购买者为年轻的父母
三、2008年影响中国童装消费的因素分析
（一）价格的影响
（二）动画片的影响
（三）色彩学的影响
四、2008年中国童装企业采取的营销策略分析
（一）形象营销策略
（二）概念营销策略
（三）品牌营销策略
（四）文化（知识）营销
（五）广告心理策略
（六）建立和发展网络营销
第七章 2008年中国童装市场营销分析
一、2008年中国童装市场营销概况分析
（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
二、2008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
三、2008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
四、2008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
五、2008年中国童装行业营销新模式分析
（一）“品牌会员店”模式
（二）童装中的体验销售
（三）童装品牌折扣分析
（四）童装连锁发展分析
（五）童装网络营销分析
第八章 2008年中国童装市场销售渠道分析
一、2008年中国童装销售渠道构成分析
（一）百货商场
（二）服装批发市场、专业服装市场
（三）专业、专卖店
（四）名品折扣点
（五）大卖场
二、2008年中国童装网络营销现状分析
（一）网络营销优势
（二）服装网络营销策略选择
（三）服装网络营销注意问题
三、2008年国外童装销售渠道对中国童装企业的借鉴
（一）零售方式
（二）网络营销
（三）特许经营
（四）新型服装零售模式——敏捷零售
四、2008年中国服装销售方式的变化分析
（一）百货商场
（二）服装批发市场
（三）专业、专卖店
五、2008年中国童装销售渠道存在问题分析
（一）批发
（二）代理商
（三）商场专柜
（四）专卖店
六、2009-2012年中国童装销售渠道趋势分析

（一）复合营销网络
（二）与零售业结成联盟
第九章 2008年中国童装品牌市场发展态势分析
一、2008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
二、2008年中国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
三、2008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
四、2008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 2008年中国童装市场竞争格局分析
一、2008年中国童装市场竞争现状分析
（一）传统服饰仍占“主流”
（二）洋童装品牌占优势
（三）童装品牌迎战绿色竞争
（四）娃哈哈与太子奶的进入
二、2008年中国童装品牌竞争分析
（一）童装品牌竞争格局
（二）童装品牌竞争力分析
（三）童装品牌占有率比较
三、2008年中国童装行业竞争解析
（一）高科技竞争
（二）品牌竞争
（三）渠道竞争

（四）管理竞争
（五）创新竞争
（六）人力资源竞争
（七）理念竞争
（八）资讯竞争
（九）竞争的弱化
四、2008年中国童装企业的竞争策略分析
（一）降低企业管理费用、尽可能减少各环节成本
（二）优化出口产品结构，提高出口商品附加值
（三）调整客户结构，培育优质客户
（四）深度开发市场，拓宽出口渠道
（五）减少外地货源的采购比例，规避风险
（六）外销与内贸双管齐下
（七）海外设厂或海外注册
第十一章 2008年中国童装产业集群的发展局势分析
一、2008年中国童装产业集群的概况分析
（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
二、浙江织里
（一）浙江织里镇社会经济及童装产业的回顾
（二）织里童装企业的信息化
（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
（六）织里童装打造“童装航母”
三、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
四、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”
（五）三大推力助服装升级
第十二章 2008年中国童装区域市场发展走势分析
一、北京
（一）北京童装市场品牌趋同个性
（二）2008年北京童装市场发展态势分析
二、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
（四）2008年上海市场发展态势分析
三、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
（四）2008年深圳市场运行态势分析
四、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
第十三章 中国童装知名品牌企业分析
一、米奇妙
（一）企业概况
（二）企业竞争力分析
二、派克兰帝
（一）企业概况
（二）企业竞争力分析
三、红黄蓝
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
四、力果
（一）企业概况

（二）企业竞争力分析
五、巴拉巴拉
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
六、今童王
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
七、博士蛙
（一）企业概况
（二）企业竞争力分析
八、雅多
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
九、玛米玛卡
（一）企业概况
（二）企业竞争力分析
十、笑咪咪
（一）企业概况
（二）企业竞争力分析
第十四章 2008年中国童装行业相关产业发展态势分析
一、纺织行业
（一）中国纺织行业市场动态分析
（二）中国纺织行业存在的问题分析
（三）2009-2012年中国纺织行业发展趋势预测分析
二、棉花行业
（一）中国棉花行业市场动态分析
（二）中国棉花行业存在的问题分析
（三）2009-2012年中国棉花行业发展趋势预测分析
三、面料市场
（一）中国面料行业市场动态分析
（二）中国面料行业存在的问题分析
（三）2009-2012年中国面料行业发展趋势预测分析

第十五章 2009-2012年中国童装的发展及投资分析
一、2009-2012年中国童装市场需求发展趋势分析
（一）趋向品牌化
（二）趋向个性化
（三）趋向系列化
（四）趋向环保健康型
（五）趋向服务型
二、2009-2012年中国童装市场发展趋势分析
（一）“四化”趋势明显
（二）品牌童装将成消费热点
（三）童装产品将更加细分化
（四）品牌童装将走少批量多批次、经营品种全的道路
（五）童装销售人员更加专业
三、2009-2012年中国童装流行趋势分析
（一）逐渐走进品牌细分时代
（二）童装市场“成人风”强劲
（三）儿童"奢侈消费"开始显现
（四）童装的个性化趋势明显
（五）时尚类童装市场空间渐大
（六）健康环保成为童装发展趋势
四、2009-2012年中国童装行业市场发展趋势分析
（一）中国童装市场规模预测分析
（二）中国童装市场供需状况预测分析
五、2008年中国童装行业投资现状分析
（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
六、2009-2012年中国童装行业投资机会
（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
七、2009-2012年中国童装行业投资风险分析
（一）童装企业的内部风险分析
（二）品牌效应给童装企业带来的风险分析

八、2009-2012年中国童装行业投资建议
（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

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况
图表：2008年前三季度中国三大产业结构
图表：2003-2008年中国工业增加值增长率
图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况
图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势
图表：2008年1-9月中国外贸增长情况
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单
图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3111231112.html