

2011-2015年中国童装行业市场专项调研与投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国童装行业市场专项调研与投资战略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/115085115085.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

近年来中国的童装市场上出现了一种新的市场：网上市场。这个就是电子商务在传统行业中起到重大作用的一种表现方式，作为全球首个综合行业商业信息集合平台，汇聚各行各业的代销产品展销信息、代理项目招商信息、直销产品供应信息等。

中国报告网发布的《2011-2015年中国童装行业市场专项调研与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了童装行业相关概述、中国童装行业市场发展环境等，接着分析了中国童装行业市场运行的现状，然后介绍了中国童装市场竞争格局。随后，报告对中国童装行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国童装行业发展趋势与投资预测。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 童装行业相关概述

第一节 童装行业发展情况

一、童装定义

二、童装行业发展历程

第二节 童装产业链分析

一、产业链模型介绍

二、童装产业链模型分析

第三节 2009-2011年中国童装行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 2010-2011年世界童装行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界童装行业发展环境分析

第二节 2010-2011年世界童装行业市场发展格局

一、全球纺织行业结构调整

二、世界童装市场特征分析

三、全球运动品牌童装透析

四、成装品牌竞相进入童装市场

第三节 2010-2011年世界主要国家童装行业运行态势剖析

一、韩国休闲服饰及儿童服装市场分析

二、美国童装市场概况分析

三、俄罗斯对高档儿童商品需求旺盛

四、法国制定儿童服装新尺码标准

五、日本服装品牌推出延伸战略进军童装市场

第四节 2011-2015年世界童装行业发展趋势分析

第三章 2010-2011年中国童装行业市场发展环境分析

第一节 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国童装市场政策环境分析

一、《FZ/T73023-2006抗菌针织品》

二、《GB/T20944-2007纺织品抗菌性能的评价》

三、我国服装行业最新八项国家标准出台

四、服装业新10项国家标准

五、服装行业十二五规划

第三节 2010-2011年中国童装市场技术环境分析

第四节 2010-2011年中国童装市场社会环境分析

第四章 2010-2011年中国童装行业市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国童装市场发展现状分析

一、行业规模及分布现状分析

二、市场供需现状分析

三、童装市场价格现状分析

四、童装市场流行现状分析

第二节 2010-2011年中国童装行业发展动态分析

一、美邦服饰大举进军童装市场

二、茶山童装闪亮时装周

三、红孩儿引领中国时尚童装行业流行趋势

第三节 2010-2011年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

第四节 2010-2011年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、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

第五节 2010-2011年中国童装市场典型营销案例分析

第五章 2008-2010年中国纺织服装制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国纺织服装制造行业总体数据分析

一、2008年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析

二、2009年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析

三、2010年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2010年中国童装区域市场运行动态分析

第一节 北京童装市场分析

一、北京童装销售概况

二、北京市场品牌童装产品现状

三、2010年春节北京童装市场大童装销售火爆

四、北京童装市场发展预测

第二节 广东省童装市场分析

一、广东省童装产业潜力分析

二、广东童装业发展瓶颈分析

三、深圳童装品牌市场解析

四、2010年深圳童装品牌分析

第三节 浙江省童装市场分析

一、浙江童装品牌化运作分析

二、2010年浙江童装品牌发展分析

三、浙江童装新一轮品牌升级分析

四、杭州童装市场投资分析

第四节 山东省童装市场发展分析

一、山东省童装市场发展前景

二、山东省童装市场存在的问题

三、山东省童装市场消费者需求特点

四、山东省童装市场的发展建议

第五节 江苏童装市场

一、2010年江苏服装行业发展

二、江苏童装生产情况

三、江苏童装市场分析

四、江苏童装消费者需求特点

五、江苏童装销售促销方式

第七章 2010年中国童装相关产业运行分析

第一节 服装制造业

一、2010年服装产品生产情况

二、金融危机形势下行业的发展态势

三、2010年纺织服装行业出口情况分析

四、2010年中国服装企业发展机遇及转型分析

五、年纺织服装外销市场发展预测

第二节 纺织行业发展分析

一、我国纺织行业经济运行分析

二、2010年我国纺织行业内需市场回顾

三、2010年中国纺织行业发展目标分析

四、2010年中国纺织内需市场预测

第三节 2010年各地区纺织服装制造经济指标

第八章 2010-2011年中国童装市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国童装行业竞争现状

一、高新技术竞争

二、高端童装品牌市场竞争

三、童装销售渠道竞争

四、跨国企业参与童装市场竞争分析

五、高端童装品牌市场竞争

第二节 2010-2011年中国童装行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2010-2011年中国童装行业竞争中存的问题

第四节 2011-2015年中国童装行业竞争趋势分析

第九章 中国童装前十大领先企业发展分析

第一节 米奇妙

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 安奈儿

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 红黄蓝

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 JOJO

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 巴拉巴拉

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 娃哈哈

一、公司概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 樱桃小丸子

一、公司概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 派克兰帝

一、公司概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 塔嘀嗒

一、公司概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 玛米玛卡

一、公司概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2010-2011年产能及占比

五、2010-2011年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十章 2011-2015年中国童装行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2011-2015年中国童装行业发展前景分析

第二节 2011-2015年中国童装行业发展趋势分析

一、童装行业消费趋势

二、童装行业品牌趋势

三、童装行业营销趋势

四、童装行业流行趋势

第三节 2011-2015年中国童装行业市场预测分析

一、童装行业市场供给预测分析

二、童装行业市场销量预测分析

第四节 2011-2015年中国童装市场盈利预测分析

第十一章 2011-2015年中国童装行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2011年中国童装行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第二节 2011-2015年中国童装行业投资机会分析

一、中国婴儿装、童装市场充满商机

二、全球童装市场增长空间广阔

三、中国童装市场迎来空前机遇

四、国内童装市场暗藏断层商机

第三节 2011-2015年中国童装行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

中国报告网发布的《2011-2015年中国童装行业市场专项调研与投资战略研究报告》共十一章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/115085115085.html>