

中国童装行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析预测报告

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《中国童装行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/100141100141.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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

近几年我国童装行业发展速度较快，受益于童装行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，童装行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得童装行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国童装行业重新迎来良好的发展机遇。进入2010年我国童装行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国童装行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，童装行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时童装行业业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

中国报告网发布的《中国童装行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析预测报告》共十一章。首先介绍了中国童装行业相关概述，接着分析了中国童装行业全球市场发展状况，然后对中国童装行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国童装行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国童装行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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“十一五”期间市场动态聚焦

第一节 2010年全球服装纺织行业运行综述

- 一、全球纺织行业结构调整
- 二、全球运动品牌童装透析
- 三、成装品牌竞相进入童装市场
- 第二节 2010年世界主要国家童装运行分析
 - 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
- 第三节 2011-2015年世界童装产业发展前景预测分析
- 第二章 “十一五”期间童装行业运行形势透析
 - 第一节 2010年中国纺织行业运行综述
 - 一、中国纺织行业特点分析
 - 二、国内纺织企业经营状况
 - 三、中国纺织工业发展外部环境
 - 四、中国纺织工业发展策略
 - 第二节 2010年中国纺织服装行业发展
 - 一、中国纺织服装行业集中度
 - 二、中国纺织服装业盈利水平
 - 三、中国纺织服装行业前景
 - 第三节 2010年中国纺织服装经济运行分析
 - 一、2010中国服装行业效益情况
 - 二、2010中国服装行业投资情况
 - 三、2010中国服装行业销售情况
- 第三章 “十一五”期间中国童装行业发展环境分析
 - 第一节 国内宏观经济情况分析
 - 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 中国童装行业政策环境分析
 - 一、童装行业监管体制分析
 - 二、童装行业相关政策分析
- 第四章 “十一五”期间我国童装行业发展现状分析
 - 第一节 童装行业发展基本情况
 - 一、我国童装行业发展现状分析

二、我国童装行业供需情况分析

三、我国童装行业技术发展状况

第二节 我国童装行业存在问题及发展限制分析

一、主要问题与发展受限

二、基本应对的策略

第五章 童装行业“十一五”品牌市场运行分析

第一节 2010年中国童装市场品牌现状分析

一、童装行业洗牌分析

二、特色童装品牌分析

三、童装产业品牌升级分析

四、制约童装品牌培育和发展的因素

第二节 2010年中国童装市场品牌营销分析

一、童装市场进入品牌经营的新时期

二、童装品牌销售情况分析

三、童装品牌的文化营销分析

第三节 2010年中国童装企业品牌细分市场定位分析

一、年龄层细分市场

二、个性定位细分市场

三、功能定位细分市场

第六章 童装行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国童装行业总体数据分析

一、2008年中国童装行业全部企业数据分析

二、2009年中国童装行业全部企业数据分析

三、2010年中国童装行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国童装行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国童装行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国童装行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国童装行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国童装行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国童装行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国童装行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国童装行业不同所有制企业数据分析

第七章 童装行业“十一五”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

第八章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第九章 童装行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”童装行业区域格局变化预测

第二节 童装行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 童装行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 童装行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 米奇妙

一、品牌价值

二、销售状况分析

三、营销策略

第二节 派克兰帝

一、基本情况 166

二、童装品牌

三、“派克兰帝”成中国童装色彩研发基地

第三节 红黄蓝

一、基本情况

二、营销策略

三、经营状况

第四节 力果

一、基本情况

二、经营策略

三、品牌定位

第五节 巴拉巴拉

一、基本情况

二、品牌发展

三、发展前景

第六节 今童王

一、基本情况

二、品牌战略

第七节 博士蛙

- 一、基本情况
- 二、品牌战略

第八节 雅多

- 一、基本情况
- 二、主要产品
- 三、品牌策略

第九节 玛米玛卡

- 一、品牌介绍
- 二、品牌分析
- 三、品牌动态

第十节 笑咪咪

- 一、基本情况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、市场运营状况分析

第十一章 童装行业“十二五”发展预测分析

第一节 童装行业“十二五”供需格局预测

一、童装行业“十二五”供给形式预测分析

- 1、主要供给指标预测
- 2、影响供给重大因素

二、童装行业“十二五”需求形式预测分析

- 1、主要需求指标预测
- 2、影响需求重大因素
- 3、需求格局构成研究

第二节 童装行业“十二五”进出口形势预测

- 一、进口形式预测
- 二、出口形式预测
- 三、进出口影响因素分析

第三节 童装行业“十二五”价格走势预测

- 一、主要价格指标预测
- 二、影响价格变化主要因素分析

第十二章 童装行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 童装行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 童装行业“十二五”发展趋势分析

- 一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 童装行业“十二五”投资重点分析

第四节 童装行业“十二五”投资机会分析

第五节 童装行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年年财政收入

图表：2005-2010年上半年年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/100141100141.html>