

2008-2009年中国童装行业研究咨询报告

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《2008-2009年中国童装行业研究咨询报告》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/fangzhi/2810928109.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

【英文版价】 15000元【英文电子】 16000元【英文两版】 17000元2008年，在北京奥运会的背景下，较多童装企业在2008年的产品开发、款式设计中，注重奥运元素运用，推出与运动概念相联系的款式和图案，借助奥运东风，向消费者传递运动、健康、活力的精神，成为童装设计中的一个热点。在2008年童装市场与奥运主题相关的款式受到消费者青睐，其中运动系列、奥运系列的童装将成为2008年童装市场的一大亮点。同时，在奥运会期间较多童装企业运用奥运会概念，策划奥运经济营销策略，推出以围绕奥运为主题的各类营销活动、市场推广、公关营销的举措，可带动与运动概念的相关款式和系列走俏，将成为2008年童装市场一大商机。童装消费成了服装业发展的一个新增长点，随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，中国童装市场的消费需求已由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装需求趋向潮流化、品牌化。中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”，童装企业在做品牌时，需要真正做一个有文化内涵的品牌。童装企业的竞争也由产品竞争、高新技术竞争、品牌竞争、渠道竞争、管理竞争向综合方面的竞争过渡。然而，纵观我国童装市场，缺乏品牌支撑，而国外童装市场早已品牌化、专业化，形成不可复制到品牌优势，这在我国是欠缺的。在品牌上，我国缺乏强有力的童装品牌支撑，导致产品竞争力不强；在产品上，缺乏多样性和创新设计理念，使童装陷入“同质化”的恶性竞争趋势；在营销推广上，盲目跟风，混乱的销售通道，无法支撑起整个市场。在这种趋势下，童装市场需要一个具有支撑力的品牌，撬动整个市场、引领整个行业的发展！2008年10月1日起《婴幼儿服装标准》的正式实施，童装行业进一步规范化，这也将带动童装行业的发展进程。在今后几年，随着我国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，将进一步推动童装市场进入新一轮的发展期。到2010年，预计我国童装消费市场规模将突破650亿元。加之人们收入水平的提高，特别是城镇及农村消费能力的增强，也将成为带动童装市场需求增长的因素之一。2009年以及未来几年，童装市场消费需求将呈现一个稳步上升的趋势。本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全球纺织、全国商业信息中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国童装行业的行业发展现状、市场前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地分析，对今后我国童装产业的发展做出了精确的预测。同时，本报告也对童装产业的特点，童装产业的投资环境进行了分析。报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较分析，为童装生产企业和经销商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录 目录CONTENTS第一部分 行业发展概况第一章 童装行业发展概况 1第一节

童装行业基本情况	1一、童装涵盖范围	1二、童装设计分类	1第二节
中国童装发展历史及特点	3一、中国童装发展历史	3二、国内童装行业的发展特点	6第三节
中国童装产业概况	7一、童装产业结构情况	7二、童装产业链分析	7三、童装产业特性分析
8第二章	世界童装行业发展分析	11第一节	全球童装行业发展概况
11一、全球童装业发展概况		11二、全球童装企业增长的因素	
14三、全球童装市场增长、需求现状及趋势	15四、2012年全球童装零售额预测	16第二节	
美国童装市场发展分析	17一、美国童装市场特点分析	17二、美国童装消费市场格局	
18三、2008年美国童装市场趋势分析	20第三节	俄罗斯童装市场发展分析	
21一、俄罗斯童装市场发展现状		21二、俄罗斯童装市场竞争分析	
23三、俄罗斯消费者购买童装心理分析	24第四节	其他部分国家童装市场分析	
25一、日本童装市场发展分析	25二、法国童装市场发展分析	27第三章	
童装相关行业发展分析	29第一节	纺织行业发展分析	
29一、2008年纺织产业集群发展亮点分析	29二、2008年纺织行业调整分析		
31三、2008年影响纺织行业发展及贸易走势的因素分析			
34四、2008年纺织行业效益发展分析	36第二节	服装行业发展分析	
40一、2008年中国服装产量分析	40二、2008年服装业三标准实施		
50三、2008年中国服装内销及需求市场分析	52四、2009年春夏服装流行趋势预测		
54第三节	布料辅料行业发展分析	55一、中国服装辅料产业发展现状分析	
55二、2008-2009年服装面料流行趋势	58三、2008-2009年服装面料发展趋势		
59四、服装辅料发展趋势	61第二部分	行业发展现状	第四章 中国童装行业发展分析
63第一节	我国童装发展概况	63一、童装业发展概况	63二、童装业变革分析
66三、2008年首部《婴幼儿服装标准》开始执行	70第二节	童装行业发展前景分析	
74一、时尚童装市场前景分析	74二、2008年奥运年我国童装发展空间分析		
75三、奥运后童装市场发展前景分析	76第三节	2008年童装行业发展现状	
77一、2008年童装市场状况与特点分析	77二、2008年全国儿童服装产量合计		
82三、2008年童装市场规模分析	88四、2008年内销儿童服装抽查结果		
89五、2008年童装发展态势	90六、童装行业发展增速分析	92第四节	
2008年童装进出口统计	93一、针织或者钩编的婴儿服装进出口统计		
93二、非针织或者钩编的婴儿服装进出口统计	98第五节	童装行业存在的问题	
102一、童装成人化趋势明显	102二、童装价格偏贵	103三、国产童装“无牌”设计	
106四、批发市场童装质量堪忧	107五、童装市场的“重女轻男”现象	108第五章	
童装品牌市场发展分析	110第一节	2008年童装市场品牌现状分析	
110一、童装行业洗牌分析	110二、特色童装品牌分析	112三、童装品牌的文化营销分析	
113四、童装产业洗牌对企业的影响	117五、应对童装洗牌的措施	118第二节	
中国童装市场品牌发展分析	120一、童装品牌销售情况分析	120二、童装产业品牌升级分析	

122三、童装企业品牌发展态势	123四、制约童装品牌培育和发展的因素	126第三节
童装品牌市场发展方向	127一、2008年奥运年童装品牌风格分析	127二、童装的品牌化道路
130三、童装市场进入品牌经营的新时期	132四、童装产业品牌升级路径分析	134第四节
童装企业品牌细分市场定位分析	136一、年龄层细分市场	137二、个性定位细分市场
137三、功能定位细分市场	139第三部分	行业产区、区域市场及消费分析
中国童装行业产区分析	141第一节	童装产业集群发展分析
141一、中国童装三大童装产业区分布	141二、童装集群地的共同特点	
142三、童装产业集群优势分析	143四、童装产业集群发展策略	145第二节
凤里童装业发展分析	150一、凤里童装集群化概况	
150二、凤里提升童装国际经营意识的措施	152第三节	织里童装业发展分析
153一、织里童装产业集群发展概况	153二、织里童装企业整合分析	
159三、2008年织里童装转型升级策略	160第四节	佛山童装业发展分析
162一、佛山童装产业集群化概况	162二、2008年佛山童装质量抽查情况	
162三、2008年佛山童装产业发展走向	164第七章	中国童装区域市场状况
167第一节	北京童装市场分析	167一、北京童装销售概况
167二、北京市场品牌童装产品现状	170三、2008年北京童装市场奥运卖点	172四、奥运后北京童装市场发展预测
173第二节	广东省童装市场分析	174一、广东省童装产业潜力分析
174二、广东童装业发展瓶颈分析	174三、深圳童装品牌市场解析	175四、2008年深圳童装品牌分析
177第三节	浙江省童装市场分析	178一、浙江童装品牌化运作分析
178二、2008年浙江童装品牌发展分析	179三、浙江童装新一轮品牌升级分析	
181四、杭州童装市场投资分析	182第四节	山东省童装市场发展分析
185一、山东省童装市场发展前景	185二、山东省童装市场存在的问题	
185三、山东省童装市场消费者需求特点	186四、山东省童装市场的发展建议	188第八章
中国童装行业消费市场分析	190第一节	中国童装消费者收入分析
190一、中国人口、人民生活分析	190二、2008年消费者收入水平	
193三、2008年消费者信心指数分析	199第二节	童装消费市场状况
203一、童装行业消费特点	203二、童装消费者分析	205三、童装消费结构分析
206四、童装消费的市场变化	208五、童装市场的消费方向	208第三节
童装市场消费需求分析	211一、童装市场的消费需求变化	211二、童装行业的需求分析
213三、2008年童装品牌市场消费需求分析	216第四节	影响童装消费的因素分析
219一、价格的影响	219二、动画片的影响	221三、色彩学的影响
221第四部分	行业竞争格局分析	第九章
童装行业市场竞争分析	225第一节	中国童装行业竞争现状
225一、童装企业竞争分析	225二、中国童装品牌竞争分析	225三、童装争夺奥运商机
227四、中国童装产业渠道竞争力分析	228第二节	中国童装市场竞争格局
230一、童装市场竞争现状	230二、童装市场消费改变引发竞争升级	

232三、童装市场价格战竞争分析	233第三节	中国童装品牌竞争分析
235一、高新技术童装竞争	235二、童装品牌竞争	236三、童装渠道竞争
237四、童装管理竞争	237五、童装创新竞争	237六、童装企业人力资源竞争
238七、童装企业理念竞争	238八、童装企业资讯竞争	238九、童装企业竞争的弱化
238第十章 童装行业优势企业分析	240第一节	米奇妙
240一、品牌概况	240二、品牌营销策略	241第二节 安奈儿
242一、品牌概况	242二、2008年品牌动态	242第三节 红黄蓝
244一、品牌概况	244二、2008年品牌动态	245第四节 JOJO
248一、品牌概况	248二、品牌特色	248第五节 巴拉巴拉
249一、品牌概况	249二、品牌成功经验	250三、品牌前景分析
252第六节 娃哈哈	253一、品牌概况	253二、2008年品牌动态
254第七节 樱桃小丸子	255一、品牌概况	255二、品牌理念及策略
257第八节 派克兰帝	258一、品牌概况	258二、品牌产品设计分析
264三、品牌经营策略分析	265第九节 嗒嘀嗒	269一、品牌概况
269二、品牌发展特色	270第十节 玛米玛卡	272一、品牌概况
272二、品牌分析	273三、品牌前景	273第十一节 其他企业
274一、叮当猫	274二、芝麻开门	277三、生肖王
277四、小猪班纳	278五、T100	279六、博士蛙
280七、笑咪咪	282八、雅多	284第五部分
行业发展模式及策略分析第十一章	童装行业模式及策略分析	289第一节
中国童装行业营销新模式分析	289一、“品牌会员店”模式	289二、童装中的体验销售
290三、童装品牌折扣分析	291四、童装连锁发展分析	294五、童装网络营销分析
296第二节 中国童装行业的品牌策略分析	298一、品牌建设是适应市场关键	298二、童装品牌的市场细分策略
299三、童装销售渠道策略的方式	302四、现代儿童服装消费策略分析	303五、国内童装广告促销策略分析
308第三节 童装品牌传播策略发展	309一、产品传播	310二、口碑传播
310三、公关传播	311四、事件传播	311五、分众传播
312六、新媒体传播	312第十二章 童装品牌营销策略分析	314第一节 我国童装市场及营销策略现状
314第二节 儿童服装市场环境分析	315一、消费者分析	315二、竞争者分析
315第三节 儿童服装营销策略	316一、品牌策略	316二、形象策略
316三、产品策略	317四、定价策略	317五、促销策略
318六、网络营销策略	319七、陈列营销策略	319第六部分
行业发展趋势及投资分析第十三章	童装行业发展趋势分析	321第一节
童装行业消费市场预测	321一、童装消费流行趋势分析	321二、未来童装市场消费需求趋势
322第二节 童装行业发展预测	323一、绿色童装引领潮流	323二、我国童装市场规模及预测
324三、未来中国童装市场变化趋势	325第三节 童装行业流行趋势分析	328一、2008年童装流行风
328二、2008年秋冬童装流行趋势预测	329三、2009年春夏童装流行四大风格	331四、2008-2009年国际品牌童装流行趋势
332第十四章 童装行业投资分析	334第一节 童装市场投资环境分析	334一、童装市场宏观环境分析
334二、童装市场微观环境分析	335第二节	

童装行业市场投资概况	337一、童装市场的投资特性	337二、童装业进入的障碍分析
338三、童装产业投资现状	340四、童装的投资利润分析	341第三节
中国童装行业投资机遇及风险分析		345一、中国童装业投资风险分析
345二、中国童装产业的潜在优势	346图表目录	
26图表：日本父母为自己的孩子购买服装特别日子介绍	图表：日本父母为孩子选择服装的因素	
26图表：2008年2-8月服装产量全国合计	40图表：2008年2-8月服装产量北京市合计	
41图表：2008年2-8月服装产量天津市合计	41图表：2008年2-8月服装产量河北省合计	
41图表：2008年2-8月服装产量山西省合计	42图表：2008年2-8月服装产量辽宁省合计	
42图表：2008年2-8月服装产量吉林省合计	42图表：2008年2-8月服装产量黑龙江合计	
43图表：2008年2-8月服装产量上海市合计	43图表：2008年2-8月服装产量江苏省合计	
43图表：2008年2-8月服装产量浙江省合计	44图表：2008年2-8月服装产量安徽省合计	
44图表：2008年2-8月服装产量福建省合计	44图表：2008年2-8月服装产量江西省合计	
45图表：2008年2-8月服装产量山东省合计	45图表：2008年2-8月服装产量河南省合计	
45图表：2008年2-8月服装产量湖北省合计	46图表：2008年2-8月服装产量湖南省合计	
46图表：2008年2-8月服装产量广东省合计	46图表：2008年2-8月服装产量广西区合计	
47图表：2008年2-8月服装产量重庆市合计	47图表：2008年2-8月服装产量四川省合计	
47图表：2008年2-8月服装产量贵州省合计	48图表：2008年2-8月服装产量云南省合计	
48图表：2008年2-8月服装产量陕西省合计	48图表：2008年2-8月服装产量甘肃省合计	
49图表：2008年2-8月服装产量新疆区合计	49图表：2008年2-8月服装产量宁夏区合计	
49图表：2008年2-8月服装产量内蒙古合计	50图表：2008年2-8月服装产量青海省合计	
50图表：2008年6月份全国重点大型零售企业服装市场销售情况		
52图表：2008年6月全国服装类商品零售价格指数和消费价格指数		
52图表：2008年2-6月全球大型服装零售企业产品价格指数月度变化示意图		
53图表：2008年2-8月儿童服装产量全国合计		
82图表：2008年2-8月儿童服装产量北京市合计		
82图表：2008年2-8月儿童服装产量天津市合计		
83图表：2008年2-8月儿童服装产量河北省合计		
83图表：2008年2-8月儿童服装产量辽宁省合计		
83图表：2008年2-8月儿童服装产量上海市合计		
84图表：2008年2-8月儿童服装产量江苏省合计		
84图表：2008年2-8月儿童服装产量浙江省合计		
84图表：2008年2-8月儿童服装产量安徽省合计		
85图表：2008年2-8月儿童服装产量福建省合计		
85图表：2008年2-8月儿童服装产量江西省合计		
85图表：2008年2-8月儿童服装产量山东省合计		

- 86图表：2008年2-8月儿童服装产量河南省合计
- 86图表：2008年2-8月儿童服装产量湖北省合计
- 86图表：2008年2-8月儿童服装产量湖南省合计
- 87图表：2008年2-8月儿童服装产量广东省合计
- 87图表：2008年2-8月儿童服装产量广西区合计
- 87图表：2008年2-8月重庆市儿童服装产量合计
- 88图表：2008年2-8月四川省儿童服装产量合计
- 88图表：2008年2-8月儿童服装产量陕西省合计
- 88图表：2008年1月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 93图表：2008年2月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 93图表：2008年3月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 94图表：2008年1季度针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 94图表：2008年4月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 94图表：2008年5月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 94图表：2008年6月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 94图表：2008年2季度针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 95图表：2008年7月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 95图表：2008年8月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 95图表：2008年1-8月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 95图表：2008年1月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 95图表：2008年2月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 96图表：2008年3月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 96图表：2008年1季度针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 96图表：2008年4月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 96图表：2008年5月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 96图表：2008年6月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 97图表：2008年2季度针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 97图表：2008年7月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 97图表：2008年8月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 97图表：2008年1-8月针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
- 97图表：2008年1月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 98图表：2008年2月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 98图表：2008年3月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 98图表：2008年1季度非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
- 98图表：2008年4月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计

99图表：2008年5月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
99图表：2008年6月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
99图表：2008年2季度非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
99图表：2008年7月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
99图表：2008年8月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
100图表：2008年1-8月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计
100图表：2008年1月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
100图表：2008年2月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
100图表：2008年3月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
100图表：2008年1季度非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
101图表：2008年4月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
101图表：2008年5月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
101图表：2008年6月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
101图表：2008年2季度非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
101图表：2008年7月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
102图表：2008年8月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
102图表：2008年1-8月非针织或者钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计
102图表：2007年人口数及其构成 190图表：2003-2007年居民消费价格涨跌幅度
191图表：2007年居民消费价格比上年涨跌幅度
191图表：2003-2007年农村居民人均可支配收入及其增长速度
192图表：2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度
192图表：2008年1季度城镇单位就业人员劳动报酬情况
193图表：2008年2季度城镇单位就业人员劳动报酬情况
194图表：2008年1季度分地区城镇单位就业人员
195图表：2008年2季度分地区城镇单位就业人员
196图表：2008年1季度分地区城镇单位就业人员劳动报酬
197图表：2008年上半年分地区城镇单位就业人员劳动报酬
198图表：2008年1月消费者信心指数 199图表：2008年2月消费者信心指数
199图表：2008年3月消费者信心指数 200图表：2008年4月消费者信心指数
200图表：2008年5月消费者信心指数 201图表：2008年6月消费者信心指数
201图表：2008年7月消费者信心指数 202图表：2008年8月消费者信心指数
202图表：樱桃小丸子童装品牌营销网点 257图表：派克兰帝公司品牌定位图 262略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2810928109.html>