

2007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《2007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/2824928249.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

内容简介童装市场是我国最有增长潜力的市场之一，我国拥有庞大的童装消费群体，童装市场具有极大的开拓潜力。然而，童装业在整个服装行业中所占比例甚小，目前我国童装产量仅占全国服装总产量的6%左右。未来几年全国童装需求量将以10%以上的速度递增，为此打造强势品牌已成为中国童装产业的当务之急。中国国内城镇居民对各式童装的消费量近年来一直呈上升趋势，年增长率为26.5%。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。随着整个服装产业的发展，我国的童装正面临着新一轮的产业升级，主要表现在产业集聚地变化、产品品质提升、产量加大和产业链完善几个方面。如今的童装企业，人们早已不是仅仅满足于产品的质量、性能，人们在更多的时候还重视产品的潜在功能——时尚性、个性化、对孩子起到一些潜移默化的教育作用。各品牌商家纷纷在设计上做文章，在文化内涵上做文章，让消费者消费的不仅是产品，更多的是一种文化、一种生活理念。2006年童装市场竞争激烈，然而国内童装企业却缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。从市场格局来分析，我国童装销售大部分集中在批发市场，而在这里销售的产品多数没有品牌，属中低档产品。从产业格局来分析，童装产业的进入门槛较低，最近几年企业数更是急速增长，以中小企业为主，在众多企业中拥有自主品牌的企业不过几百个，年销售额过亿元的企业仅有十几个。2007年在现代市场经济条件下，随着市场营销环境的不断变化，童装企业在开展市场营销活动中，如何通过建立与市场需求相适应的营销系统，采取有效的营销策略，监视和预测其周围的市场营销环境的变化呢？如何运用合适的营销对策，使企业的营销策略与市场营销环境的变化相适应，从而促进童装企业经营的发展呢？本研究咨询报告根据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发展计划委员会、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。本报告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，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。

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 童装行业发展历史
1一、全球童装行业发展史 1二、中国童装行业发展史 4第二节 童装行业特点
7一、童装行业是一个劳动密集型产业 7二、童装行业缺乏规模经济效应

7三、童装行业流行周期短 7四、童装产品开发和展示的时效性 8五、童装行业的品牌效应
8六、童装行业相关产业多 9七、童装行业有被动消费和诱导消费的两重性 9
9第三节 童装产业分析 9一、产业结构分析 9二、产业链分析 10三、产业运行分析 11
11第二章 我国服装行业发展分析 12第一节 2006年服装行业经济运行分析
12一、服装行业经济运行概况 12二、国内服装市场销售情况 14三、服装进出口情况
15四、纺织服装制造收入前十家排名 20
20第二节 服装行业发展现状
24一、2007年服装行业需求分析 24二、服装行业消费分析 25
25第三节 服装行业营销分析
27一、营销策略分析 27二、营销模式分析 36三、营销渠道分析 39
39第四节 服装行业机会与劣势分析 43一、劣势分析 43二、机会分析 44
44第五节 服装行业批发市场分析 48一、发展现状分析 48二、市场特点分析 49三、存在问题分析
50四、市场策略分析 51五、前景展望 54
54第三章 童装行业相关产业分析 55第一节 国际纺织品行业概况 55一、国际纺织品贸易情况分析 55二、纺织行业贸易走向分析
56第二节 我国纺织行业概况 62一、纺织行业各产品产量分析
62二、纺织品服装行业技术进步纲要 66三、2007年一季度纺织行业运行分析 77
77第三节 棉花行业发展分析 82一、棉花行业进口特点 82二、影响我国棉花进口的主要因素
83第四节 面料市场发展分析 84一、2006年十大畅销棉质面料分析
84二、我国面料企业的发展路径分析 86三、新一代面料六大功能特征分析 88
88第二部分 行业市场分析第四章 2007年童装行业现状分析 91第一节 童装行业概况
91一、童装逐渐走向高档化 91二、大童服装断档严重 92三、童装产业集群集中
92四、外资企业优势明显 93
93第二节 童装行业品牌市场分析
94一、本土童装业内外并举拓名牌 94二、国内童装市场品牌之路 95
95第三节 童装市场环境解读 97一、童装市场宏观营销环境分析 98二、童装市场微观营销环境分析
99三、童装市场发展机遇和竞争环境分析 101
101第四节 童装行业消费者需求分析
103一、正确审美应从小做起 103二、时尚将进入童装 104三、儿童模特与商业限制
104四、消费者需求趋势分析 105
105第五节 童装行业消费者心理分析
107一、儿童服饰心理分析 107二、中学生服饰心理分析 108
108第六节 童装行业消费特点
110一、市场差异小 110二、形式产品重于实质产品 110三、广告的促销作用强
111四、儿童越来越具有购买权 111五、大商场和超市成购买的主要地点
112六、主要购买者为年轻的父母 112
112第五章 童装行业国外市场分析 113第一节 美国童装市场分析 113一、市场特点分析 113二、市场趋势分析 114三、企业竞争分析
115第二节 日本童装市场分析 116一、日本童装市场概况 116二、日本童装政策分析
120三、我国童装企业进入日本市场的途径 123
123第三节 欧盟主要国家童装市场分析
126一、法国童装市场分析 126二、英国童装市场分析 126三、欧盟童装市场发展策略
128
128第四节 韩国童装市场分析 128第六章 童装行业基地分析 130第一节 石狮童装基地分析
130一、基地概况 130二、销售方式分析 131三、发展目标分析 132四、进出口状况分析

139	第二节	织里童装基地分析	139一、基地概况	139二、发展特色分析
140	三、	成功因素分析	143四、发展目标分析	145五、产品销售分析
148	第三节	佛山童装基地分析	149一、基地概况	149二、品牌目标分析
150	三、	市场战略分析	152第四节	影响基地发展的不利因素分析
153	一、	缺乏人才	153二、	缺乏创新意识
153	三、	文化建设意识不强	154四、	缺乏竞争力强的品牌
154	五、	绿色壁垒的限制	154	第七章
156	第一节	童装产销情况分析	156	第一节
2006-2007年		儿童服装产品产量统计	156	一、
2006年		儿童服装产品产量统计	156	二、
2007年2-3月		儿童服装产品产量统计	163	第二节
2006-2007年		儿童服装进出口分析	167	一、
进口分析		167	二、	出口分析
174	第三节	2006年童装前十位品牌市场占有率分析		
182	一、	2006年4月各地区童装前十位品牌市场占有率分析		
182	二、	2006年9月各地区前十位品牌市场占有率分析	186	第四节
童装行业分地区市场状况				
192	一、	北京童装市场分析	192	二、
上海童装市场分析		219	三、	浙江童装市场分析
226	四、	深圳童装市场分析	230	五、
南昌童装市场分析		232	六、	武汉童装市场分析
235	七、	郑州童装市场分析	238	第八章
童装行业营销分析		239	第一节	童装产业发展策略分析
239	一、	发扬区位优势	239	二、
注入文化内涵		239	三、	加强创新意识
240	四、	建构科学的管理理念	241	第二节
童装销售渠道分析		241	一、	百货商店
241	二、	品牌专卖店	242	三、
专营店		243	四、	精品店
244	五、	超级市场、仓储式商场	245	第三节
童装企业品牌战略分析		246	一、	树立足够的魄力和决心
246	二、	规划科学的产品结构	247	三、
制定规范的价格体系		247	四、	构筑健康的渠道网络
248	第四节	童装企业市场营销策略分析	248	一、
形象营销策略		249	二、	概念营销策略
249	三、	品牌营销策略	250	四、
文化(知识)营销策略		251	五、	电视广告策略
251	六、	建立和发展网络营销策略	252	第五节
童装企业品牌营销策划误区分析		252	一、	品牌误区
253	二、	策划误区	254	三、
广告误区		257	四、	市场调研误区
261	五、	成本误区	262	第六节
童装行业渠道策略分析		263	一、	店面策略
263	二、	活动策略	264	三、
促销策略		265	第七节	外销型童装企业转型趋势及市场操作分析
266	一、	转型原因分析	266	二、
转型面临的问题分析		267	三、	转型策略分析
268	第三部分	行业竞争分析	第九章	童装行业竞争分析
271	第一节	童装行业竞争现状分析	271	一、
童装市场竞争概况		271	二、	童装企业竞争概况
274	第二节	童装行业竞争焦点分析	277	一、
高科技竞争		277	二、	品牌竞争
278	三、	渠道竞争	279	四、
管理竞争		279	五、	创新竞争
280	六、	人力资源竞争	280	七、
理念竞争		280	八、	资讯竞争
281	第三节	童装市场品牌竞争格局分析	281	一、
国际品牌钻空档		281	二、	进口品牌引爆中端市场
282	三、	国际童装品牌以卡通形象作为其品牌形象	283	第四节
童装行业竞争策略分析		284	一、	创新是出路
284	二、	提升设计与营销软肋	285	三、
营造好品牌文化		286	四、	能打持久战
287	第五节	童装行业影响竞争力的因素	288	一、
生产能力因素		288	二、	价格因素
289	三、	产品结构因素	289	四、
设计水平因素		289	五、	原材料开发因素

290第六节 影响童装行业价格的因素 290一、童装品牌授权费 290二、童装面料标准提高
291三、童装工艺复杂 292四、童装规格较多 292五、童装季节性优惠促销 293第十章
童装知名企业分析 294第一节 米奇妙 294一、品牌简介 294二、品牌营销策略 295第二节
派克兰帝 296一、公司简介 296二、公司品牌分析 299三、公司动态 301四、公司经营策略
304第三节 红黄蓝 309一、公司简介 309二、公司文化 310三、公司经营现状 311第四节
力果 313一、公司简介 313二、公司竞争策略 314三、公司品牌定位 315第五节 巴拉巴拉
316一、品牌介绍 316二、品牌动态 317三、品牌前景分析 319第六节 今童王
320一、公司简介 320二、公司品牌战略 320第七节 博士蛙 321一、公司简介
321二、公司品牌战略 322第八节 雅多 323一、品牌简介 323二、产品介绍
323三、品牌策略 324第九节 玛米玛卡 327一、品牌介绍 327二、品牌分析
327三、品牌动态 328第十节 笑咪咪 329一、公司简介 329二、公司发展策略 330第十一节
其他企业 332一、T100 332二、娃哈哈 334三、安奈儿 335四、小猪班纳
335五、樱桃小丸子 336六、久久 337七、叮当猫 338八、四季青 339九、巴布豆
341十、加菲猫 344第四部分 行业发展趋势第十一章 童装行业发展趋势分析 347第一节
我国童装行业未来运行趋势解析 347一、消费趋势 347二、生产趋势 349三、品牌趋势
350四、营销趋势 351第二节 童装市场发展趋势分析 352一、舒适性童装 352二、休闲童装
353三、时装化童装 354四、个性化童装 355五、功能性童装 355六、生态童装 355第三节
童装流行趋势分析 357一、色彩趋势分析 357二、个性趋势分析
358三、健康环保成为童装发展趋势 360四、低调卡通高调融合成人元素 361第十二章
童装行业投资分析 364第一节 童装行业SWOT分析 364一、童装凸现四大问题
364二、童装产业发展的困惑 366三、童装产业发展的挑战 368四、童装产业发展的机遇
369第二节 童装市场的投资特性 371一、产品季节性较强 371二、原材料丰富
371三、利润大 371四、童装业进入的障碍分析 372五、仿制产品多 373第三节
童装企业招商策略 374一、构建差异性竞争品牌 374二、与经销商共进退
376三、寻找合适的代理商

379图表目录图表：2006年2月纺织服装制造收入前十家企业排名

20图表：2006年3月纺织服装制造收入前十家企业排名

20图表：2006年4月纺织服装制造收入前十家企业排名

20图表：2006年5月纺织服装制造收入前十家企业排名

21图表：2006年6月纺织服装制造收入前十家企业排名

21图表：2006年7月纺织服装制造收入前十家企业排名

22图表：2006年8月纺织服装制造收入前十家企业排名

22图表：2006年9月纺织服装制造收入前十家企业排名

22图表：2006年10月纺织服装制造收入前十家企业排名

23图表：2006年11月纺织服装制造收入前十家企业排名

23图表：2006年12月纺织服装制造收入前十家企业排名

23图表：2007年2月纺织服装制造收入前十家企业排名

24图表：2007年3月服装市场总体需求数据报告25图表：2007年3月服装分种类市场占有率

25图表：2007年一季度化纤产量分省市情况 63图表：2007年一季度化纤产量分省市情况

63图表：2007年一季度化纤产量分省市情况 64图表：2007年一季度化纤产量分省市情况

65图表：2007年一季度化纤产量分省市情况

65图表：2007年1-3月全国纺织品进出口分省市统计

81图表：2006年流通领域儿童服装商品质量监测情况汇总表

102图表：中学生服饰心理调查结果 109图表：儿童尺码与儿童年龄、身高、胸围对照表

110图表：日本父母为孩子选择服装的因素

118图表：日本父母为自己的孩子购买服装特别日子介绍

118图表：2006年2-12月儿童服装产品产量全国合计

156图表：2006年2-12月儿童服装产品产量北京市合计

156图表：2006年2-12月儿童服装产品产量天津市合计

157图表：2006年2-12月儿童服装产品产量河北省合计

157图表：2006年2-12月儿童服装产品产量辽宁省合计

157图表：2006年2-12月儿童服装产品产量上海市合计

158图表：2006年2-12月儿童服装产品产量江苏省合计

158图表：2006年2-12月儿童服装产品产量浙江省合计

159图表：2006年2-12月儿童服装产品产量安徽省合计

159图表：2006年2-12月儿童服装产品产量福建省合计

159图表：2006年2-12月儿童服装产品产量江西省合计

160图表：2006年2-12月儿童服装产品产量山东省合计

160图表：2006年2-12月儿童服装产品产量河南省合计

161图表：2006年2-12月儿童服装产品产量湖北省合计

161图表：2006年2-12月儿童服装产品产量湖南省合计

161图表：2006年2-12月儿童服装产品产量广东省合计

162图表：2006年2-12月儿童服装产品产量四川省合计

162图表：2006年2-12月儿童服装产品产量陕西省合计

163图表：2007年2-3月儿童服装产品产量全国合计

163图表：2007年2-3月儿童服装产品产量北京市合计

163图表：2007年2-3月儿童服装产品产量天津市合计

163图表：2007年2-3月儿童服装产品产量河北省合计

164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量辽宁省合计

164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量上海市合计

- 164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量江苏省合计
- 164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量浙江省合计
- 164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量安徽省合计
- 164图表：2007年2-3月儿童服装产品产量福建省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量江西省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量山东省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量河南省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量湖北省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量湖南省合计
- 165图表：2007年2-3月儿童服装产品产量广东省合计
- 166图表：2007年2-3月儿童服装产品产量广西区合计
- 166图表：2007年2-3月儿童服装产品产量四川省合计
- 166图表：2007年2-3月儿童服装产品产量陕西省合计
- 166图表：2006年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 167图表：2006年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 167图表：2006年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 167图表：2006年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 168图表：2006年3月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 168图表：2006年3月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 168图表：2006年4月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 168图表：2006年4月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 169图表：2006年5月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 169图表：2006年5月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 169图表：2006年6月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 169图表：2006年6月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 170图表：2006年7月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 170图表：2006年7月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 170图表：2006年8月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 170图表：2006年8月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 171图表：2006年9月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 171图表：2006年9月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 171图表：2006年10月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 171图表：2006年10月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 172图表：2006年11月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 172图表：2006年11月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计

- 172图表：2006年12月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 172图表：2006年12月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 173图表：2007年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 173图表：2007年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 173图表：2007年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 173图表：2007年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口数据统计
- 174图表：2006年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 174图表：2006年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 174图表：2006年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 175图表：2006年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 175图表：2006年3月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 175图表：2006年3月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 175图表：2006年4月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 176图表：2006年4月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 176图表：2006年5月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 176图表：2006年5月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 176图表：2006年6月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 177图表：2006年6月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 177图表：2006年7月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 177图表：2006年7月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 177图表：2006年8月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 178图表：2006年8月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 178图表：2006年9月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 178图表：2006年9月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 178图表：2006年10月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 179图表：2006年10月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 179图表：2006年11月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 179图表：2006年11月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 179图表：2006年12月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 180图表：2006年12月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 180图表：2007年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 180图表：2007年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 180图表：2007年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 181图表：2007年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口数据统计
- 181图表：2006年4月西南地区童装前十位品牌市场占有率

- 182图表：2006年4月中南地区童装前十位品牌市场占有率
- 183图表：2006年4月华东地区童装前十位品牌市场占有率
- 184图表：2006年4月东北地区童装前十位品牌市场占有率
- 185图表：2006年9月华北地区童装前十位品牌市场占有率
- 186图表：2006年9月华北地区童装前十位品牌市场占有率
- 187图表：2006年9月东北地区童装前十位品牌市场占有率
- 188图表：2006年9月华东地区童装前十位品牌市场占有率
- 188图表：2006年9月中南地区童装前十位品牌市场占有率
- 189图表：2006年9月西北地区童装前十位品牌市场占有率
- 190图表：2006年9月西南地区童装前十位品牌市场占有率
- 190图表：2006年9-10月童装全国销量排行
- 191图表：2006年10月淘宝网童装成交排行
- 192图表：2006年8月北京亿元商场童装销售额前10位商场排名
- 192图表：2006年8月北京亿元商场童装销售量前10位商场排名
- 194图表：2006年8月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排名
- 195图表：2006年8月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排名
- 196图表：2006年10月北京亿元商场童装销售额前10位商场排名
- 198图表：2006年10月北京亿元商场童装销售量前10位商场排名
- 199图表：2006年10月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价
- 200图表：2006年10月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排名
- 201图表：2006年10月北京亿元商场童装销售额前10位品牌的平均单价
- 203图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额与上月、上年同期比较图
- 204图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序
- 205图表：2006年12月北京亿元商场销售额排名前10位商场销售额市场份额图
- 205图表：2006年12月北京亿元商场童装销售排名前10位商场销售额图
- 206图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前10位商场名次变化图
- 206图表：2006年12月北京亿元商场童装销售量与上月、上年同期比较图
- 207图表：2006年12月北京亿元商场童装销售量前10位商场排序
- 208图表：2006年12月北京亿元商场童装销售排名前10位商场销售量图
- 208图表：2006年12月北京亿元商场童装销售量排名前10位商场名次变化图
- 209图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价
- 210图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前10位商场销售额、销售量、平均单价图
- 210图表：2006年12月北京亿元商场按品牌统计的童装销售额与上月、上年同期比较图
- 211图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序
- 212图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前10位品牌市场份额图
- 212图表：2006年12月北京亿元商场童装销售排名前10位品牌销售额图

213图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位品牌名次变化图

213图表：2006年12月北京亿元商场按品牌统计的销售量与上月、上年同期比较

214图表：2006年12月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序

215图表：2006年12月北京亿元商场童装销售排名前10位品牌销售量图

215图表：2006年12月北京亿元商场童装销售量排名前10位品牌名次变化图

216图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位品牌的平均单价

217图表：2006年12月北京亿元商场童装销售额排名前10位销售额、销售量、平均单价图

217图表：2006年12月北京亿元商场童装累计销售额排名前14位商场与上年同期比较图

218图表：2006年12月北京亿元商场童装累计销售额排名前14位商场同比名次变化

219图表：2007年1月上海服装销售总计金额

225图表：2007年1月各类服装销售额与上月同期比较

226图表：2007年1月各类服装占销售总量的百分比 226图表：派克兰帝公司品牌定位图

299

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2824928249.html>