

# 2006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](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2006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/2827228272.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 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。根据有关人口统计年鉴，我国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。当前我国小学在校生为1.35亿，初中在校生为5700万，校服又是童装消费的一大类项。目前我国年产童装46亿件，占全国服装总产量的近10%，其中梭织童装16亿件，针织童装30亿件。国内共计消费童装21亿件。全国年童装消费约400亿元，占全国服装总消费的近7%，占全球童装总消费的3%。预计在今后几年，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年新生儿出生数将进入高峰期，中国将形成一个庞大的儿童消费市场。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。2005年对于我国童装行业来说可谓是风气云涌，行业正处于转型期的起始年，产业结构、市场结构、产品结构、企业结构都在发生着巨大变化，甚至是本质性改变，童装行业的战国时代已拉开了大幕。2006年，市场重组、行业重组成为企业发展的机遇期和关键期，将为企业在一轮洗牌竞争中脱颖而出奠定基础。从市场格局来分析，我国童装销售的60%集中在批发市场，而在这里销售的产品多数没有品牌，多属中低档产品。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4万多家的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，超过5000万元的大概有几十个。虽然单个企业的实力仍显不足，但我国已形成了几个童装产业集群地区，它们是聚集了2300多家童装企业，年产值35亿元、占全国童装产值的1/3。

我国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转向“品牌消费阶段”。2006年中国本土童装得以迅速发展的关键性的一年。2006年童装业可能会出现两大特点：首先是新的市场品牌格局将逐步形成，个别品牌的市场忠诚度有所确立，行业主导力量也将显出雏形，行业洗牌初见分晓；其次是国内市场中低档产品市场竞争压力进一步加大，同质化产品之间的竞争尤为激烈，价格攀升可能性不大。本研究咨询报告根据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、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。本报告撰写过程中，进行了广泛的市场调查，并深入重点童装企业进行考察、访谈，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有和了详尽地分析，对今后我国童装产业的发展做出了精确的预测。同时，本报告也针对童装产业的特点，从各个角度在报告中汇集了大量的，最新的第一手数据，并采用了时间序列分析、回归、相关性分析等计量经济模型进行分析及预测。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	行业现状分析	第一章	行业发展现状分析	1	第一节
童装行业发展现状	1一、	我国童装行业的现状	1二、	中国童装市场进入新一轮发展	2	第二节
服装行业发展环境	3一、	国际因素	3二、	内在因素	3	第三节
童装行业投资特性分析	6一、	行业投资风险	6二、	投资机会	7	三、
投资建议	7	第四节	童装行业存在的问题	8	一、	中国童装品牌质量问题
8二、	中国童装市场断层导致问题	8	第二章	2005-2006年中国童装行业运行分析	11	第一节
2005-2006年中国童装行业发展概况	11	一、	2005年中国童装行业运行特点	11	二、	2005年中国童装大事记
13	三、	知名成人服装品牌进军童装业	23	四、	2006年童装行业发展预测	25
第二节	2005-2006年童装行业生产状况	26	一、	2005-2006年童装生产情况	26	二、
童装产业生产状况及运营状况	38	三、	童装产业生产及行业运行趋势	41	第三节	2005-2006年童装行业销售情况分析
42	一、	2005年中国童装销售情况	42	二、	2005岁末童装市场迎来销售旺季	43
43	三、	2005年各月全国重点大型百货商场童装销售情况	45	四、	2006年各月全国重点大型百货商场童装销售情况	53
第三章	童装产业集群与主要生产地区分析	55	第一节	中国童装主要生产地区分析	55	一、
理性解读童装产业集群现象	55	二、	童装产业集群的未来发展思考	57	第二节	浙江织里
63	一、	织里童装发展历程	63	二、	织里向童装机械现代化靠近	64
64	三、	织里童装产业集群亟待提升	65	四、	织里童装产业发展的重点方向和目标	66
第三节	广东佛山	69	一、	佛山童装业已具备品牌经营基础	69	二、
佛山市环市童装设计国内称雄	70	第四节	温州	71	第二部分	进出口与区域市场分析
第四章	童装市场进出口分析	77	第一节	全球童装业发展分析	77	第二节
中国童装进出口分析	78	一、	2005年我国各类童装进口数量、金额分析	78	二、	2005年我国各类童装出口数量、金额分析
83	第三节	中国童装出口的主要贸易壁垒	88	第四节	中国纺织业出口对策分析	94
94	一、	中国童装可运用“配额空白”出口	94	二、	中国纺织业反制反倾销	96
96	三、	中国纺织业走出去的破壁之策	98	第五章	主要出口市场分析	105
105	第一节	美国	105	一、	2005年美国从中国进口服装情况	105
105	二、	美国童装消费市场格局分析	105	三、	美制造商日益重视童装市场	109
第二节	日本	110	一、	日本童装市场概况	110	二、
2005年日本进口中国服装概况	112	三、	日本童装市场竞争分析	112	四、	最终消费者分析
116	五、	童装市场的走向	118	六、	日本童装的销售前景	119
119	七、	开拓日本童装市场的策略	122	第三节	欧盟	125
125	一、	2005-2006年我国服装出口欧盟概况	125	二、	欧盟主要国家童装市场分析	127
127	三、	开拓欧盟童装市场的策略	129	第四节	韩国	130
130	一、	韩国童装市场规模将持续增长	130	二、	韩国童装市场外国品牌受宠	130
130	三、	韩国婴幼儿童装年龄区别缩小	131	第五节	其他出口市场	131
131	一、	澳大利亚	131	二、	俄罗斯	133
第六章	童装市场重点区域市场分析	133				

135第一节	北京童装市场	135一、北京童装市场品牌细分进行时
135二、北京市场品牌童装产品趋同	136三、2005-2006年北京各月童装品牌销售情况	
138第二节	上海童装市场	163第三节 江苏童装市场
165第三节	其它童装市场	
169一、杭州童装市场	169二、南昌童装市场	171三、泉州童装市场
174第三部分	消费者与营销策略分析	第七章 童装消费者分析
177第一节	童装消费特点	
177一、市场差异小	177二、形式产品重于实质产品	177三、广告的促销作用强
178四、动画片——引导童装消费的风向标	178五、儿童越来越具有购买权	
178六、消费者购买儿童服装的主要地点	179七、儿童服装的主要购买者为年轻的父母	
179第二节	儿童体型特征对童装的个性要求	180第三节 童装消费心理分析
181一、儿童服装的消费心理	181二、中学生服饰心理	182第八章
童装销售渠道与营销策略分析	184第一节 国内童装销售渠道构成	184一、百货商场
184二、服装批发市场、专业服装市场	184三、专业、专卖店	184四、品牌童装折扣店
184五、大卖场	186第二节 国内童装网络营销现状	186一、网络营销优势
189二、服装网络营销策略选择	190三、童装网络营销策略	192四、服装网络营销注意问题
194第三节 国外童装销售渠道对中国童装企业的借鉴	196一、零售方式	196二、网络营销
197三、特许经营	197第四节 服装销售方式的变化及趋势	202一、百货商场
202二、服装批发市场	203三、专业、专卖店	203第五节 童装销售渠道趋势
204一、复合营销网络	204二、与零售业结成联盟	205第六节 中国童装销售渠道存在问题
206一、批发	206二、代理商	206三、商场专柜
207四、专卖店	208第七节	2006年“六一”
208第八节	童装企业采取的营销策略分析	
213一、形象营销策略	213二、理念营销策略	214三、定位营销策略
215四、品牌营销策略	217五、文化(知识)营销	218六、广告促销策略
218七、建立和发展网络营销	219第四部分	市场竞争与知名品牌分析
第九章 中国童装市场竞争分析	221第一节	中国童装品牌竞争情况
221一、华北地区	221二、东北地区	226三、华东地区
230四、中南地区	235五、西南地区	240六、西北地区
245第二节 国内童装市场竞争分析	249一、本土品牌童装市场占有率分析	249二、国外品牌巧夺中国童装市场
251三、进口品牌引爆中端市场	252四、国际童装品牌以卡通形象作为其品牌形象	253五、童装市场上的新“圈地”运动
253第三节	童装企业的竞争策略	
254一、降低企业管理费用、尽可能减少各环节	成本	
254二、优化出口产品结构，提高出口商品附加值	254三、调整客户结构，培育优质客户	
255四、深度开发市场，拓宽出口渠道	255五、减少外地货源的采购比例，规避风险	
255六、外销与内贸双管齐下	255七、海外设厂或海外注册	256第十章
我国童装品牌发展分析	257第一节 我国童装品牌发展现状	257一、国产童装品牌企业现状
257二、品牌贫血症亟待改善	258三、童装品牌差距较小	
261四、五因素制约我国童装品牌培育和发展	262第二节	童装品牌发展前景分析

- 263一、中国童装产业悄然步入品牌化 263二、大有可为的童装方向：走品牌之路
- 265三、本土童装品牌“霸主”虚位以待 267第三节 我国童装品牌发展策略
- 270一、中国童装品牌应良性发展 270二、新形势下童装企业应加强品牌文化建设
- 273三、童装品牌定价策略 278四、利用童星形象推动童装品牌发展
- 280五、国内童装企业从批发向品牌转型策略 284六、法国顶级童装亚卡迪错位经营策略
- 288七、童装品牌新贵的运营要旨 291第十一章 国内童装知名品牌分析 293第一节 米奇妙
- 293一、品牌简介 293二、米奇妙的销售策略 294三、迪斯尼公司的价值链型管理模式
- 295第二节 派克兰帝 295一、品牌简介 295二、派克兰帝产品介绍
- 296三、派克兰帝的经营管理 298四、派克兰帝——靠实力创造业绩 301第三节 丽婴房
- 302一、品牌简介 302二、丽婴房的经营策略 303三、台湾丽婴房开拓中国大陆市场的策略
- 304第四节 雅多 306一、品牌简介 306二、雅多产品介绍 306第五节 一休 307一、公司简介
- 307二、公司技术水平现状 307第六节 巴布豆 308一、品牌简介
- 308二、巴布豆占领市场的法宝——品牌授权 308第七节 ABC 311一、品牌简介
- 311二、ABC童装的营销体系 312三、ABC童装设计“新理念” 314第八节 好孩子
- 315一、好孩子品牌简介 315二、产品研发 316三、好孩子发展策略
- 316四、童装“好孩子”品牌成功营销策略 318第九节 小猪班纳 319第十节 水孩儿
- 320第十一节 其它童装品牌分析 321一、力果童装 321二、娃哈哈 323三、加菲猫
- 324四、四季青 325五、天线宝宝 326六、嗒嘀嗒?DADIDA 329七、叮当猫
- 332八、乔洛小熊 335九、青蛙皇子 336第五部分 发展趋势及策略分析第十二章
- 童装市场需求潜力及预测 339第一节 中国童装市场需求的规模及预测
- 339一、我国童装消费现状 339二、中国城镇童装市场规模预测 341第二节
- 中国童装市场供需平衡分析 343一、中国童装市场两极分化严重 343二、市场上奇缺大童装
- 346三、我国针织童装市场急待开发 347第三节 童装市场需求发展趋势 348一、趋向品牌化
- 348二、趋向个性化 348三、趋向系列化 349四、趋向环保健康型 349五、趋向服务型
- 350第十三章 童装市场发展趋势 351第一节 国际童装市场发展趋势 351第二节
- 2006年中国童装产业运行趋势解析 352第三节 童装市场发展趋势 357一、“四化”趋势明显
- 357二、品牌童装将成消费热点 358三、童装产品将更加细分化
- 359四、品牌童装将走少批量多批次、经营品种全的道路 360五、童装销售人员更加专业
- 360第四节 童装业发展方向 360一、童装品质要求更高 361二、品牌效应益发明显
- 361三、需求决定市场前景 362四、重视环保健康 362第五节 中国童装市场发展竞争态势
- 365一、高科技竞争 365二、品牌竞争 365三、渠道竞争 365四、管理竞争
- 366五、创新竞争 366六、人力资源竞争 366七、理念竞争 366八、资讯竞争 367第六节
- 童装流行趋势 367一、2006年色彩童装趋势 367二、2006年童装流行长款冬衣 371第七节
- 童装设计趋势 372一、童装设计流行趋势 372二、消费者对童装的需求趋向有变
- 372三、童装设计的前景和目标 375第八节 童装新产品研究开发方向 378一、尺寸明显放大

378二、童装安全不容忽视	378三、中式童装市场前景广阔
379四、童装开始逐渐步入新概念时尚时代	381第十四章 童装产业SWOT及应对策略分析
384第一节 中国童装产业的SWTO分析	384一、中国童装产业的优势所在
384二、中国童装产业的不足之处	384三、中国童装产业的发展机遇
386四、中国童装产业所面临的威胁	389第二节 进入童装产业的策略
390一、产品开发策略	390二、销售渠道策略
392四、专卖店选址策略	396五、童装品牌经营策略
398图表目录	
图表：2005年2-12月儿童服装产品产量全国合计	
26图表：2005年2-12月儿童服装产品产量北京市合计	
26图表：2005年2-12月儿童服装产品产量天津市合计	
27图表：2005年2-12月儿童服装产品产量河北省合计	
27图表：2005年2-12月儿童服装产品产量辽宁省合计	
28图表：2005年2-12月儿童服装产品产量吉林省合计	
28图表：2005年2-12月儿童服装产品产量上海市合计	
28图表：2005年2-12月儿童服装产品产量江苏省合计	
29图表：2005年2-12月儿童服装产品产量浙江省合计	
29图表：2005年2-12月儿童服装产品产量安徽省合计	
30图表：2005年2-12月儿童服装产品产量福建省合计	
30图表：2005年2-12月儿童服装产品产量江西省合计	
30图表：2005年2-12月儿童服装产品产量山东省合计	
31图表：2005年2-12月儿童服装产品产量河南省合计	
31图表：2005年2-12月儿童服装产品产量湖北省合计	
32图表：2005年2-12月儿童服装产品产量湖南省合计	
32图表：2005年2-12月儿童服装产品产量广东省合计	
32图表：2005年2-12月儿童服装产品产量四川省合计	
33图表：2005年2-12月儿童服装产品产量陕西省合计	
33图表：2006年2-5月儿童服装产品产量全国合计	
34图表：2006年2-5月儿童服装产品产量北京市合计	
34图表：2006年2-5月儿童服装产品产量天津市合计	
34图表：2006年2-5月儿童服装产品产量河北省合计	
34图表：2006年2-5月儿童服装产品产量辽宁省合计	
34图表：2006年2-5月儿童服装产品产量上海市合计	
35图表：2006年2-5月儿童服装产品产量江苏省合计	
35图表：2006年2-5月儿童服装产品产量浙江省合计	
35图表：2006年2-5月儿童服装产品产量安徽省合计	
35图表：2006年2-5月儿童服装产品产量福建省合计	

- 36图表：2006年2-5月儿童服装产品产量江西省合计
- 36图表：2006年2-5月儿童服装产品产量山东省合计
- 36图表：2006年2-5月儿童服装产品产量河南省合计
- 36图表：2006年2-5月儿童服装产品产量湖北省合计
- 36图表：2006年2-5月儿童服装产品产量湖南省合计
- 37图表：2006年2-5月儿童服装产品产量广东省合计
- 37图表：2006年2-5月儿童服装产品产量四川省合计
- 37图表：2006年2-5月儿童服装产品产量陕西省合计
- 37图表：2005年1-10月各类服装增幅情况
- 43图表：2005年5月全国重点大型零售企业童装前十位主销商场
- 46图表：2005年3月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 46图表：2005年4月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 47图表：2005年5月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 47图表：2005年6月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 48图表：2005年7月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 49图表：2005年8月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 49图表：2005年9月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 50图表：2005年10月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 51图表：2005年11月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 51图表：2005年12月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 52图表：2006年2月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 53图表：2006年3月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 53图表：2006年4月全国重点大型百货商场服装销售情况
- 54图表：2005年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 78图表：2005年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 78图表：2005年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 78图表：2005年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 78图表：2005年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 79图表：2005年3月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 79图表：2005年3月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 79图表：2005年4月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 79图表：2005年4月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 79图表：2005年5月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 80图表：2005年5月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 80图表：2005年6月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据

- 80图表：2005年6月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 80图表：2005年7月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 80图表：2005年7月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 81图表：2005年8月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 81图表：2005年8月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 81图表：2005年9月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 81图表：2005年9月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 81图表：2005年10月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 82图表：2005年10月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 82图表：2005年11月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 82图表：2005年11月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 82图表：2005年12月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 83图表：2005年12月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件进口统计数据
- 83图表：2005年1月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 83图表：2005年1月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 83图表：2005年2月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 84图表：2005年2月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 84图表：2005年3月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 84图表：2005年3月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 84图表：2005年4月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 84图表：2005年4月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 85图表：2005年5月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 85图表：2005年5月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 85图表：2005年6月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 85图表：2005年6月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 86图表：2005年7月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 86图表：2005年7月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 86图表：2005年8月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 86图表：2005年8月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 86图表：2005年9月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 87图表：2005年9月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 87图表：2005年10月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 87图表：2005年10月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 87图表：2005年11月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据
- 88图表：2005年11月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据

88图表：2005年12月针织或钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据

88图表：2005年12月非针织或非钩编的婴儿服装及衣着附件出口统计数据

88图表：2005年一季度美国婴幼儿服装产量数据

109图表：日本主要童装生产商

113图表：在日本市场中的外国品牌

114图表：日本童装的零售价格范围

115图表：日本父母为自己的孩子选择服装的因素

116图表：日本父母在下面一些特殊的日子为自己的孩子购买正规和高档服装

117图表：日本的价格结构因销售渠道和提供的服务不同而异 119图表：日本工业标准 [ Ja

panIndustrialStandards ( JIS ) ] 对婴幼儿童装的尺寸的规定一 124图表：日本工业标准 [

JapanIndustrialStandards ( JIS ) ] 对婴幼儿童装的尺寸的规定二 124图表：日本工业标准

[ JapanIndustrialStandards ( JIS ) ] 对男童服童装的尺寸的规定一 124图表：日本工业标

准 [ JapanIndustrialStandards ( JIS ) ] 对男童服童装的尺寸的规定二

125图表：2005年3月北京亿元商场童装品牌销售情况排序

139图表：2005年4月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单

140图表：2005年4月北京亿元商场童装零售额排名前十位品牌平均单价

140图表：2005年4月北京亿元商场童装分档次按商场销售量排序名单

141图表：2005年4月北京亿元商场童装按品牌零售额排序名单

141图表：2005年4月北京亿元商场童装分档次按品牌销售量排序名单

142图表：2005年4月北京亿元商场童装按品牌零售量排序名单

142图表：2005年5月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单

143图表：2005年5月北京亿元商场童装按商场零售额前十位商场平均单价

143图表：2005年5月北京亿元商场童装按品牌零售额排序名单

144图表：2005年6月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单

144图表：2005年6月北京亿元商场童装销售商场排序名单

145图表：2005年6月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单

145图表：2005年6月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价

146图表：2005年6月北京亿元商场童装按品牌零售额排序名单

146图表：2005年6月北京亿元商场童装按品牌统计零售量排序名单

146图表：2005年6月北京亿元商场童装零售额十强品牌的平均单价

147图表：2005年8月北京亿元商场童装按商场零售额排序名单

150图表：2005年8月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单

150图表：2005年8月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价

151图表：2005年8月北京亿元商场童装按品牌零售额排序名单

151图表：2005年8月北京亿元商场童装按品牌统计零售量排序名单

152图表：2005年8月北京亿元商场童装销售额排名前十位品牌平均单价

152图表：2005年10月北京亿元商场童装按商场零售额排序名单

- 153图表：2005年10月北京亿元商场童装按商场零售量排序名单
- 154图表：2005年10月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价
- 154图表：2005年10月北京亿元商场童装按品牌零售额排序名单
- 155图表：2005年10月北京亿元商场童装按品牌零售量排序名单
- 155图表：2005年10月北京亿元商场童装销售额排名前十位品牌平均单价
- 156图表：2005年11月北京亿元商场童装按商场销售额排序名单
- 156图表：2005年11月北京亿元商场童装按商场销售量排序名单
- 157图表：2005年11月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价
- 157图表：2005年11月北京亿元商场童装按品牌统计销售量排序名单
- 158图表：2005年10月北京亿元商场童装销售额排名前十位品牌平均单价
- 158图表：2005年12月北京亿元商场童装按商场销售额排序名单
- 159图表：2005年12月北京亿元商场童装按商场销售量排序名单
- 159图表：2005年12月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价
- 160图表：2005年12月北京亿元商场童装按品牌销售额排序名单
- 160图表：2005年12月北京亿元商场童装按品牌销售量排序名单
- 161图表：2005年12月北京亿元商场童装销售额排名前十位品牌平均单价
- 161图表：206年3月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场平均单价
- 162图表：2006年3月北京亿元商场童装销售额排名前十位品牌平均单价
- 162图表：2005年12月北京亿元商场童装销售额排名前十位商场排序
- 163图表：中学生服饰心理调查结果
- 183图表：大型百货商场服装零售额
- 184图表：国内服装网站分布一览表
- 186图表：服装网站访问情况统计表
- 187图表：国内服装网站分布主要地区及百分比对照表
- 188图表：服装网站版面语种
- 189图表：各地各版面语种所占百分比表
- 189图表：美国服饰零售通路类型
- 196图表：2005年4月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 221图表：2005年5月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 222图表：2005年6月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 222图表：2005年7月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 223图表：2005年8月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 223图表：2005年9月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 224图表：2005年10月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 224图表：2005年11月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 225图表：2006年1月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 225图表：2005年4月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 226图表：2005年5月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率
- 226图表：2005年6月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

227图表：2005年7月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
227图表：2005年8月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
228图表：2005年9月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
228图表：2005年10月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
229图表：2005年11月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
229图表：2006年1月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
230图表：2005年4月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
230图表：2005年5月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
231图表：2005年6月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
231图表：2005年7月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
232图表：2005年8月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
232图表：2005年9月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
233图表：2005年10月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
233图表：2005年11月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
234图表：2006年1月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
234图表：2005年4月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
235图表：2005年5月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
235图表：2005年6月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
236图表：2005年7月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
236图表：2005年8月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
237图表：2005年9月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
237图表：2005年10月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
238图表：2005年11月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
238图表：2006年1月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
239图表：2005年4月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
240图表：2005年5月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
240图表：2005年6月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
241图表：2005年7月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
241图表：2005年8月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
242图表：2005年9月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
242图表：2005年10月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
243图表：2005年11月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
243图表：2006年1月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
244图表：2005年4月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率  
245图表：2005年5月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

245图表：2005年6月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

246图表：2005年7月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

246图表：2005年8月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

247图表：2005年9月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

247图表：2005年10月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

248图表：2005年11月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

248图表：2006年1月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率

249图表：童装产品消费能力调查 357

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2827228272.html>