

2009-2012年童装行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年童装行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/fuzhuang/5864958649.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

随着中国国民经济的快速发展，以及人们对生活品质的要求越来越高，尤其中国历来对育儿较为传统，因此对下一代的消费较为重视。随着中国第一代独生子女逐步进入婚育期，这些“独生子女父母”在相对优越的环境中长大，他们将更加重视儿童的培养和教育，并更舍得花钱，由此催生了童装行业的蓬勃发展。目前童装行业形成的“品牌壁垒”及“技术壁垒”相对较低，因而行业集中度不高，其巨大的市场空间吸引着众多服装品牌，如森马、拜丽德等，纷纷投巨资进入童装连锁领域；一批外资品牌如耐克NIKE、左丹奴、米奇MICKY、梦特娇MONTAGUT等也纷纷进入中国，抢占童装连锁市场；国内红黄蓝、好孩子等一批童装专业厂家则不断加大技改、扩能投入，努力扩展销售渠道，建立连锁品牌，以适应未来童装行业的发展。目前国内童装正由“数量消费”向“品牌消费”过渡，首先是童装市场已意识到品牌消费的巨大诱惑力，其次是童装消费群体的品牌意识和品牌认知度日趋成熟，品牌消费市场大有作为。受国外品牌的冲击和影响，加上人文意识的提升，消费者也越来越重视连锁品牌，由此导致童装连锁必将成为童装企业的发展趋势和生存之路。

2009年春夏品牌童装市场消费需求加快，随着70末和80后这样一批年轻人在2008年前后的纷纷结婚生子，导致了我国在近两年出现了建国以后的一个婴儿潮，而且有持续的趋势。随着当前经济危机下，国家对内需的大力鼓励和颁布了一系列消费刺激政策，相信2009年一定可促进婴儿类产品的消费购买力的提高。随着人们生活质量的提高，美化孩子衣着已成为家庭生活中的一项主要内容，家长和儿童对童装需求随着家庭消费能力增强后，将呈现出从满足量的需求转向追求质的提高需求趋势，尤其是儿童一季多衣的需求将拉动童装消费总量的增加(因为儿童每年都长身体，所以童装有一个持续的消费量)，个性化礼品定制。消费对童装需求旺盛的态势，为童装市场步入新一轮品牌发展期提供契机，也有利于推动童装产业的发展。其次，一些童装品牌折扣店折扣非常低，加快了我国童装的发展。近几年，随着城市建设的步伐加快，童装二级市场商业网点发展速度加快，商场购物环境和商场经营规模与一级市场商业设施差距拉近后，为童装品牌导入到二级市场提供了一个营销平台。较多品牌进入到二级市场后，使之市场品牌丰富度不断提高，顾客有更多的品牌可选择，相对而言，顾客就可就近消费，可节省精力成本、时间成本和车旅成本。由于童装二级市场从品牌导入期已步入到品牌发展期，消费购买能力也较强，对品牌需求欲望较高，市场发展空间较大，经营成本相应较低，该市场所凸显的发展前景已受到童装经营者的普遍关注，不乏有部分童装企业营销通路开始向二级市场渗透，2009年有较多童装企业已将开发童装二级市场品牌营销作为品牌经营发展策略调整年。在今后几年，当童装二级市场蕴藏的潜在消费需求转化为实际购买力后，其童装品牌经营的发展的潜力和经营业绩增幅比例要高于一级市场，发展二级市场品牌经营，有利于提高品牌占有率、品牌辐射力和市场认知度。

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、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。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 童装行业发展概述

第一节 童装定义及分类

一、童装的定义

二、童装的种类

三、童装的特性

第二节 童装行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 童装行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球童装市场发展分析

第一节 2008年全球童装市场分析

一、2008年全球童装市场回顾

二、2008年全球童装市场环境

三、2008年全球童装产销分析

四、2008年全球童装流行趋势

第二节 2009年全球童装市场分析

一、2009年全球童装需求分析

二、2009年欧美童装需求分析

三、2009年全球童装产销分析

四、2009年中外童装市场对比

第三节 主要国家地区童装市场分析

- 一、2008-2009年美国童装市场分析
- 二、2008-2009年欧洲童装市场分析
- 三、2008-2009年日本童装市场分析
- 四、2008-2009年韩国童装市场分析
- 五、2008-2009年其他国家童装市场

第三章 我国童装行业发展现状

第一节 我国童装行业发展现状

- 一、我国童装行业发展现状
- 二、我国童装市场特点分析
- 三、我国童装设计现状分析

第二节 全国童装市场分析

- 一、2008年全国童装市场规模分析
- 二、2009年全国童装市场变化趋势

第三节 童装市场需求分析

- 一、2008年童装市场销量分析
- 二、2009年童装市场销量预测

第四节 童装市场价格分析

- 一、童装市场价格影响因素
- 二、2008年童装市场价格走势
- 三、2009年童装市场价格走势

第五节 2008-2009年童装行业发展分析

- 一、2008-2009年童装业产销存运行分析
- 二、2008-2009年童装行业利润情况分析
- 三、2008-2009年童装行业发展周期分析
- 四、2009-2012年童装行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年童装行业利润增速预测

第六节 对中国童装市场的分析及思考

- 一、童装市场特点
- 二、童装市场分析
- 三、童装市场变化的方向
- 四、中国童装产业发展的新思路
- 五、对中国童装产业发展的思考

第四章 童装行业经济运行分析

第一节 2008-2009年童装产量分析

- 一、2008年童装产量分析
- 二、2009年1-4月童装产量分析
- 第二节 2008-2009年童装行业主要经济指标分析
 - 一、销售收入前十家企业分析
 - 二、2008年童装行业主要经济指标分析
 - 三、2009年1-4月童装行业主要经济指标分析
- 第三节 2008-2009年童装行业进出口分析
 - 一、2008年童装产品进口分析
 - 二、2008年童装产品出口分析
 - 三、2009年1-4月童装产品进出口分析
- 第四节 2008-2009年我国童装行业绩效分析
 - 一、2008-2009年行业产销情况
 - 二、2008-2009年行业规模情况
 - 三、2008-2009年行业盈利能力
 - 四、2008-2009年行业经营发展能力
 - 五、2008-2009年行业偿债能力分析
- 第五章 中国童装行业消费市场分析
 - 第一节 中国童装消费者收入分析
 - 一、中国人口、人民生活分析
 - 二、2008-2009年消费者收入水平
 - 三、2009年消费者信心指数分析
 - 第二节 童装消费市场状况分析
 - 一、童装行业消费特点
 - 二、童装消费者分析
 - 三、童装消费结构分析
 - 四、童装消费的市场变化
 - 五、童装市场的消费方向
 - 第三节 童装市场消费需求分析
 - 一、童装市场的消费需求变化
 - 二、童装行业的需求分析
 - 三、2009年童装品牌市场消费需求分析
 - 第四节 影响童装消费的因素分析
 - 一、价格的影响
 - 二、动画片的影响
 - 三、色彩学的影响

第六章 童装品牌发展分析

第一节 2008年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、童装品牌的文化营销分析
- 四、童装产业洗牌对企业的影响
- 五、应对童装洗牌的措施

第二节 中国童装市场品牌发展分析

- 一、童装品牌销售情况分析
- 二、童装产业品牌升级分析
- 三、童装企业品牌发展态势
- 四、制约童装品牌培育和发展的因素

第三节 童装品牌市场发展方向

- 一、奥运年童装品牌风格分析
- 二、童装的品牌化道路
- 三、童装市场进入品牌经营的新时期
- 四、童装产业品牌升级路径分析

第四节 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

第七章 童装区域市场发展分析

第一节 北京

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 上海

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 广州

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 深圳

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 成都

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 童装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国童装行业竞争格局综述

- 一、2008年童装行业集中度
- 二、2008年童装行业竞争程度
- 三、2008年童装企业与品牌数量
- 四、2008年童装行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年童装行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外童装竞争分析
- 二、2008-2009年我国童装市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国童装市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要童装企业动向
- 五、2009年国内童装拟在建项目分析
- 第九章 童装企业竞争策略分析
- 第一节 童装市场竞争策略分析
- 一、2009年童装市场增长潜力分析
- 二、2009年童装主要潜力品种分析
- 三、现有童装产品竞争策略分析
- 四、潜力童装品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析
- 第二节 童装企业竞争策略分析
- 一、金融危机对童装行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后童装行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国童装市场竞争趋势
- 四、2009-2012年童装行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年童装行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年童装企业竞争策略分析
- 第十章 童装行业模式及策略分析
- 第一节 中国童装行业营销新模式分析
- 一、“品牌会员店”模式
- 二、童装中的体验销售
- 三、童装品牌折扣分析
- 四、童装连锁发展分析
- 五、童装网络营销分析
- 第二节 童装品牌传播策略发展
- 一、产品传播
- 二、口碑传播
- 三、公关传播
- 四、事件传播
- 五、分众传播
- 六、新媒体传播
- 第三节 儿童服装营销策略
- 一、品牌策略

二、形象策略

三、产品策略

四、定价策略

五、促销策略

六、网络营销策略

七、陈列营销策略

第十一章 童装重点企业竞争分析

第一节 米奇妙

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 安奈儿

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 红黄蓝

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 JOJO

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 巴拉巴拉

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 娃哈哈

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 樱桃小丸子

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 派克兰帝

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 嗒嘀嗒

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 玛米玛卡

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十一节 其他企业发展分析

一、叮当猫

二、芝麻开门

三、生肖王

四、小猪班纳

五、T100

六、博士蛙

七、笑咪咪

八、雅多

第三部分 行业前景预测

第十二章 童装行业发展趋势分析

第一节 我国童装行业前景与机遇分析

一、我国童装行业发展前景

二、我国童装发展机遇分析

三、2009年童装的发展机遇分析

四、金融危机为童装带来的机遇

第二节 2009-2012年中国童装市场趋势分析

一、2008-2009年童装市场趋势总结

二、2009-2012年童装发展趋势分析

三、2009-2012年童装市场发展空间

四、2009-2012年童装产业政策趋向

五、2009-2012年童装技术革新趋势

六、2009-2012年童装价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十三章 未来童装行业发展预测

第一节 未来童装需求与消费预测

一、2009-2012年童装产品消费预测

二、2009-2012年童装市场规模预测

三、2009-2012年童装行业总产值预测

四、2009-2012年童装行业销售收入预测

五、2009-2012年童装行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国童装行业供需预测

一、2008-2012年中国童装供给预测

二、2009-2012年中国童装产量预测

三、2009-2012年中国童装需求预测

四、2009-2012年中国童装供需平衡预测

五、2009-2012年中国童装产品价格预测

六、2009-2012年主要童装产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 童装行业投资现状分析

第一节 2008年童装行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月童装行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况
- 第十五章 童装行业投资环境分析
- 第一节 经济发展环境分析
 - 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
 - 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
 - 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测
- 第二节 政策法规环境分析
 - 一、2009年童装行业政策环境分析
 - 二、2009年国内宏观政策对其影响
 - 三、2009年行业产业政策对其影响
- 第三节 技术发展环境分析
 - 一、国内童装技术现状
 - 二、2009年童装技术发展分析
 - 三、2009-2012年童装技术发展趋势分析
- 第四节 社会发展环境分析
 - 一、国内社会环境发展现状
 - 二、2009年社会环境发展分析
 - 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析
- 第五节 纺织行业振兴规划
 - 一、纺织行业振兴规划概述
 - 二、纺织行业振兴规划细则
 - 三、纺织行业振兴规划主要任务
 - 四、纺织行业振兴规划主要工程
 - 五、纺织行业振兴规划主要措施
 - 六、纺织行业振兴规划的意义与作用
 - 七、纺织行业振兴规划对童装行业的影响
- 第十六章 童装行业投资机会与风险
- 第一节 行业活力系数比较及分析
 - 一、2009年相关产业活力系数比较
 - 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 童装行业投资效益分析

一、2008-2009年童装行业投资状况分析

二、2009-2012年童装行业投资效益分析

三、2009-2012年童装行业投资趋势预测

四、2009-2012年童装行业的投资方向

五、2009-2012年童装行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响童装行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响童装行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响童装行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响童装行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国童装行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国童装行业发展面临的机遇分析

第五节 童装行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年童装行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年童装行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年童装行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年童装行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年童装行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年童装行业其他风险及控制策略

第十七章 童装行业投资战略研究

第一节 童装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国童装品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、童装实施品牌战略的意义

三、童装企业品牌的现状分析

四、我国童装企业的品牌战略

五、童装品牌战略管理的策略

第三节 童装企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 童装行业投资战略研究

一、2009年纺织行业投资战略

二、2009年童装行业投资战略

三、2009-2012年童装行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：童装产业链分析

图表：国际童装市场规模

图表：国际童装生命周期

图表：2003-2008年中国童装行业市场规模

图表：2002-2008年全球童装产业市场规模

图表：2006-2008年童装重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国童装行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国童装行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国童装行业资产情况分析

图表：2007-2008年童装产品进口数量比较

图表：2007-2008年童装进口金额趋势比较

图表：2007-2008年童装进口数量趋势比较

图表：2007-2008年童装出口金额趋势比较

图表：2007-2008年童装出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口童装数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口童装金额省市地区

图表：2007-2008年中国童装发展能力分析

- 图表：2007-2008年中国童装竞争力分析
- 图表：2009-2012年中国童装产能预测
- 图表：2009-2012年中国童装消费量预测
- 图表：2009-2012年中国童装市场前景预测
- 图表：2009-2012年中国童装市场价格走势预测
- 图表：2009-2012年中国童装发展前景预测
- 图表：2008年1-12月童装产量全国合计
- 图表：2008年1-12月童装产量北京市合计
- 图表：2008年1-12月童装产量天津市合计
- 图表：2008年1-12月童装产量河北省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量山西省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量辽宁省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量吉林省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量黑龙江合计
- 图表：2008年1-12月童装产量上海市合计
- 图表：2008年1-12月童装产量江苏省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量浙江省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量安徽省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量福建省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量江西省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量山东省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量河南省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量湖北省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量湖南省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量广东省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量广西区合计
- 图表：2008年1-12月童装产量海南省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量重庆市合计
- 图表：2008年1-12月童装产量四川省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量贵州省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量云南省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量陕西省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量甘肃省合计
- 图表：2008年1-12月童装产量新疆区合计
- 图表：2008年1-12月童装产量内蒙古合计

图表：2009年1-4月童装产量全国合计

图表：2009年1-4月童装产量北京市合计

图表：2009年1-4月童装产量天津市合计

图表：2009年1-4月童装产量河北省合计

图表：2009年1-4月童装产量山西省合计

图表：2009年1-4月童装产量辽宁省合计

图表：2009年1-4月童装产量吉林省合计

图表：2009年1-4月童装产量黑龙江合计

图表：2009年1-4月童装产量上海市合计

图表：2009年1-4月童装产量江苏省合计

图表：2009年1-4月童装产量浙江省合计

图表：2009年1-4月童装产量安徽省合计

图表：2009年1-4月童装产量福建省合计

图表：2009年1-4月童装产量江西省合计

图表：2009年1-4月童装产量山东省合计

图表：2009年1-4月童装产量河南省合计

图表：2009年1-4月童装产量湖北省合计

图表：2009年1-4月童装产量湖南省合计

图表：2009年1-4月童装产量广东省合计

图表：2009年1-4月童装产量广西区合计

图表：2009年1-4月童装产量海南省合计

图表：2009年1-4月童装产量重庆市合计

图表：2009年1-4月童装产量四川省合计

图表：2009年1-4月童装产量贵州省合计

图表：2009年1-4月童装产量云南省合计

图表：2009年1-4月童装产量陕西省合计

图表：2009年1-4月童装产量甘肃省合计

图表：2009年1-4月童装产量新疆区合计

图表：2009年1-4月童装产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月童装行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月童装行业收入前十家企业

图表：2008年5月童装行业收入前十家企业

图表：2008年8月童装行业收入前十家企业

图表：2008年11月童装行业收入前十家企业

图表：2009年1-4月童装行业经济指标全国合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-4月童装行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月童装进口数据

图表：2008年1季度童装进口数据

图表：2008年1月童装进口数据

图表：2008年2月童装进口数据

图表：2008年3月童装进口数据

图表：2008年2季度童装进口数据

图表：2008年4月童装进口数据

图表：2008年5月童装进口数据

图表：2008年6月童装进口数据

图表：2008年3季度童装进口数据

图表：2008年7月童装进口数据

图表：2008年8月童装进口数据

图表：2008年9月童装进口数据

图表：2008年4季度童装进口数据

图表：2008年10月童装进口数据

图表：2008年11月童装进口数据

图表：2008年12月童装进口数据

图表：2008年1-12月童装出口数据

图表：2008年1季度童装出口数据

图表：2008年1月童装出口数据

图表：2008年2月童装出口数据

图表：2008年3月童装出口数据

图表：2008年2季度童装出口数据

图表：2008年4月童装出口数据

图表：2008年5月童装出口数据

图表：2008年6月童装出口数据

图表：2008年3季度童装出口数据

图表：2008年7月童装出口数据

图表：2008年8月童装出口数据

图表：2008年9月童装出口数据

图表：2008年4季度童装出口数据

图表：2008年10月童装出口数据

图表：2008年11月童装出口数据

图表：2008年12月童装出口数据

图表：2009年1-4月童装进口数据

图表：2009年1季度童装进口数据

图表：2009年1月童装进口数据

图表：2009年2月童装进口数据

图表：2009年3月童装进口数据

图表：2009年2季度童装进口数据

图表：2009年4月童装进口数据

图表：2009年1-4月童装出口数据

图表：2009年1季度童装出口数据

图表：2009年1月童装出口数据

图表：2009年2月童装出口数据

图表：2009年3月童装出口数据

图表：2009年2季度童装出口数据

图表：2009年4月童装出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/5864958649.html>