

2012-2016年中国童装市场 供需预测与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国童装市场供需预测与投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201204/01-96158.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

现阶段，我国0岁-16岁儿童人口有3亿多左右，由于童装市场在未来几年中具有较大的发展空间，有部分国内企业和国外企业普遍看好童装市场发展的前景，开始涉足童装经营。在今后几年，童装市场消费量每年将保持12%以上的增长，并成为我国最有增长性的消费市场之一。但是，由于我国童装产业科技含量不高，企业进入市场的门槛较低，其营销模式和产品的开发很容易被模仿，较多的童装企业为扩大市场份额，都会根据企业的经营定位策划不同营销策略来参与高端市场或中端市场竞争。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国童装市场供需预测与投资趋势研究报告》共十三章。首先介绍了童装相关概述、中国童装市场运行环境等，接着分析了中国童装市场发展的现状，然后介绍了中国童装重点区域市场运行形势。随后，报告对中国童装重点企业经营状况分析，最后分析了中国童装行业发展趋势与投资预测。您若想对童装产业有个系统的了解或者想投资童装行业，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 童装行业概述

第一节 童装行业的界定及分类

第二节 童装行业特征

- 一、童装行业是一个劳动密集型产业
- 二、童装行业缺乏规模经济效应
- 三、童装流行周期短、季节性强、变化快
- 四、童装产品开发和展示的时效性
- 五、童装的品牌效应
- 六、相关产业多
- 七、儿童服装有被动消费和诱导消费的两重性

第三节 童装行业产业链分析

第二章 中国童装行业发展现状分析

第一节 2011-2012年中国童装产业发展制约因素分析

第二节 2011-2012年中国童装市场的特征分析

一、消费购买行为的特征

二、儿童服饰支出情况

第三节 2011-2012年中国童装现状分析

一、国内童装行业即将跨入第四阶段

二、童装市场现状严峻

三、童装市场面临重新洗牌

四、童装业迎来蓬勃新气象

五、国内童装正受消费者追捧

六、童装行业将进入销售白热化增长

七、童装业发展迅速品牌童装高价位成普遍现象

第四节 2011-2012年中国童装市场的需求及潜力分析

一、市场需求

二、市场潜力

第五节 2011-2012年中国童装市场存在的问题分析

一、童装的产品结构不合理

二、童装设计水平比较低

三、国产童装品牌缺乏竞争力

四、不合格童装主要问题分析

五、新生儿高峰期运动品牌集体掘金童装市场

第三章 中国童装市场消费需求分析

第一节 2011-2012年中国中国童装消费结构分析

第二节 中国城镇儿童服装消费情况

一、教育消费成为新热点

二、儿童人均零用钱总额超过10亿元

三、家庭月收入决定儿童消费结构

四、家长文化程度影响孩子消费结构

第三节 “80后”群体的消费特征

第四节 国内童装的品牌消费市场表现与提升空间

第五节 中国童装市场需求规模与预测

一、婴儿装市场需求分析

二、幼儿装市场需求分析

三、中童装市场需求分析

四、大童装（少年装）市场需求分析

第六节 童装市场消费需求预测

第七节 童装市场需求发展趋势

一、舒适性童装

二、休闲童装（运动）

三、时装化童装

四、需求在向个性化、理智化方向发展

五、功能性童装

六、生态童装

第八节 童装消费流行趋势分析

第九节 中国童装销售及消费趋势

第十节 童装企业应更新消费观念以应对消费需求变化

第四章 中国童装营销分析

第一节 市场营销在童装销售活动中的作用

第二节 童装市场宏观营销环境出现变化

一、经济发展拉动需求

二、儿童人口增加扩大消费

第三节 童装战略营销模式

第四节 童装市场的网络营销分析

第五节 童装营销策略

一、品牌策略

二、形象策略

三、概念营销策略

四、产品策略

五、定价策略

六、促销策略

第六节 绿色营销将主导未来童装行业

第五章 中国童装销售渠道分析

第一节 童装连锁店将成为童装品牌销售的主要渠道

第二节 童装销售渠道策略的方式

- 一、采用电子商务
- 二、特许经营
- 三、代理

第三节 童装销售渠道的发展趋势

第六章 中国童装品牌分析

第一节 品牌化成童装业发展主要特征

第二节 品牌建设是童装适应市场关键

第三节 童装已进入品牌经营的新时期

第四节 童装二级市场品牌金融危机下的机遇

- 一、婴儿潮的市场消费需求加快
- 二、童装二级市场品牌受到关注
- 三、金融危机下的机遇

第五节 童装品牌培育和发展制约因素

- 一、缺少专用面料
- 二、缺乏竞争力
- 三、款式无新创意
- 三、假劣冲击市场
- 四、缺乏市场信息

第六节 动漫成为童装品牌产业升级的路径

- 一、打造童装生活馆
- 二、品牌与动漫结合

第七节 童装品牌定位与细分市场的方式

- 一、童装品牌文化及形象细分
- 二、年龄层细分市场
- 三、个性定位细分市场
- 四、功能定位细分市场
- 五、童装设计细分
- 六、童装价格细分

第八节 中国童装品牌销售情况

- 一、童装品牌销售的困境

二、童装品牌网络销售模式应该得到重视

第九节 中国童装品牌现状

一、童装品牌崛起正当时

二、童装企业品牌发展渐酣

三、童装市场品牌聚合效应凸现

四、童装市场迎来品牌细分时代

五、童装业面临新一轮品牌升级

六、童装市场尚处大品牌真空期

七、童装品牌将朝多元化方向发展

第十节 中国童装的市场发展与品牌发展

一、童装生产基地：从“四分天下”到“三足鼎立”

二、童装品牌之路：产业文化不足，营销人才缺乏

三、打造区域品牌：“中国童装之乡”佛山在产业发展路上的反思

第十一节 中国童装品牌存在的问题

一、童装品牌结构单一

二、对品牌消费研究不足

三、消费者品牌消费购买偏好集中

第十二节 童装品牌市场开发三大发展策略分析

一、从两极开拓大陆童装市场

二、开发12~16岁的大童装

三、开发功能性童装

第七章 中国童装三大产区分析

第一节 中国童装三大产业区

一、浙江省湖州市织里

二、广东省佛山市环市镇

三、福建省石狮市凤里

第二节 浙江湖州织里

一、浙江织里童装走进多元化时代

二、浙江织里兴建中国童装城

三、浙江织里倾力打造国内“童装航母”

四、浙江织里童装产业市场覆盖率98%背后的秘密

- 五、织里童装产业集群发展提速
- 六、织里童装加快市场占有
- 七、织里童装将打造中国童装城
- 八、织里童装产业呈现集群化发展趋势

第三节 广东佛山环市镇

- 一、佛山环市童装产业各功能区简介
- 二、佛山环市镇童装产业现状分析
- 三、佛山童装产业SWOT分析
- 四、佛山环市镇童装产业战略分析
- 五、佛山环市镇树品牌、创名牌提升童装核心竞争力

第四节 福建石狮凤里

- 一、石狮凤里悠久的童装生产历史
- 二、石狮凤里完整的童装产业链
- 三、石狮凤里扎实的童装产业基础
- 四、石狮凤里“阳光”产业重新布局
- 五、石狮凤里童装外贸专业市场已具雏形
- 六、凤里童装生产基地规模效益凸显
- 七、凤里童装生产基地在童装业占有不可忽视地位

第八章 中国童装市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国童装市场品牌竞争格局分析

- 一、我国童装产业缺乏品牌竞争
- 二、国际品牌钻空档
- 三、攻城占地国际品牌利摊几分
- 四、进口品牌引爆中端市场
- 五、国际童装品牌以卡通形象作为其品牌形象
- 六、一念之差改写市场格局

第二节 2011-2012年中国童装行业市场竞争分析

- 一、高新技术童装竞争
- 二、童装品牌竞争
- 三、童装渠道竞争
- 四、童装管理竞争

五、童装创新竞争

六、童装企业人力资源竞争

七、童装企业理念竞争

八、童装企业资讯竞争

九、童装企业竞争的弱化

第三节 高端童装行业竞争

第四节 童装市场消费改变引发竞争升级

第五节 中国童装市场在不断寻找良性竞争的最佳途径

第六节 童装市场未来竞争方向

一、高科技竞争

二、品牌竞争

三、竞争弱化

第九章 2009-2011年中国纺织服装制造业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国纺织服装行业总体数据分析

一、2009年中国纺织服装行业全部企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业全部企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

第十章 2009-2011年中国童装产量数据统计分析

第一节 2009年中国童装产量数据分析

一、2009年全国童装产量数据分析

二、2009年童装重点省市数据分析

第二节 2010年中国童装产量数据分析

- 一、2010年全国童装产量数据分析
- 二、2010年童装重点省市数据分析
- 第三节 2011年中国童装产量数据分析
- 一、2011年全国童装产量数据分析
- 二、2011年童装重点省市数据分析

第十一章 中国主要童装行业重点企业分析法

第一节 青岛绮丽佳美制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 红黄蓝集团绍兴服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 上海巴布豆儿童用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 厦门市立达信服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 威海奥威服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 烟台起成服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 福建豆丁堡少儿用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 泉州斯得乐服装织造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 振华（厦门）制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 中山民森制衣厂有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 2012-2016年中国童装发展前景与趋势分析

第一节 2012-2016年中国童装市场前景分析

- 一、童装市场前景广阔
- 二、中国童装市场潜在巨大

第二节 2012-2016年中国童装行业发展趋势分析

- 一、消费趋势
- 二、生产趋势
- 三、品牌趋势
- 四、营销趋势

第三节 2012-2016年中国童装市场发展趋势分析

- 一、童装的时尚设计要求越来越高
- 二、品牌建设势在必行
- 三、童装的健康、卫生要求更高
- 四、产品结构更趋合理

第四节 2012-2016年中国童装零售市场发展趋势分析

- 一、童装专卖店
- 二、童装专营店又称专门店
- 三、特许连锁或称特许经营

四、孕婴童用品连锁经营店

第十三章 2012-2016年中国童装行业发展策略分析

第一节 童装品牌的提升策略

一、树立品牌形象

二、注重品牌文化内涵

第二节 童装的产品策略

第三节 童装的市场运营策略

一、市场细分策略

二、定价策略

三、服务及信息反馈策略

四、分销策略

五、促销策略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司经营收入走势图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司盈利指标走势图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司负债情况图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司负债指标走势图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛绮丽佳美制衣有限公司成长能力指标走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司主要经济指标走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司经营收入走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司盈利指标走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司负债情况图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司负债指标走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司运营能力指标走势图

图表：红黄蓝集团绍兴服饰有限公司成长能力指标走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司经营收入走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司盈利指标走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司负债情况图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司负债指标走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海巴布豆儿童用品有限公司成长能力指标走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司经营收入走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司盈利指标走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司负债情况图

图表：厦门市立达信服装有限公司负债指标走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门市立达信服装有限公司成长能力指标走势图

图表：威海奥威服装有限公司主要经济指标走势图

图表：威海奥威服装有限公司经营收入走势图

图表：威海奥威服装有限公司盈利指标走势图

图表：威海奥威服装有限公司负债情况图

图表：威海奥威服装有限公司负债指标走势图

图表：威海奥威服装有限公司运营能力指标走势图

图表：威海奥威服装有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台起成服装有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台起成服装有限公司经营收入走势图

图表：烟台起成服装有限公司盈利指标走势图

图表：烟台起成服装有限公司负债情况图

图表：烟台起成服装有限公司负债指标走势图

图表：烟台起成服装有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台起成服装有限公司成长能力指标走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司主要经济指标走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司经营收入走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司盈利指标走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司负债情况图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司负债指标走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司运营能力指标走势图
图表：福建豆丁堡少儿用品有限公司成长能力指标走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司主要经济指标走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司经营收入走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司盈利指标走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司负债情况图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司负债指标走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司运营能力指标走势图
图表：泉州斯得乐服装织造有限公司成长能力指标走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司主要经济指标走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司经营收入走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司盈利指标走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司负债情况图
图表：振华（厦门）制衣有限公司负债指标走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司运营能力指标走势图
图表：振华（厦门）制衣有限公司成长能力指标走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司主要经济指标走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司经营收入走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司盈利指标走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司负债情况图
图表：中山民森制衣厂有限公司负债指标走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司运营能力指标走势图
图表：中山民森制衣厂有限公司成长能力指标走势图
图表：略……

通过《2012-2016年中国童装市场供需预测与投资趋势研究报告》，生产企业及投资机构将

充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201204/01-96158.html>