



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国童装行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国童装行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/47346.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。我国14岁以下的儿童约有3.14亿，城市近1亿，农村2亿多。目前，全国年童装消费约500亿元。占全国服装总消费的近7%，占全球童装总消费的3%。据全国人口普查统计显示，2010年中国出现新生儿出生高峰期，中国将形成一个庞大的儿童用品消费市场。

世界十大童装市场——美国、英国、法国、德国、西班牙、意大利、中国、印度、俄罗斯和日本——正在以每年6% - 7%的速度增长，预计到2012年其零售额将达到1315亿美元。美国人均童装消费量占世界首位，其人均童装消费量是西欧的两倍，是亚太地区的40多倍。欧洲童装市场到2012年童装产业将会增长15%，达到1680亿美元。

同奶粉、辅食等行业集中度较高，发展比较成熟的行业相比，目前童装产业形成的“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企业，如森马、拜丽德等，纷纷投巨资进入童装领域；一批外资品牌如耐克NIKE、左丹奴、米奇MICKY、梦特娇MONTAGUT等也纷纷杀入中国，迅速抢占童装中高端市场；红黄蓝、好孩子等一批童装专业制衣厂商则不断加大技改、扩能投入，努力提升制版能力和设计水平。

目前国外品牌的童装和国内厂家生产的童装各占50%的国内市场份额，但是，国内童装只有30%的生产厂家拥有品牌，70%的童装处于无品牌状态，另外，童装产品结构也不合理，尤其是13岁至16岁的大童服断档严重，国内童装市场上以0 - 1岁的婴儿服、1 - 3岁的幼童服和4 - 6岁的小童服居多，7 - 12岁的中童服偏少，而13岁以上的大童服装严重断档。近几年我国大中城市的收入增加较快、人口自然增长率较低、独生子女比重极高，因此孩子成为家庭消费宠儿，通常家长在为儿童购买服装用品时对价格的要求比较宽松。品牌化、环保化、个性化、时尚化的消费理念已经渗透到大中城市的童装消费中，而随着竞争品牌数量的增加，性价比取向也取代了盲目追求档次，成为都市人购买童装的一个主要权衡指标。

【 目录 】

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
三、中国童装历史	3
第二节 中国童装产业分析	6
一、产业结构情况	6
二、产业链分析	6
三、产业特点分析	7
第二章 童装相关行业发展分析	10
第一节 服装行业发展分析	10
一、2007服装产业国际市场分析	10
二、2007年中国服装产量合计	16
三、服装企业与消费者的互动模式	28
四、2008年服装风格流行预报	30
第二节 布料辅料行业发展分析	33
一、2007年盛泽流行面料排行	33
二、2007年织里流行面料排行	36
三、中国羊绒产业市场发展分析	38
四、2008-2009年世界棉花库存预测	40
第三节 纺织行业发展分析	40
一、2007年纺织业运行的现状	40
二、纺织业走到巨变的临界点	45
三、出口形势变化对纺织业的影响	48
四、从服装业蝶变看缝机业发展方向	49
第三章 世界童装行业发展分析	52
第一节 全球童装行业发展概况	52
一、全球童装企业增长的因素	52
二、世界童装市场需求增长	53

三、国际童装面料流行趋势	54
第二节 美国童装市场发展分析	55
一、美国童装消费市场格局	55
二、美国童装企业竞争分析	57
三、美国名贵童装大受追捧	58
第三节 俄罗斯童装市场发展分析	59
一、俄罗斯童装市场现状	59
二、俄罗斯儿童用品市场趋势	62
三、海外童装大量进入俄罗斯	62
四、俄罗斯将成为童装大市场	63
第四节 其他部分国家童装市场分析	64
一、韩国童装进军中国现状	64
二、日本童装市场发展分析	65
三、法国童装市场发展分析	68

第二部分 行业发展现状

第四章 中国童装行业发展分析	69
第一节 我国童装发展现状	69
一、行业集中度较低	69
二、消费者需求走向高端	70
三、产品结构呈现优化态势	72
四、出现“重女轻男”现象	73
第二节 中国童装市场品牌分析	74
一、市场品牌状况	74
二、品牌区域特点	75
三、品牌格局的调整	76
四、童装“高价”的原因	77
第三节 2007年中国童装流行回顾	80
一、活力	80
二、象征	81
三、享乐	81
四、能量	82

第四节 中国童装行业存在问题分析 83

- 一、童装行业出口问题 83
- 二、国产童装“无牌”设计 83
- 三、批发市场童装质量堪忧 84
- 四、童装款式雷同阻碍发展 85
- 五、童装试衣间的“缺席” 86

第五章 中国童装行业市场运行分析 89

第一节 中国童装产量统计 89

- 一、2007年1-11月全国儿童服装产量合计 89
- 二、2007年1-11月各地区儿童服装产量合计 89

第二节 中国纺织服装制造经济运行分析 96

- 一、2007年1-11月纺织服装制造企业销售排行 96
- 二、2007年1-11月各地区纺织服装制造经济指标 98

第三节 2007年1-11月童装进出口统计 141

- 一、针织或者钩编的婴儿服装进口统计 141
- 二、非针织或者钩编的婴儿服装进口统计 146

第六章 中国童装行业产区分析 152

第一节 童装产业集群发展分析 152

- 一、童装集群地的共同特点 152
- 二、中国童装生产集群分析 153
- 三、童装产业集群优势分析 154
- 四、童装产业集群发展策略 156

第二节 凤里童装业发展分析 161

- 一、凤里童装简介 161
- 二、凤里童装重新布局 162
- 三、三大推力助服装升级 163

第三节 织里童装业发展分析 165

- 一、织里基地简介 165
- 二、织里童装企业的信息化 173
- 三、织里童装打造“童装航母” 177

第四节 佛山童装业发展分析	179
一、基地介绍	179
二、佛山童装流行趋势	180
三、佛山童装发展战略	180
第七章 中国童装区域市场状况	183
第一节 北京童装市场分析	183
一、2007年6月北京亿元商场童装销售	183
二、2007年7月北京亿元商场童装销售	187
三、2007年8月北京亿元商场童装销售	189
四、2007年9月北京亿元商场童装销售	193
五、2007年10月北京亿元商场童装销售	197
六、2007年1-11月北京童装进出口统计	203
第二节 广东省童装市场分析	213
一、广东省童装产业潜力分析	213
二、深圳童装发展历程盘点	214
三、广东童装业发展瓶颈分析	217
四、佛山童装业SWOT分析	218
第三节 浙江省童装市场分析	221
一、浙江童装品牌化运作	221
二、杭州童装市场投资分析	222
三、浙江童装的发展变化	224
第四节 其他部分地区童装市场分析	224
一、江苏童装市场调查	224
二、武汉童装市场分析	226
三、上海童装市场分析	229
第三部分 行业消费分析	
第八章 中国童装行业消费市场分析	231
第一节 中国童装消费者收入分析	231
一、中国儿童情况	231
二、消费者收入水平	233

三、居民消费价格指数	241
四、消费者购买行为分析	247
第二节 童装消费市场状况	250
一、儿童服饰心理分析	250
二、童装行业消费特点	252
三、童装消费新一轮发展	255
四、童装消费的市场变化	256
第三节 影响童装消费的因素分析	257
一、价格的影响	257
二、动画片的影响	259
三、色彩学的影响	259

第四部分 行业竞争分析

第九章 童装行业市场竞争分析	263
第一节 中国童装行业竞争现状	263
一、传统服饰仍占“主流”	263
二、洋童装品牌占优势	263
三、童装品牌迎战绿色竞争	265
四、娃哈哈与太子奶的进入	265
第二节 中国童装品牌竞争分析	268
一、童装品牌竞争格局	268
二、童装品牌竞争力分析	270
三、童装品牌占有率比较	272
第三节 童装行业竞争解析	273
一、高科技竞争	273
二、品牌竞争	274
三、渠道竞争	275
四、管理竞争	275
五、创新竞争	275
六、人力资源竞争	276
七、理念竞争	276
八、资讯竞争	276

九、竞争的弱化 276

第十章 童装行业优势企业分析 278

第一节 米奇妙 278

一、品牌简介 278

二、品牌营销策略 279

第二节 派克兰帝 280

一、公司简介 280

二、公司品牌分析 283

三、公司产品设计分析 285

四、公司经营策略分析 286

第三节 红黄蓝 290

一、公司简介 290

二、公司经营状况 291

三、公司前景展望 293

第四节 力果 294

一、公司简介 294

二、公司竞争策略 294

三、公司品牌定位 295

第五节 巴拉巴拉 296

一、品牌介绍 296

二、品牌成功经验 297

三、品牌前景分析 298

第六节 今童王 299

一、公司简介 299

二、公司品牌战略 300

第七节 博士蛙 301

一、公司简介 301

二、公司品牌战略 302

第八节 雅多 303

一、品牌简介 303

二、产品介绍 303

三、品牌策略	304
第九节 玛米玛卡	306
一、品牌介绍	306
二、品牌分析	307
三、品牌前景	307
第十节 笑咪咪	308
一、公司简介	308
二、公司产品特点	309
三、公司发展策略	310
第十一节 其他企业	312
一、T100	312
二、娃哈哈	314
三、安奈儿	315
四、小猪班纳	315
五、樱桃小丸子	316
六、久久	317
七、叮当猫	318
八、四季青	319
九、巴布豆	321
十、加菲猫	324

第五部分 行业趋势分析

第十一章 童装行业发展趋势分析	325
第一节 童装行业市场发展预测	325
一、2012年全球童装零售额预测	325
二、童装产品未来的功能预测	326
三、中国童装市场未来变化	327
第二节 童装行业流行趋势分析	330
一、逐渐走进品牌细分时代	330
二、童装市场“成人风”强劲	330
三、儿童“奢侈消费”开始显现	332
四、童装的个性化趋势明显	333

五、时尚类童装市场空间渐大	335
第三节 童装行业设计趋势分析	336
一、中国童装设计趋势	336
二、2008年童装春夏流行趋势	338
三、2008年时尚童装要点分析	339
第六部分 行业策略分析	
第十二章 童装行业营销策略分析	343
第一节 中国童装行业营销新模式分析	343
一、“品牌会员店”模式	343
二、童装中的体验销售	344
三、童装品牌折扣分析	345
四、童装连锁发展分析	348
五、童装网络营销分析	350
第二节 中国童装行业的品牌策略分析	352
一、品牌建设是适应市场关键	352
二、童装品牌的市场细分策略	353
三、童装销售渠道策略的方式	356
四、现代儿童服装消费策略分析	357
五、国内童装广告促销策略分析	362
第三节 部分品牌童装营销策略的借鉴	364
一、香猫童装品牌营销的成功经验	364
二、三吉卯实品牌经营战略分析	366
三、花儿童装品牌启动营销新模式	368
四、“好孩子”童装发展策略分析	369
第十三章 童装行业投资分析	371
第一节 童装市场投资环境分析	371
一、童装市场宏观环境分析	371
二、童装市场微观环境分析	372
第二节 童装行业市场投资概况	374
一、童装市场的投资特性	374

二、童装产业投资现状	377
三、童装的投资利润分析	378
第三节 中国童装行业投资机遇及风险分析	382
一、中国童装业投资风险分析	382
二、中国童装产业的潜在优势	383
三、童装品牌奥运商机分析	384
四、2008年纺织服装投资策略	385

图表目录

图表：2007年1-11月全国服装产量合计	16
图表：2007年1-11月北京市服装产量合计	17
图表：2007年1-11月天津市服装产量合计	17
图表：2007年1-11月河北省服装产量合计	17
图表：2007年1-11月山西省服装产量合计	18
图表：2007年1-11月辽宁省服装产量合计	18
图表：2007年1-11月吉林省服装产量合计	19
图表：2007年1-11月黑龙江省服装产量合计	19
图表：2007年1-11月上海市服装产量合计	19
图表：2007年1-11月江苏省服装产量合计	20
图表：2007年1-11月浙江省服装产量合计	20
图表：2007年1-11月安徽省服装产量合计	20
图表：2007年1-11月福建省服装产量合计	21
图表：2007年1-11月江西省服装产量合计	21
图表：2007年1-11月山东省服装产量合计	22
图表：2007年1-11月河南省服装产量合计	22
图表：2007年1-11月湖北省服装产量合计	22
图表：2007年1-11月湖南省服装产量合计	23
图表：2007年1-11月广东省服装产量合计	23
图表：2007年1-11月广西地区服装产量合计	23
图表：2007年1-11月重庆市服装产量合计	24
图表：2007年1-11月四川省服装产量合计	24
图表：2007年1-11月贵州省服装产量合计	25

图表：2007年1-11月云南省服装产量合计	25
图表：2007年1-11月陕西省服装产量合计	25
图表：2007年1-11月甘肃省服装产量合计	26
图表：2007年1-11月新疆地区服装产量合计	26
图表：2007年1-11月宁夏区服装产量合计	26
图表：2007年1-11月内蒙古地区服装产量合计	27
图表：2007年1-11月青海省服装产量合计	27
图表：日本父母为孩子选择服装的因素	66
图表：日本父母为自己的孩子购买服装特别日子介绍	67
图表：2007年1-11月全国儿童服装产量合计	89
图表：2007年1-11月北京市儿童服装产量合计	89
图表：2007年1-11月天津市儿童服装产量合计	90
图表：2007年1-11月河北省儿童服装产量合计	90
图表：2007年1-11月辽宁省儿童服装产量合计	90
图表：2007年1-11月上海市儿童服装产量合计	91
图表：2007年1-11月江苏省儿童服装产量合计	91
图表：2007年1-11月浙江省儿童服装产量合计	91
图表：2007年1-11月安徽省儿童服装产量合计	92
图表：2007年1-11月福建省儿童服装产量合计	92
图表：2007年1-11月江西省儿童服装产量合计	93
图表：2007年1-11月山东省儿童服装产量合计	93
图表：2007年1-11月河南省儿童服装产量合计	93
图表：2007年1-11月湖北省儿童服装产量合计	94
图表：2007年1-11月湖南省儿童服装产量合计	94
图表：2007年1-11月广东省儿童服装产量合计	94
图表：2007年1-11月广西地区儿童服装产量合计	95
图表：2007年1-11月四川省儿童服装产量合计	95
图表：2007年1-11月陕西省儿童服装产量合计	96
图表：2007年2月纺织服装制造企业销售收入前十位	96
图表：2007年5月纺织服装制造企业销售收入前十位	96
图表：2007年8月纺织服装制造企业销售收入前十位	97
图表：2007年11月纺织服装制造企业销售收入前十位	97

图表：2007年1-11月全国纺织服装制造经济指标合计	98
图表：2007年1-11月北京市纺织服装制造经济指标合计	99
图表：2007年1-11月天津市纺织服装制造经济指标合计	100
图表：2007年1-11月河北省纺织服装制造经济指标合计	102
图表：2007年1-11月山西省纺织服装制造经济指标合计	103
图表：2007年1-11月内蒙古地区纺织服装制造经济指标合计	105
图表：2007年1-11月辽宁省纺织服装制造经济指标合计	106
图表：2007年1-11月吉林省纺织服装制造经济指标合计	107
图表：2007年1-11月黑龙江省纺织服装制造经济指标合计	109
图表：2007年1-11月上海市纺织服装制造经济指标合计	110
图表：2007年1-11月江苏省纺织服装制造经济指标合计	111
图表：2007年1-11月浙江省纺织服装制造经济指标合计	113
图表：2007年1-11月安徽省纺织服装制造经济指标合计	114
图表：2007年1-11月福建省纺织服装制造经济指标合计	116
图表：2007年1-11月江西省纺织服装制造经济指标合计	117
图表：2007年1-11月山东省纺织服装制造经济指标合计	118
图表：2007年1-11月河南省纺织服装制造经济指标合计	120
图表：2007年1-11月湖北省纺织服装制造经济指标合计	121
图表：2007年1-11月湖南省纺织服装制造经济指标合计	122
图表：2007年1-11月广东省纺织服装制造经济指标合计	124
图表：2007年1-11月广西地区纺织服装制造经济指标合计	125
图表：2007年1-11月海南省市纺织服装制造经济指标合计	127
图表：2007年1-11月重庆市纺织服装制造经济指标合计	128
图表：2007年1-11月四川省纺织服装制造经济指标合计	129
图表：2007年1-11月贵州省纺织服装制造经济指标合计	131
图表：2007年1-11月云南省纺织服装制造经济指标合计	132
图表：2007年1-11月陕西省纺织服装制造经济指标合计	133
图表：2007年1-11月甘肃省纺织服装制造经济指标合计	135
图表：2007年1-11月青海省纺织服装制造经济指标合计	136
图表：2007年1-11月宁夏地区纺织服装制造经济指标合计	138
图表：2007年1-11月新疆地区纺织服装制造经济指标合计	139
图表：2007年1月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	141

图表：2007年2月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	141
图表：2007年3月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	141
图表：2007年4月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	141
图表：2007年5月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	142
图表：2007年6月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	142
图表：2007年7月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	142
图表：2007年8月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	142
图表：2007年9月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	143
图表：2007年10月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	143
图表：2007年11月针织或者钩编的婴儿服装进口统计	143
图表：2007年1月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	143
图表：2007年2月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	144
图表：2007年3月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	144
图表：2007年4月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	144
图表：2007年5月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	144
图表：2007年6月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	145
图表：2007年7月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	145
图表：2007年8月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	145
图表：2007年9月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	145
图表：2007年10月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	146
图表：2007年11月针织或者钩编的婴儿服装出口统计	146
图表：2007年1月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	146
图表：2007年2月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	146
图表：2007年3月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	147
图表：2007年4月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	147
图表：2007年5月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	147
图表：2007年6月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	147
图表：2007年7月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	148
图表：2007年8月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	148
图表：2007年9月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	148
图表：2007年10月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	148
图表：2007年11月非针织或者钩编的婴儿服装进口统计	149

图表：2007年1月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	149
图表：2007年2月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	149
图表：2007年3月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	149
图表：2007年4月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	150
图表：2007年5月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	150
图表：2007年6月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	150
图表：2007年7月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	150
图表：2007年8月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	151
图表：2007年9月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	151
图表：2007年10月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	151
图表：2007年11月非针织或者钩编的婴儿服装出口统计	151
图表：2007年6月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序	184
图表：2007年6月北京亿元商场童装销售量前10位商场排序	185
图表：2007年6月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价	185
图表：2007年6月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序	186
图表：2007年6月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	187
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序	190
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售量前10位商场排序	191
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价	191
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序	192
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	193
图表：2007年8月北京亿元商场童装销售额前10位品牌的平均单价	193
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序	194
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价	195
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售额前10位商场的平均单价	195
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序	196
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	197
图表：2007年9月北京亿元商场童装销售额前10位品牌的平均单价	197
图表：2007年10月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序	198
图表：2007年10月北京亿元商场童装销售量前10位商场排序	199
图表：2007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：2007年10月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序	201

图表：2007年10月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	202
图表：2007年10月北京亿元商场童装销售额前10位品牌的平均单价	202
图表：2007年1月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	203
图表：2007年2月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	203
图表：2007年3月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	203
图表：2007年4月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	203
图表：2007年5月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	204
图表：2007年6月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	204
图表：2007年7月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	204
图表：2007年8月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	204
图表：2007年9月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	204
图表：2007年10月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	205
图表：2007年11月北京市针织或者钩编的婴儿服装进口统计	205
图表：2007年1月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	205
图表：2007年2月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	205
图表：2007年3月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	206
图表：2007年4月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	206
图表：2007年5月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	206
图表：2007年6月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	206
图表：2007年7月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	207
图表：2007年8月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	207
图表：2007年9月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	207
图表：2007年10月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	207
图表：2007年11月北京市针织或者钩编的婴儿服装出口统计	208
图表：2007年1月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	208
图表：2007年2月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	208
图表：2007年3月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	208
图表：2007年4月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	209
图表：2007年5月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	209
图表：2007年6月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	209
图表：2007年7月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	209
图表：2007年8月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	210

图表：2007年9月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	210
图表：2007年10月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	210
图表：2007年11月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装进口统计	210
图表：2007年1月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	211
图表：2007年2月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	211
图表：2007年3月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	211
图表：2007年4月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	211
图表：2007年5月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	212
图表：2007年6月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	212
图表：2007年7月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	212
图表：2007年8月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	212
图表：2007年9月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	213
图表：2007年10月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	213
图表：2007年11月北京市非针织或者非钩编的婴儿服装出口统计	213
图表：2006年全国各地区人口统计	231
图表：2007年一季城镇单位就业人员劳动报酬统计	233
图表：2007年二季城镇单位就业人员劳动报酬统计	234
图表：2007年三季城镇单位就业人员劳动报酬统计	234
图表：2007年一季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	234
图表：2007年二季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	236
图表：2007年三季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	237
图表：2007年一季度各地区农村居民平均每人现金收入统计	238
图表：2007年二季度各地区农村居民平均每人现金收入统计	239
图表：2007年三季度各地区农村居民平均每人现金收入统计	240
图表：2007年1月居民消费价格分类指数	241
图表：2007年2月居民消费价格分类指数	242
图表：2007年3月居民消费价格分类指数	242
图表：2007年4月居民消费价格分类指数	243
图表：2007年5月居民消费价格分类指数	243
图表：2007年6月居民消费价格分类指数	244
图表：2007年7月居民消费价格分类指数	244
图表：2007年8月居民消费价格分类指数	245

图表：2007年9月居民消费价格分类指数	245
图表：2007年10月居民消费价格分类指数	246
图表：2007年11月居民消费价格分类指数	246
图表：2007年1-11月居民消费信心指数	247
图表：中学生服饰心理调查结果	251
图表：儿童尺码与儿童年龄、身高、胸围对照表	252
图表：派克兰帝公司品牌定位图	283

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47346.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。