



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国童装市场研究预测报告(白金版)

一、调研说明

《2008年中国童装市场研究预测报告(白金版)》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/47352.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

市场现状 近年来，我国童装业表现出强劲发展势头，成为服装行业中增幅最快的门类之一。童装市场风起云涌，市场的需求也在发生着重大的变化。

2005年和2006年，大型商场童装消费额分别比上年提高了15.50%和11.63%。2006年是中国童装行业发展过程中具有深远意义的一年——行业转型加速之年。2006年，全国规模以上童装企业数量至少比2005年增加了30%，企业的平均销售收入比2005年增加了17.5%。2006年1-12月全国儿童服装累计产量为29,151.95万件，与2005年同期相比增加了6.53%。在2007年稳定发展的基础上2008年童装市场将.....

市场竞争 进口童装的价格要比国内同类企业贵50%，甚至更多。童装企业要提高中国童装产业的能级，就必须走出价格竞争的怪圈。国产童装要以高品质、品牌化，而不是价格来占领市场。

目前我国14岁以下的儿童有2.8亿，童装年消费量在8亿件左右，且每年以8%左右的速度增长。因此，我国的童装市场蕴藏着巨大的商机，正鉴于此，不少欧、美童装大牌纷纷试水中国市场，这加大了我国童装的市场竞争.....

市场趋势 随着生活水平的提高，人们早已不满足有衣可穿，在高消费的今天，人们开始关注服装的性能和个性。对于童装这一点也一样的重要。随着儿童的不同需求，市场现状也发生了变化。儿童由于其生理、心理特性，童装市场也随着趋向健康环保、功能多样性、时装性化.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

上 卷

《2008年中国童装市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007年童装市场及细分市场进行了详尽的表观描述,并对中国童装行业运行各项指标进行了详细分析,让您对2007中国童装市场现状及行业运行有详尽的了解……,详细内容请您阅读《2008年中国童装市场研究预测报告》(白金版)1章——8章……

第一部分 行业发展概况 1

第一章 童装行业发展概况 2

第一节 童装行业发展历史 2

一、全球童装行业发展史 2

二、中国童装行业发展史 5

第二节 童装行业特点 8

一、童装行业是一个劳动密集型产业 8

二、童装行业缺乏规模经济效应 9

三、童装行业流行周期短 9

四、童装产品开发和展示的时效性 9

五、童装行业的品牌效应 10

六、童装行业相关产业多 10

七、童装行业有被动消费和诱导消费的两重性 11

第三节 童装产业分析 11

一、产业结构分析 11

二、产业链分析 12

三、产业运行分析 13

第二章 我国服装行业发展分析 14

第一节 2006年服装行业经济运行分析 14

一、服装行业经济运行概况 14

二、国内服装市场销售情况 17

三、服装进出口情况 18

四、纺织服装制造收入前十家排名 22

第二节 服装行业发展现状 28

一、2007年服装行业需求分析	28
二、服装行业消费分析	29
第三节 服装行业营销分析	31
一、营销策略分析	31
二、营销模式分析	41
三、营销渠道分析	44
第四节 服装行业机会与劣势分析	49
一、劣势分析	49
二、机会分析	50
第五节 服装行业批发市场分析	54
一、发展现状分析	54
二、市场特点分析	55
三、存在问题分析	57
四、市场策略分析	57
五、前景展望	62
第三章 童装行业相关产业分析	63
第一节 国际纺织品行业概况	63
一、国际纺织品贸易情况分析	63
二、纺织行业贸易走向分析	64
第二节 我国纺织行业概况	71
一、纺织行业各产品产量分析	71
二、纺织品服装行业技术进步纲要	75
三、2007年一季度纺织行业运行分析	88
第三节 棉花行业发展分析	93
一、棉花行业进口特点	93
二、影响我国棉花进口的主要因素	94
第四节 面料市场发展分析	96
一、2006年十大畅销棉质面料分析	96
二、我国面料企业的发展路径分析	98
三、新一代面料六大功能特征分析	100

第二部分 行业市场分析	103
第四章 2007年童装行业现状分析	104
第一节 童装行业概况	104
一、童装逐渐走向高档化	104
二、大童服装断档严重	105
三、童装产业集群集中	105
四、外资企业优势明显	107
第二节 童装行业品牌市场分析	107
一、本土童装业内外并举拓名牌	107
二、国内童装市场品牌之路	108
第三节 童装市场环境解读	111
一、童装市场宏观营销环境分析	112
二、童装市场微观营销环境分析	114
三、童装市场发展机遇和竞争环境分析	116
第四节 童装行业消费者需求分析	118
一、正确审美应从小做起	118
二、时尚将进入童装	119
三、儿童模特与商业限制	119
四、消费者需求趋势分析	120
第五节 童装行业消费者心理分析	121
一、儿童服饰心理分析	121
二、中学生服饰心理分析	123
第六节 童装行业消费特点	125
一、市场差异小	125
二、形式产品重于实质产品	125
三、广告的促销作用强	126
四、儿童越来越具有购买权	127
五、大商场和超市成购买的主要地点	127
六、主要购买者为年轻的父母	127
第五章 童装行业国外市场分析	128
第一节 美国童装市场分析	128

一、市场特点分析	128
二、市场趋势分析	129
三、企业竞争分析	130
第二节 日本童装市场分析	132
一、日本童装市场概况	132
二、日本童装政策分析	136
三、我国童装企业进入日本市场的途径	139
第三节 欧盟主要国家童装市场分析	143
一、法国童装市场分析	143
二、英国童装市场分析	143
三、欧盟童装市场发展策略	145
第四节 韩国童装市场分析	146

第六章 童装行业基地分析 147

第一节 石狮童装基地分析 147

一、基地概况	147
二、销售方式分析	148
三、发展目标分析	149
四、进出口状况分析	150

第二节 织里童装基地分析 157

一、基地概况	157
二、发展特色分析	159
三、成功因素分析	162
四、发展目标分析	164
五、产品销售分析	167

第三节 佛山童装基地分析 168

一、基地概况	168
二、品牌目标分析	170
三、市场战略分析	171

第四节 影响基地发展的不利因素分析 173

一、缺乏人才	173
二、缺乏创新意识	173

三、文化建设意识不强	173
四、缺乏竞争力强的品牌	174
五、绿色壁垒的限制	175

第七章 童装产销情况分析 176

第一节 2006-2007年儿童服装产品产量统计 176

一、2006年儿童服装产品产量统计	176
二、2007年2-3月儿童服装产品产量统计	185

第二节 2006-2007年儿童服装进出口分析 189

一、进口分析	189
二、出口分析	197

第三节 2006年童装前十位品牌市场占有率分析 206

一、2006年4月各地区童装前十位品牌市场占有率分析	206
二、2006年9月各地区前十位品牌市场占有率分析	210

第四节 童装行业分地区市场状况 216

一、北京童装市场分析	216
二、上海童装市场分析	246
三、浙江童装市场分析	254
四、深圳童装市场分析	258
五、南昌童装市场分析	260
六、武汉童装市场分析	263
七、郑州童装市场分析	266

第八章 童装行业营销分析 268

第一节 童装产业发展策略分析 268

一、发扬区位优势	268
二、注入文化内涵	269
三、加强创新意识	269
四、建构科学的管理理念	270

第二节 童装销售渠道分析 271

一、百货商店	271
二、品牌专卖店	272

三、专营店	273
四、精品店	274
五、超级市场、仓储式商场	275
第三节 童装企业品牌战略分析	276
一、树立足够的魄力和决心	276
二、规划科学的产品结构	277
三、制定规范的价格体系	277
四、构筑健康的渠道网络	278
第四节 童装企业市场营销策略分析	278
一、形象营销策略	279
二、概念营销策略	280
三、品牌营销策略	281
四、文化（知识）营销策略	281
五、电视广告策略	282
六、建立和发展网络营销策略	283
第五节 童装企业品牌营销策划误区分析	283
一、品牌误区	283
二、策划误区	285
三、广告误区	288
四、市场调研误区	292
五、成本误区	293
第六节 童装行业渠道策略分析	294
一、店面策略	294
二、活动策略	295
三、促销策略	296
第七节 外销型童装企业转型趋势及市场操作分析	297
一、转型原因分析	297
二、转型面临问题分析	299
三、转型策略分析	300

下 卷

《2008年中国童装市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007年童装知名企业、行业竞争、未来趋势等进行了深度解构分析，让您对2008年中国童装市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2008年中国童装市场研究预测报告》(白金版) 9章——12章……

第三部分 行业竞争分析 303

第九章 童装行业竞争分析 304

第一节 童装行业竞争现状分析 304

一、童装市场竞争概况 304

二、童装企业竞争概况 306

第二节 童装行业竞争焦点分析 310

一、高科技竞争 310

二、品牌竞争 311

三、渠道竞争 312

四、管理竞争 313

五、创新竞争 313

六、人力资源竞争 314

七、理念竞争 314

八、资讯竞争 314

第三节 童装市场品牌竞争格局分析 315

一、国际品牌钻空档 315

二、进口品牌引爆中端市场 316

三、国际童装品牌以卡通形象作为其品牌形象 317

第四节 童装行业竞争策略分析 318

一、创新是出路 318

二、提升设计与营销软肋 319

三、营造好品牌文化 320

四、能打持久战 321

第五节 童装行业竞争力 322

一、产品结构因素 324

二、设计水平因素 324

第六节 影响童装行业价格的因素 325

- 一、童装品牌授权费 325
- 二、童装面料标准提高 326
- 三、童装工艺复杂 327
- 四、童装规格较多 327
- 五、童装季节性优惠促销 328

第十章 童装知名企业分析 329

第一节 米奇妙 329

- 一、品牌简介 329
- 二、品牌营销策略 330

第二节 派克兰帝 331

- 一、公司简介 331
- 二、公司品牌分析 333
- 三、公司动态 336
- 四、公司经营策略 340

第三节 红黄蓝 345

- 一、公司简介 345
- 二、公司文化 346
- 三、公司经营状况 348

第四节 力果 349

- 一、公司简介 349
- 二、公司竞争策略 350
- 三、公司品牌定位 351

第五节 巴拉巴拉 352

- 一、品牌介绍 352
- 二、品牌动态 353
- 三、品牌前景分析 355

第六节 今童王 357

- 一、公司简介 357
- 二、公司品牌战略 357

第七节 博士蛙 358

- 一、公司简介 358

二、公司品牌战略 359

第八节 雅多 360

一、品牌简介 360

二、产品介绍 360

三、品牌策略 360

第九节 玛米玛卡 364

一、品牌介绍 364

二、品牌分析 364

三、品牌动态 365

第十节 笑咪咪 367

一、公司简介 367

二、公司发展策略 369

第十一节 其他企业 370

一、T100 370

二、娃哈哈 372

三、安奈儿 373

四、小猪班纳 374

五、樱桃小丸子 375

六、久久 375

七、叮当猫 376

八、四季青 378

九、巴布豆 379

十、加菲猫 380

第四部分 行业发展趋势 386

第十一章 童装行业发展趋势分析 387

第一节 我国童装行业未来运行趋势解析 387

一、消费趋势 387

二、生产趋势 389

三、品牌趋势 391

四、营销趋势 391

第二节 童装市场发展趋势分析 392

一、舒适性童装	392
二、休闲童装	394
三、时装化童装	395
四、个性化童装	396
五、功能性童装	396
六、生态童装	396
第三节 童装流行趋势分析	398
一、色彩趋势分析	398
二、个性趋势分析	399
三、健康环保成为童装发展趋势	401
四、低调卡通高调融合成人元素	403

第十二章 童装行业投资分析 406

第一节 童装行业SWOT分析 406

一、童装凸现四大问题	406
二、童装产业发展的困惑	407
三、童装产业发展的挑战	409
四、童装产业发展的机遇	410

第二节 童装市场的投资特性 414

一、产品季节性较强	414
二、原材料丰富	414
三、利润大	414
四、童装业进入的障碍分析	415
五、仿制产品多	417

第三节 童装企业招商策略 417

一、构建差异性竞争品牌	417
二、与经销商共进退	419
三、寻找合适的代理商	423

表目录

表1 2006年2月纺织服装制造收入前十家企业排名	22
表2 2006年3月纺织服装制造收入前十家企业排名	23

表3 2006年4月纺织服装制造收入前十家企业排名	23
表4 2006年5月纺织服装制造收入前十家企业排名	24
表5 2006年6月纺织服装制造收入前十家企业排名	24
表6 2006年7月纺织服装制造收入前十家企业排名	25
表7 2006年8月纺织服装制造收入前十家企业排名	25
表8 2006年9月纺织服装制造收入前十家企业排名	26
表9 2006年10月纺织服装制造收入前十家企业排名	26
表10 2006年11月纺织服装制造收入前十家企业排名	26
表11 2006年12月纺织服装制造收入前十家企业排名	27
表12 2007年2月纺织服装制造收入前十家企业排名	27
表13 2007年1-7月国内规模以上纺织企业产品产量统计表	71
表14 2007年一季度化纤产量分省市情况	72
表15 2007年一季度化纤产量分省市情况	72
表16 2007年一季度化纤产量分省市情况	73
表17 2007年一季度化纤产量分省市情况	74
表18 2007年一季度化纤产量分省市情况	75
表19 2007年1-3月全国纺织品进出口分省市统计	92
表20 2006年流通领域儿童服装商品质量监测情况汇总表	117
表21 儿童尺码与儿童年龄、身高、胸围对照表	124
表22 日本父母为孩子选择服装的因素	134
表23 日本父母为自己的孩子购买服装特别日子介绍	134
表24 2006年2-12月儿童服装产品产量全国合计	176
表25 2006年2-12月儿童服装产品产量北京市合计	176
表26 2006年2-12月儿童服装产品产量天津市合计	177
表27 2006年2-12月儿童服装产品产量河北省合计	177
表28 2006年2-12月儿童服装产品产量辽宁省合计	178
表28 2006年2-12月儿童服装产品产量上海市合计	178
表30 2006年2-12月儿童服装产品产量江苏省合计	179
表31 2006年2-12月儿童服装产品产量浙江省合计	179
表32 2006年2-12月儿童服装产品产量安徽省合计	180
表33 2006年2-12月儿童服装产品产量福建省合计	180
表34 2006年2-12月儿童服装产品产量江西省合计	181

表35	2006年2-12月儿童服装产品产量山东省合计	181
表36	2006年2-12月儿童服装产品产量河南省合计	182
表37	2006年2-12月儿童服装产品产量湖北省合计	182
表38	2006年2-12月儿童服装产品产量湖南省合计	183
表39	2006年2-12月儿童服装产品产量广东省合计	183
表40	2006年2-12月儿童服装产品产量四川省合计	184
表41	2006年2-12月儿童服装产品产量陕西省合计	184
表42	2007年2-3月儿童服装产品产量全国合计	185
表43	2007年2-3月儿童服装产品产量北京市合计	185
表44	2007年2-3月儿童服装产品产量天津市合计	185
表45	2007年2-3月儿童服装产品产量河北省合计	185
表46	2007年2-3月儿童服装产品产量辽宁省合计	185
表47	2007年2-3月儿童服装产品产量上海市合计	186
表48	2007年2-3月儿童服装产品产量江苏省合计	186
表49	2007年2-3月儿童服装产品产量浙江省合计	186
表50	2007年2-3月儿童服装产品产量安徽省合计	186
表51	2007年2-3月儿童服装产品产量福建省合计	186
表52	2007年2-3月儿童服装产品产量江西省合计	187
表53	2007年2-3月儿童服装产品产量山东省合计	187
表54	2007年2-3月儿童服装产品产量河南省合计	187
表55	2007年2-3月儿童服装产品产量湖北省合计	187
表56	2007年2-3月儿童服装产品产量湖南省合计	187
表57	2007年2-3月儿童服装产品产量广东省合计	188
表58	2007年2-3月儿童服装产品产量广西区合计	188
表59	2007年2-3月儿童服装产品产量四川省合计	188
表60	2007年2-3月儿童服装产品产量陕西省合计	188
表61	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	189
表62	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	189
表63	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	189
表64	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	190
表65	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	190
表67	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	190

表68	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	191
表69	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	191
表70	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	191
表71	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	192
表72	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	192
表73	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	192
表74	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	193
表75	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	193
表76	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	193
表77	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	194
表78	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	194
表79	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	194
表80	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	194
表81	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	195
表82	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	195
表83	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	195
表84	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	196
表85	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	196
表86	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	196
表87	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	196
表88	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	197
表89	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	197
表90	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	197
表91	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	198
表92	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	198
表93	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	198
表94	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	199
表95	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	199
表96	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	199
表97	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	200
表98	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	200
表99	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	200

表100	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	201
表101	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	201
表102	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	201
表103	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	201
表104	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	202
表105	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	202
表106	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	202
表107	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	202
表108	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	203
表109	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	203
表110	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	203
表111	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	203
表112	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	204
表113	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	204
表114	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	204
表115	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	204
表116	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	205
表117	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	205
表118	2006年4月西南地区童装前十位品牌市场占有率	206
表119	2006年4月中南地区童装前十位品牌市场占有率	207
表120	2006年4月华东地区童装前十位品牌市场占有率	208
表121	2006年4月东北地区童装前十位品牌市场占有率	209
表122	2006年9月华北地区童装前十位品牌市场占有率	210
表123	2006年9月东北地区童装前十位品牌市场占有率	212
表124	2006年9月华东地区童装前十位品牌市场占有率	212
表125	2006年9月中南地区童装前十位品牌市场占有率	213
表126	2006年9月西北地区童装前十位品牌市场占有率	214
表127	2006年9月西南地区童装前十位品牌市场占有率	214
表128	2006年9-10月童装全国销量排行	215
表129	2006年10月淘宝网童装成交排行	216
表130	2006年8月北京亿元商场童装销售额前10位商场排名	216
表131	2006年8月北京亿元商场童装销售量前10位商场排名	218

表132 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	219
表133 2006年8月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排名	220
表134 2006年8月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排名	221
表135 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	222
表136 2006年10月北京亿元商场童装销售额前10位商场排名	223
表137 2006年10月北京亿元商场童装销售量前10位商场排名	224
表138 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	225
表139 2006年10月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排名	226
表140 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	228
表141 2006年10月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	229
表142 2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位商场排序	230
表143 2006年12月北京亿元商场童装销售量前10位商场排序	234
表144 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	236
表145 2006年12月北京亿元商场童装销售额前10位品牌排序	238
表146 2006年12月北京亿元商场童装销售量前10位品牌排序	241
表147 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	244

图目录

图1 2007年3月服装市场总体需求数据	28
图2 2007年3月服装分种类市场占有率	29
图3 2006年9月华北地区童装前十位品牌市场占有率比较	211
图4 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	230
图5 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	231
图6 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	231
图7 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	232
图8 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	233
图9 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	234
图10 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	235
图11 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	237
图12 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	237
图13 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	238

图14 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	239
图15 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	239
图16 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	241
图17 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	242
图18 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	242
图19 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	244
图20 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	245
图21 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	246
图22 2007年4、5月上海服装销售总计金额	253
图23 2007年5月各类服装销售额与上月同期比较	254
图24 2007年4、5月各类服装占销售总量的百分比	254

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47352.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。