



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国童装行业市场分析及 发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2006年中国童装行业市场分析及发展趋势预测报告》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/57293.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

2006年中国童装行业市场分析与发展趋势市场分析与发展趋势研究报告

目录

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

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

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

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

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

第一节 美国 105

一、2005年美国从中国进口服装情况 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

七、开拓日本童装市场的策略 119

八、日本童装市场进入规定和要求 122

第三节 欧盟 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

三、开拓欧盟童装市场的策略 129

第四节 韩国 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

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

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 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、童装网络经营策略 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”期间全国各大城市童装促销活动概况 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、嗒嗒嗒?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
- 三、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里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 [JapanIndustrialStandards (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：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：<https://www.icandata.com/view/57293.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。