

2012-2015年中国童装童鞋 行业投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2015年中国童装童鞋行业投资分析及深度研究咨询报告》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.cction.com/report/201203/85005.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

→内容简介

2011年，我国童装市场继续保持平稳有序的发展。2011年，全国重点大型零售企业童装零售额同比增长21.2%，零售量同比增长7.33%。童装商品消费结构上也出现一些新的特征。定位鲜明的品牌受到欢迎。休闲舒适、时尚化的特点也逐渐从成人服装蔓延到童装，童服成人化特征日益明显。定位鲜明、时尚休闲的童装品牌就受到消费者青睐；国外童装品牌发展较快。国外品牌的进入提供给消费者更多选择空间、给国内企业带来示范借鉴经验的同时，也会对国内童企造成一定的冲击，市场竞争也将趋于加剧；地区品牌消费结构存在差异。各个地区对于品牌的偏好存有差异。除ADIDAS、NIKE等品牌在各个地区均名列前茅外，派克兰帝和巴拉巴拉在华北、东北、西北地区市场的销售均名列前茅，而在中南、西南等南方地区均未进入榜单前十；丽婴房则是南方地区销售表现优于北方。

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。按年龄段可以细分出婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。目前中国童装市场的格局大致是，国内国外品牌各占国内市场的一半。国内厂家占有的50%份额中，顶多只有30%拥有品牌，分别在一二三类城市市场扎堆；70%处于无品牌状态，分布在广阔的农村市场。而国外品牌占据的50%市场份额中，几乎集中在一线中心城市市场。

童装鞋服一体化出现新机遇。童装市场上，越来越多的成熟品牌采取延伸开发，一个品牌多种产品，将服装、鞋、帽、饰品、玩具等进行多种联动。如今，童装市场竞争风生水起，每个童装或童鞋品牌已不再满足做单一产品，都欲将自己的品牌做成有丰富产品类别的综合品牌，在各类别的销售中扩大市场份额。在消费状态和消费水平都在从生存型向舒适型转变的时候，品牌消费时代已经到来。在消费者对童装、童鞋的品牌要求不断提升的前提下，他们愿意为品牌童装、童鞋承受高于非品牌童装、童鞋近80%的价格，这样就导致了企业只有树立品牌，才能在激烈的竞争中抢占有利的市场。在鞋服一体化的进程中，不仅合理搭配产品，进行多品种联动，还需完善品牌的建设。创造对品牌的价值，实现消费者对品牌的认同，从而产生消费的忠实度，这样的品牌企业才会不断地壮大发展。

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、中国服装协会、中国纺织工业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及内衣专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国童装、童鞋的行业现状、市场各类经营指标的情况、关联产业的发展状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对童装童鞋市场发展动向作了详

尽深入的分析，并根据童装童鞋行业的发展轨迹对童装童鞋未来的发展趋势作了审慎的判断，为童装童鞋产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明童装童鞋行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 童装行业发展分析

第一章 2011年中国童装行业运行动态透析 1

第一节 童装的相关概述 1

一、童装的起源 1

二、童装的分类 1

三、童装产业的特征 4

第二节 2011年中国童装行业的发展分析 6

一、中国童装产业结构及产业链概况 6

二、中国童装业开始步入产业升级轨道 9

三、我国童装产业的运行特点 13

四、中国童装产业呈遍地开花局面 14

第三节 2011年童装产业绿色环保的发展分析 22

一、环保童装的介绍 22

二、绿色童装的四大功能 24

三、童装企业应尽力打造绿色环保童装 24

四、健康童装的面料要提高科技含量 25

五、国内冬季童装市场掀起环保风 26

六、环保童装消费理念深入人心 27

第四节 2011年童装产业发展存在的问题及对策分析 28

一、制约中国童装产业发展的八大因素 28

二、样式无差异制约童装行业发展 29

三、童装产业基地发展存在的问题 31

四、童装产业应实施ISO9000国际标准 36

五、我国童装行业应重视出口风险防范 36

第二章 2011年中国童装市场运行走势解析 38

第一节 中国童装市场发展概况 38

一、改革开放以来童装市场的发展变化 38

二、中国童装市场发展格局分析 41

三、中国童装市场发展特征 42

四、中国童装市场开始步入调整周期 43

五、运动品牌集体发力国内童装市场 44

第二节 中国童装市场存在的问题 46

一、童装市场发展面临的五大难题 46

二、中国童装市场发展需突破的瓶颈 48

三、制约中国童装市场发展的因素 49

四、中国童装市场不景气的内外因 53

第三节 中国童装市场的发展对策 55

一、童装成功开创蓝海大市场的策略 55

二、童装企业的低成本传播战略 61

三、童装企业从批发向品牌转型的建议 64

第三章 2011年中国童装行业市场需求及消费情况深度研究 70

第一节 中国童装市场需求分析 70

一、中国童装市场的需求规模 70

二、女童装市场需求比男童市场大 81

三、童装市场的需求趋向 82

四、童装市场需求六大趋势 83

五、国内童装需求逐渐向大尺寸演变 88

第二节 中国童装市场消费分析 90

一、童装消费的特征 90

二、影响童装消费的因素 93

三、中国童装市场消费水平多层次 95

四、2011年童装市场消费者调查分析 97

五、童装个性化消费来临及应对策略 98

第三节 中国童装市场价格分析 102

一、影响儿童服装价格的因素 102

二、中国童装价格居高原因分析 106

三、中国童装市场价格与需求形式分析 108

第四章 2011年中国童装品牌市场运行形势分析 110

第一节 中国童装品牌的发展 110

- 一、中国童装发展品牌市场的背景 110
- 二、中国童装品牌市场的整体格局 111
- 三、我国自主童装品牌发展状况简析 112
- 四、洋品牌大肆抢滩中国童装市场 113
- 五、2010年中国大型商场前十位童装品牌的销售统计 115
- 六、2011年中国童装市场前十位品牌综合占有率情况 116

第二节 童装品牌细分市场的定位 117

- 一、以年龄层细分市场 117
- 二、以个性定位细分市场 118
- 三、以功能定位细分市场 119

第三节 中国童装品牌市场存在的问题 120

- 一、童装品牌发展的难点 120
- 二、中国童装品牌结构不合理设计老化 122
- 三、中国童装品牌消费存在的不足 123
- 四、中国童装品牌做不大的原因 125
- 五、中国童装企业在品牌策划中存在的误区 126

第四节 中国童装品牌发展的策略 135

- 一、童装打造自主品牌的建议 135
- 二、中国童装品牌文化应升级 138
- 三、中国童装企业品牌策划的策略 140

第五章 2007-2011年中国婴儿服装及衣着附件产量统计分析 142

第一节 2007-2010年全国婴儿服装及衣着附件产量分析 142

第二节 2011年全国及主要省份婴儿服装及衣着附件产量分析 152

第三节 2011年婴儿服装及衣着附件产量集中度分析 152

第六章 2011年中国童装区域市场格局分析 153

第一节 北京 153

- 一、北京童装销售市场发展回顾 153
- 二、北京亿元商场童装市场销售情况 155
- 三、北京童装行业零售简况 156

第二节 上海 159

一、上海市童装市场的定位分析 159

二、上海童装质量安全性指数有保障 160

三、上海童装市场发展综述 160

四、法国顶级童装品牌进驻上海 162

五、上海童装销售规模分析 163

第三节 深圳 164

一、深圳童装市场总体概述 164

二、深圳童装市场面临洗牌 166

三、深圳童装着力打造领先品牌 169

四、深圳“衣童俱乐部”品牌抢占全国市场 170

五、深圳童装市场企业与日俱增 171

第四节 杭州 171

一、杭州已成为童装品牌必争之地 171

二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山 173

三、杭州街头童装受欢迎 175

四、T100低调抢滩杭州童装市场 175

第五节 温州 176

一、温州童装发展的轨迹 176

二、限制温州童装发展的瓶颈 179

三、温州童装业保持稳健发展 181

四、温州童装积极抢占核心商圈 183

第六节 其他地区 185

一、江苏省童装市场商机大 185

二、成都童装品牌领先全国 186

三、武汉本土童装集体失声 187

四、长春品牌童装市场销售形势火热 187

第七章 2011年中国童装行业市场竞争格局分析 189

第一节 2011年中国童装市场的竞争状况 189

一、中国童装市场的主要竞争形式 189

二、成人服装品牌挤占童装市场空间 191

三、成装企业大规模介入加剧童装行业竞争 192

第二节 2011年中国童装行业集中度分析 195

- 一、市场集中度分析 195
- 二、区域集中度分析 195
- 三、2011年中国童装企业提升竞争力策略分析 196

第八章 国内外童装重点企业分析 203

第一节 NIKE 203

- 一、企业概况 203
- 二、市场定位情况 203
- 三、市场占有份额情况 204
- 四、NIKE童装品牌分析 204

第二节 ADIDAS 205

- 一、企业概况 205
- 二、市场定位情况 205
- 三、市场占有份额情况 205
- 四、企业品牌规模分析 205

第三节 PawinPaw 206

- 一、企业概况 206
- 二、市场定位情况 206
- 三、市场占有份额情况 207

第四节 巴拉巴拉 207

- 一、企业概况 207
- 二、市场定位情况 209
- 三、市场占有份额情况 211
- 四、企业品牌规模 212

第五节 安奈儿 212

- 一、企业概况 212
- 二、市场定位情况 216
- 三、市场占有份额情况 217
- 四、2012-2015年公司发展战略分析 217

第六节 衣恋 219

- 一、企业概况 219
- 二、市场定位情况 220
- 三、市场占有份额情况 220

四、企业产品介绍 221

第七节 派克兰帝 221

一、企业概况 221

二、市场定位情况 223

三、市场占有份额情况 224

四、2012-2015年公司发展战略分析 225

第八节 丽婴房 227

一、企业概况 227

二、企业规模分析 228

三、市场占有份额情况 229

四、企业经营分析 229

第九节 史努比 230

一、企业概况 230

二、市场定位情况 231

三、市场占有份额情况 231

四、企业品牌分析 231

第十节 小猪班纳 232

一、企业概况 232

二、市场定位情况 233

三、市场占有份额情况 233

四、企业经营分析 234

第九章 2012-2015年中国童装投资机会与风险分析 235

第一节 2012-2015年中国童装投资现状分析 235

一、童装市场的投资特性 235

二、童装连锁投资成为未来主流趋势 238

三、消费市场巨大使童装成为投资焦点 241

第二节 2012-2015年中国童装投资机会分析 242

一、全球童装市场增长空间广阔 242

二、中国童装行业的投资机会 243

三、国内中端童装市场面临投资机遇 247

四、中国婴儿装、童装市场充满商机 248

五、童装童鞋一体化带来的新机遇 249

第三节 2012-2015年中国童装投资风险分析	252
一、童装企业的内部风险	252
二、品牌效应给童装企业带来的风险	254
三、童装行业盈利能力有待提高	255
四、其他风险分析	256
第四节 2012-2015年中国童装投资建议分析	263
一、童装品牌特许经营风险规避的对策	263
二、童装企业应合理安排内外销比重	264
三、童装投资应注重渠道建设	265
四、童装投资的七大要素	266
第十章 2012-2015年中国童装的发展趋势分析	268
第一节 2012-2015年中国童装的发展前景	268
一、2012-2015年中国童装行业预测分析	268
二、中国童装产业发展前景分析	269
三、中国童装产业的发展方向	270
四、未来十年中国童装产业发展前景展望	270
五、童装市场发展潜力探析	271
第二节 中国童装的运行趋势	273
一、消费趋势	273
二、生产趋势	274
三、品牌趋势	275
四、营销趋势	276
第十一章 中国童装行业发展预测	279
第一节 2012-2016年我国童装行业产量预测	279
第二节 2012-2016年我国童装行业消费量预测	280
第三节 2012-2016年我国童装行业产值预测	281
第四节 2012-2016年我国童装行业销售收入预测	281
第二部分 童鞋行业发展分析	
第十二章 2010-2012年中国童鞋行业市场发展分析	283
第一节 童鞋行业市场发展现状	283
一、市场发展概况	283
二、发展热点回顾	285

三、市场存在问题及策略分析	287
第二节 童鞋行业技术发展	289
一、技术特征现状分析	289
二、新技术研发及应用动态	290
三、技术发展趋势	290
第三节 中国童鞋行业消费市场分析	291
一、消费特征分析	291
二、消费需求趋势	292
三、品牌市场消费结构	292
第四节 2012-2015年童鞋行业市场发展趋势	293
第十三章 中国童鞋市场规模分析	299
第一节 2011年中国童鞋市场规模分析	299
第二节 2011年我国童鞋区域结构分析	299
第十四章 公司对童鞋行业竞争格局分析	301
第一节 行业竞争结构分析	301
一、现有企业间竞争	301
二、潜在进入者分析	302
三、替代品威胁分析	302
四、供应商议价能力	302
五、客户议价能力	303
第二节 行业集中度分析	303
一、市场集中度分析	303
二、企业集中度分析	303
三、区域集中度分析	306
第三节 2010-2015年童鞋行业竞争格局分析	307
一、2010-2011年国内外童鞋竞争分析	307
二、2010-2011年我国童鞋市场竞争分析	308
三、2012-2015年国内主要童鞋企业动向	309
第十五章 公司对未来童鞋行业发展预测分析	311
第一节 未来童鞋行业需求与消费预测	311
一、2012-2015年童鞋产品消费预测	311
二、2012-2015年童鞋市场规模预测	312

三、2012-2015年童鞋行业总产值预测	313
四、2012-2015年童鞋行业销售收入预测	313
第二节 2012-2015年中国童鞋行业供需预测	313
一、2012-2015年中国童鞋供给预测	313
二、2012-2015年中国童鞋产量预测	313
三、2012-2015年中国童鞋需求预测	314
四、2012-2015年中国童鞋供需平衡预测	314
第十六章 公司对童鞋行业投资机会与风险分析	315
第一节 童鞋行业投资机会分析	315
一、童鞋投资项目分析	315
二、可以投资的童鞋模式	316
三、2012年童鞋投资机会	316
四、2012年童鞋投资新方向	318
五、2012-2015年童鞋行业投资的建议	318
六、新进入者应注意的障碍因素分析	320
第二节 影响童鞋行业发展的主要因素	323
一、2012-2015年影响童鞋行业运行的有利因素分析	323
二、2012-2015年影响童鞋行业运行的稳定因素分析	324
三、2012-2015年影响童鞋行业运行的不利因素分析	325
四、2012-2015年我国童鞋行业发展面临的挑战分析	329
五、2012-2015年我国童鞋行业发展面临的机遇分析	331
第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析	335
一、2012-2015年童鞋行业市场风险及控制策略	335
二、2012-2015年童鞋行业政策风险及控制策略	336
三、2012-2015年童鞋行业经营风险及控制策略	337
四、2012-2015年童鞋行业技术风险及控制策略	338
五、2012-2015年童鞋同业竞争风险及控制策略	339
六、2012-2015年童鞋行业其他风险及控制策略	340
第十七章 公司对童鞋行业投资战略研究	341
第一节 童鞋行业发展战略研究	341
一、战略综合规划	341
二、技术开发战略	343

三、业务组合战略 345

四、营销品牌战略 347

五、竞争战略规划 348

第二节 对我国童鞋品牌的战略思考 350

一、企业品牌的重要性 350

二、童鞋实施品牌战略的意义 351

三、童鞋企业品牌的现状分析 352

四、我国童鞋企业的品牌战略 354

五、童鞋品牌战略管理的策略 355

第三节 童鞋行业投资战略研究 359

图表目录

图表：2010年11月全国200家重点大型百货商童装销售统计 115

图表：2010年童装前十位品牌市场占有率 116

图表：2011年8月童装前十位品牌市场占有率 117

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计 142

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计 143

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计 144

图表：2007年1-12月婴儿服装及衣着附件产量陕西省合计 144

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计 144

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计 145

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计 146

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计 147

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计 147

图表：2008年1-12月婴儿服装及衣着附件产量陕西省合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计 147

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计 148

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计 149

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计 149

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计 149

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计 149

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计 149

图表：2009年1-12月婴儿服装及衣着附件产量四川省合计 149

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计 149

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计 149

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古区合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计 150

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江西省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量山东省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河南省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖北省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量湖南省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广东省合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量广西区合计 151

图表：2010年1-12月婴儿服装及衣着附件产量重庆市合计 152

图表：2011年婴儿服装及衣着附件产量全国合计 152

图表：2011年10月上海童装销售额排名前十品牌 164

图表：2011年10月童装品牌市场占有率 195

图表：2011年NIKE童装市场占有率情况 204

图表：2011年ADIDAS童装市场占有率情况 205

图表：2011年PawinPaw童装市场占有率情况 207

图表：2011年巴拉巴拉童装市场占有率情况 211

图表：2011年安奈尔童装市场占有率情况 217

图表：2011年衣恋童装市场占有率情况 220

图表：2011年派克兰帝童装市场占有率情况 224

图表：2011年丽婴房童装市场占有率情况 229

图表：2011年史努比克童装市场占有率情况 231

图表：2011年小猪班纳童装市场占有率情况 233

图表：2006年童装产量全国合计 279

图表：2007年童装产量全国合计 279

图表：2008年童装产量全国合计 279

图表：2009年童装产量全国合计 279

图表：2010年童装产量全国合计 279

图表：2011年童装产量全国合计 279

图表：2012年童装产量预测 280

图表：2006年童装销量全国合计 280

图表：2007年童装销量全国合计 280

图表：2008年童装销量全国合计 280

图表：2009年童装销量全国合计 280

图表：2010年童装销量全国合计 280

图表：2011年童装销量全国合计 281

图表：2012年童装销量预测 281

图表：2012年童装行业产值预测 281

图表：2012年童装行业销售额预测 281

图表：2011年童鞋行业市场规模 299

图表：2011年童鞋行业华北地区市场规模 299

图表：2011年童鞋行业东北地区市场规模 299

图表：2011年童鞋行业华东地区市场规模 299

图表：2011年童鞋行业华中地区市场规模 299

图表：2011年童鞋行业华南地区市场规模 300

图表：2011年童鞋行业西南地区市场规模 300

图表：2011年童鞋行业西北地区市场规模 300

图表：2012年童鞋行业消费量预测 312

图表：2012年童鞋行业市场规模预测 312

图表：2012年童鞋行业总产值预测 313

图表：2012年童鞋行业销售额预测 313

图表：2012年童鞋行业供给预测 313

图表：2012年童鞋行业产量预测 313

图表：2012年童鞋行业需求预测 314

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201203/85005.html>