

2014-2019年中国高端童装 市场前景研究与投资战略分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国高端童装市场前景研究与投资战略分析报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/U72719T7EG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

第1章：中国高端童装行业发展综述 24

1.1 高端童装行业定义及分类 24

1.1.1 行业概念及定义 24

1.1.2 主要产品大类 24

1.2 高端童装行业统计标准 24

1.2.1 统计部门和统计口径 24

1.2.2 统计方法 25

1.2.3 数据种类 25

1.3 高端童装行业PEST模型 27

1.3.1 行业政治法律环境分析（P） 27

（1）新国家纺织品基本安全技术规范分析 27

（2）工信部批准60项纺织行业新标准分析 32

1.3.2 行业经济环境分析（E） 34

（1）国内经济增长 34

（2）居民收入水平 34

1.3.3 行业消费环境分析 36

（1）居民消费倾向 36

（2）居民消费信心 36

（3）居民消费结构 37

1.3.4 行业信息技术环境分析（T） 38

（1）企业IT数据系统装备情况 38

（2）行业信息技术使用现状分析 39

（3）行业信息技术利用趋势分析 42

1.4 高端童装行业波特五力模型 44

1.4.1 上游议价能力 44

1.4.2 下游议价能力 44

1.4.3 新进入者壁垒 44

1.4.4 替代威胁 45

1.4.5 行业内竞争 45

第2章：2012-2013年高端童装行业经济指标 46

2.1 中国高端童装行业经济指标分析 46

2.1.1 高端童装行业经营效益指标 46

(1) 综合经营效益指标 46

(2) 盈利能力分析 46

(3) 运营能力分析 47

(4) 偿债能力分析 47

(5) 发展能力分析 48

2.1.2 高端童装行业经济指标 48

(1) 综合经济指标 48

(2) 不同规模企业经济指标 49

(3) 不同性质企业经济指标 55

(4) 不同地区企业经济指标 64

2.2 中国高端童装行业供需平衡指标 77

2.2.1 高端童装行业供给指标 77

(1) 高端童装行业供给指标 77

2.2.2 高端童装行业需求指标 81

(1) 高端童装行业需求指标 81

2.2.3 2008-2013年产销率分析 84

2.3 2013年高端童装行业经营效益指标 85

2.3.1 2013年产业规模分析 85

2.3.2 资本/劳动密集度分析 86

2.3.3 高端童装行业产销分析 86

2.3.4 高端童装行业成本分析 87

2.3.5 高端童装行业盈亏分析 87

2.4 中国高端童装制造行业进出口市场分析 88

2.4.1 中国高端童装制造行业出口情况 88

(1) 行业出口整体情况分析

(2) 行业出口产品结构分析 89

2.4.2 中国高端童装制造行业进口情况 89

(1) 行业进口整体情况分析 89

(2) 行业进口产品结构分析 90

第3章：高端童装行业产业链直观 91

3.1 高端童装行业产业链分析 91

3.2 高端童装行业上游产业供应链解析 91

3.2.1 服装面料市场供给与发展趋势分析 91

(1) 纺织业固定资产投资情况分析 91

(2) 纺织业主要产品生产产量分析 92

(3) 纺织业需求情况分析 93

(4) 纺织行业发展趋势分析 94

3.2.2 服装辅料市场供给与价格走势 94

(1) 拉链市场价格及走势分析 94

(2) 衬布市场价格及走势分析 95

(3) 纽扣市场价格及走势分析 95

3.2.3 缝纫机械市场产销与经营 95

(1) 缝纫机械市场产销情况 95

(2) 缝纫机械行业经营情况 96

3.3 高端童装行业下游产业流通链解析 96

3.3.1 传统零售业发展现状与需求 96

(1) 传统零售业发展现状 96

(2) 网络服饰销售发展现状 102

第4章：高端童装行业细分产品市场 106

4.1 高端童装产品市场发展 106

4.1.1 产品线延伸 106

(1) 产品年龄段拓展 106

(2) 产品性别市场拓展 106

4.1.2 产品设计趋势 106

(1) 休闲装崛起 106

(2) 颜色、款式成人化 106

- (3) 图案变小, 流行装饰增多 107
- (4) 健康环保概念流行 107
- 4.2 不同年龄段产品市场分析 107
 - 4.2.1 婴幼儿(0-3岁)装市场 107
 - (1) 婴幼儿装市场需求 107
 - (2) 婴幼儿装主要品牌及企业 108
 - (3) 婴幼儿装购买决策与购买行为 108
 - (4) 婴幼儿装营销特征与针对性 109
 - (5) 婴幼儿装市场趋势与前景 110
 - 4.2.2 小童(4-6岁)装市场 110
 - (1) 小童装市场需求 110
 - (2) 小童装主要品牌及企业 110
 - (3) 小童装购买决策与购买行为 111
 - (4) 小童装营销特征与针对性 111
 - (5) 小童装市场趋势与前景 111
 - 4.2.3 中童(7-12岁)装市场 111
 - (1) 中童装市场需求 111
 - (2) 中童装主要品牌及企业 111
 - (3) 中童装购买决策与购买行为 111
 - (4) 中童装营销特征与针对性 112
 - (5) 中童装市场趋势与前景 112
 - 4.2.4 大童(13-16岁)装市场 112
 - (1) 大童装市场需求 112
 - (2) 大童装主要品牌及企业 113
 - (3) 大童装购买决策与购买行为 113
 - (4) 大童装营销特征与针对性 113
 - (5) 大童装市场趋势与前景 113
- 4.3 高端童装产业链延伸 114
 - 4.3.1 延伸至鞋类市场 114
 - 4.3.2 延伸至文具市场 114
 - 4.3.3 延伸至婴幼儿用品市场 114

第5章：高端童装行业发展与竞合关系	115
5.1 国际高端童装市场竞合关系	115
5.1.1 主要国家及地区高端童装市场发展	115
(1) 美国	115
(2) 俄罗斯	115
(3) 英国	116
5.1.2 国际童装品牌调研及在华投资	116
(1) 耐克 (nike)	116
(2) 阿迪达斯 (adidas)	118
(3) 古驰 (GUCCI)	120
(4) 阿卡邦 (agabang)	122
(5) 史努比	123
(6) 樱桃小丸子	124
5.2 国内高端童装市场竞合关系	124
5.2.1 高端童装市场规模	124
5.2.2 高端童装行业集中度	125
(1) 销售集中度	125
(2) 资产集中度	126
(3) 利润集中度	126
5.2.3 不同经济类型企业集中度	127
5.2.4 高端童装竞争格局	131
(1) 中外品牌竞争格局	131
(2) 国内品牌竞争力	132
5.2.5 国内童装品牌调研	132
(1) 巴拉巴拉	132
(2) 派克兰帝	133
(3) 小猪班纳	134
(4) 巴布豆	136
(5) 安奈尔	136
(6) 米奇	137
5.3 高端童装企业资本整合与并购	139

- 5.3.1 行业结构的演进和增长点 139
- 5.3.2 国际高端童装企业投资兼并与重组整合 139
- 5.3.3 国内高端童装企业投资兼并与重组整合 139

第6章：高端童装行业重点区域市场 142

- 6.1 行业总体区域结构特征 142
 - 6.1.1 区域结构总体特征 142
 - 6.1.2 区域集中度 145
- 6.2 行业重点区域产销情况 147
 - 6.2.1 华北地区高端童装产销情况 147
 - (1) 北京市高端童装产销情况 147
 - (2) 天津市高端童装产销情况 149
 - (3) 河北省高端童装产销情况 152
 - (4) 山西省高端童装产销情况 154
 - (5) 内蒙古高端童装产销情况 156
 - 6.2.2 华南地区高端童装产销情况 159
 - (1) 广东省高端童装产销情况 159
 - (2) 广西壮族自治区高端童装产销情况 161
 - 6.2.3 华东地区高端童装产销情况 164
 - (1) 上海市高端童装产销情况 164
 - (2) 江苏省高端童装产销情况 166
 - (3) 浙江省高端童装产销情况 169
 - (4) 山东省高端童装产销情况 171
 - (5) 福建省高端童装产销情况 174
 - (6) 安徽省高端童装产销情况 176
 - (7) 江西省高端童装产销情况 179
 - 6.2.4 华中地区高端童装产销情况 181
 - (1) 湖北省高端童装产销情况 181
 - (2) 湖南省高端童装产销情况 184
 - (3) 河南省高端童装产销情况 186
 - 6.2.5 西南地区高端童装产销情况 189

- (1) 重庆市高端童装产销情况 189
- (2) 四川省高端童装产销情况 191
- (3) 贵州省高端童装产销情况 194
- (4) 云南省高端童装产销情况 196
- 6.2.6 东北地区高端童装产销情况 198
 - (1) 辽宁省高端童装产销情况 198
 - (2) 吉林省高端童装产销情况 201
 - (3) 黑龙江省高端童装产销情况 203
- 6.2.7 西北地区高端童装产销情况 205
 - (1) 山西省高端童装产销情况 205
 - (2) 甘肃省高端童装产销情况 207
 - (3) 青海省高端童装产销情况 210
 - (4) 宁夏高端童装产销情况 212

第7章：高端童装行业消费需求调研 215

- 7.1 高端童装需求背景 215
 - 7.1.1 人口结构分析 215
 - (1) 人口增长情况分析 215
 - (2) 人口结构变化分析 215
 - (3) 人口结构变化对消费的影响 216
 - 7.1.2 家庭消费周期与消费特征分析 217
 - (1) 家庭消费生命周期界定 217
 - (2) 不同家庭消费生命周期的消费特征 218
- 7.2 儿童消费决策市场 220
 - 7.2.1 童装消费决策调研 220
 - 7.2.2 儿童消费决策情况调研 221
 - (1) 儿童人均消费结构 221
 - (2) 儿童购物自主意识与品牌认知 221
 - (3) 儿童高消费影响因素 222
- 7.3 高端童装需求空间分析 223
 - 7.3.1 童装消费规模分析 223

7.3.2 高端童装需求空间分析 223

7.4 高端童装消费需求调研 224

7.4.1 童装消费层次 224

7.4.2 童装消费价格承受能力 225

7.4.3 童装消费质量要求 226

7.4.4 童装消费场所选择 227

7.4.5 童装消费对品牌的选择 228

第8章：高端童装销售渠道与发展策略 230

8.1 高端童装销售渠道 230

8.1.1 高端童装销售渠道发展 230

8.1.2 国外高端童装进入渠道 230

(1) 直营 230

(2) 品牌托管 231

8.1.3 国内高端童装销售渠道 231

(1) 百货商场 231

(2) 专卖店 231

(3) 专营店 232

(4) 网络销售 232

8.1.4 高端童装销售渠道发展趋势 233

8.2 高端童装营销策略及形式 233

8.2.1 高端童装营销策略 233

(1) 品牌营销策略 233

(2) 产品营销策略 234

(3) 价格营销策略 235

(4) 概念营销策略 235

(5) 知识营销策略 235

(6) 情感营销策略 236

第9章：高端童装行业主要企业运营指标 237

- 9.1 高端童装企业发展总体状况分析 237
 - 9.1.1 高端童装行业企业规模 237
 - 9.1.2 高端童装行业工业产值状况 238
 - 9.1.3 高端童装行业销售收入状况 238
 - 9.1.4 高端童装行业利润总额状况 239
- 9.2 高端童装行业领先企业个案分析 240
 - 9.2.1 北京派克兰帝有限责任公司经营情况分析 240
 - (1) 企业发展简况分析 240
 - (2) 企业产品结构及新产品动向 240
 - (3) 企业销售渠道与网络 240
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 241
 - 9.2.2 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析 241
 - (1) 企业发展简况分析 241
 - (2) 企业产销能力分析 241
 - (3) 企业盈利能力分析 242
 - (4) 企业运营能力分析 242
 - (5) 企业偿债能力分析 243
 - (6) 企业发展能力分析 243
 - (7) 企业组织架构分析 244
 - (8) 企业产品结构及新产品动向 244
 - (9) 企业销售渠道与网络 244
 - (10) 企业经营状况优劣势分析 245
 - (11) 企业最新发展动向分析 245
 - 9.2.3 浙江红黄蓝服饰股份有限公司经营情况分析 246
 - (1) 企业发展简况分析 246
 - (2) 企业产销能力分析 246
 - (3) 企业盈利能力分析 246
 - (4) 企业运营能力分析 247
 - (5) 企业偿债能力分析 248
 - (6) 企业发展能力分析 248
 - (7) 企业组织架构分析 249
 - (8) 企业产品结构及新产品动向 249

- (9) 企业销售渠道与网络 249
 - (10) 企业经营状况优劣势分析 250
 - (11) 企业最新发展动向分析 250
 - 9.2.4 上海丽婴房婴童用品有限公司经营情况分析 250
 - (1) 企业发展简况分析 250
 - (2) 企业产销能力分析 251
 - (3) 企业盈利能力分析 251
 - (4) 企业运营能力分析 252
 - (5) 企业偿债能力分析 252
 - (6) 企业发展能力分析 253
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 254
 - (8) 企业销售渠道与网络 254
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 254
 - (10) 企业最新发展动向分析 254
 - 9.2.5 广州中威日用品企业有限公司经营情况分析 255
 - (1) 企业发展简况分析 255
 - (2) 企业产销能力分析 255
 - (3) 企业盈利能力分析 255
 - (4) 企业运营能力分析 256
 - (5) 企业偿债能力分析 256
 - (6) 企业发展能力分析 257
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 258
 - (8) 企业销售渠道与网络 258
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 258
- ……另有25家企业分析。

第10章：高端童装行业发展趋势分析与预测 343

- 10.1 高端童装市场趋势与前景 343
 - 10.1.1 高端童装市场发展趋势 343
 - 10.1.2 高端童装市场前景预测 343
- 10.2 高端童装行业的投资特性 344

10.2.1 进入壁垒 344

10.2.2 盈利模式 344

10.2.3 盈利因素 345

10.3 高端童装行业投资风险 346

10.3.1 需求风险 346

10.3.2 竞争风险 346

10.4 高端童装行业投资建议 347

10.4.1 行业投资现状 347

10.4.2 主要投资建议 348

图表目录

图表1：新老标准对比分析 27

图表2：新老标准纺织品基本安全技术要求对比分析 32

图表3：1978-2013年中国名义GDP总量及其同比增速（单位：亿元，%） 34

图表4：2008-2013年城镇居民人均可支配收入及其增速（单位：元，%） 35

图表5：2008-2013年城镇居民人均可支配收入及其增速（单位：元，%） 35

图表6：2011-2013.12消费者指数分析（单位：%） 36

图表7：2013年农村居民消费结构（单位：%） 37

图表8：2013年农村居民消费结构（单位：%） 38

图表9：美特斯?6?1邦威供应链资源整合系统架构图 41

图表10：2010-2013年中国高端童装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 46

图表11：2010-2013年中国高端童装行业盈利能力分析（单位：%） 47

图表12：2010-2013年中国高端童装行业运营能力分析（单位：次） 47

图表13：2010-2013年中国高端童装行业偿债能力分析（单位：%、倍） 48

图表14：2010-2013年中国高端童装行业发展能力分析（单位：%） 48

图表15：2010-2013年高端童装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 49

图表16：2010-2013年中国高端童装大型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 50

图表17：2010-2013年中国高端童装中型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 51

图表18：2010-2013年中国高端童装小型企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 52

图表19：2012-2013年中国高端童装行业不同规模企业数量比重（单位：%） 53

图表20：2012-2013年中国高端童装行业不同规模企业资产比重（单位：%） 53

图表21：2012-2013年中国高端童装行业不同规模企业销售收入比重（单位：%） 54

图表22：2012-2013年中国高端童装行业不同规模企业利润总额比重（单位：%） 54

图表23：2010-2013年中国高端童装国有企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 55
图表24：2010-2013年中国高端童装集体企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 56
图表25：2010-2013年中国高端童装股份合作企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）

57

图表26：2010-2013年中国高端童装股份制企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 58
图表27：2010-2013年中国高端童装私营企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 59
图表28：2010-2013年中国高端童装外商企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%） 60
图表29：2010-2013年中国高端童装其他性质企业主要经济指标（单位：万元，人，家，%）

61

图表30：2012-2013年中国高端童装行业不同性质企业数量比重（单位：%） 62
图表31：2012-2013年中国高端童装行业不同性质企业资产比重（单位：%） 63
图表32：2012-2013年中国高端童装行业不同性质企业销售收入比重（单位：%） 63
图表33：2012-2013年中国高端童装行业不同性质企业利润总额比重（单位：%） 64
图表34：2013年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%） 65
图表35：2013年中国高端童装行业不同地区销售占比（单位：%） 66
图表36：2013年中国高端童装行业资产总额前十省市（单位：万元，%） 66
图表37：2013年中国高端童装行业各地区资产总额占比（单位：万元，%） 67
图表38：2013年中国高端童装行业负债前十的省市（单位：万元，%） 68
图表39：2013年中国高端童装行业各地区资产负债总额占比（单位：%） 69
图表40：2013年中国高端童装行业产品销售利润前十的省市（单位：万元） 69
图表41：2013年中国高端童装行业各地区产品销售利润占比（单位：%） 70
图表42：2013年中国高端童装行业利润总额前十的省市（单位：万元，%） 71
图表43：2013年中国高端童装行业各地区利润总额占比（单位：%） 72
图表44：2013年中国高端童装行业产成品前十的省市（单位：万元，%） 72
图表45：2013年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%） 73
图表46：2013年中国高端童装行业企业数前十的省市（单位：家） 74
图表47：2013年中国高端童装行业各地区企业数占比（单位：万元，%） 75
图表48：2013年中国高端童装行业亏损额前十的省市（单位：万元，%） 75
图表49：2013年中国高端童装行业各地区亏损额占比（单位：%） 76
图表50：2009-2013年中国高端童装行业工业总产值及同比增速（单位：万元，%） 77
图表51：2013年中国高端童装行业工业总产值前十的省市（单位：万元，%） 78
图表52：2013年中国高端童装行业各地区工业总产值占比（单位：%） 78

图表53：2009-2013年中国高端童装行业产成品及同比增速（单位：万元，%） 79

图表54：2013年中国高端童装行业产成品前十名省市（单位：万元，%） 80

图表55：2013年中国高端童装行业各地区产成品占比（单位：%） 80

图表56：2009-2013年中国高端童装行业工业销售产值及同比增速（单位：万元，%） 81

图表57：2013年中国高端童装行业工业销售产值前十的省市（单位：万元，%） 82

图表58：2013年中国高端童装行业工业各地区销售产值占比（单位：%） 82

图表59：2009-2013年中国高端童装行业销售收入及同比增速（单位：万元，%） 83

图表60：2013年中国高端童装行业销售收入前十的省市（单位：万元，%） 83

图表61：2013年中国高端童装行业各地区销售收入占比（单位：%） 84

图表62：2008-2013年中国高端童装行业产销率变化（单位：%） 85

图表63：2009-2013年中国高端童装行业产业规模分析（单位：家，万元，%） 85

图表64：2009-2013年中国高端童装行业资本劳动/密集度（单位：万元/人，万元/单位） 86

图表65：2009-2013年中国高端童装行业产销分析（单位：万元，%） 86

图表66：2009-2013年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%） 87

图表67：2013年中国高端童装行业成本结构分析（单位：万元，%） 87

图表68：2009-2013年中国高端童装行业盈亏情况分析（单位：万元，%） 88

图表69：2009-2012年中国高端童装行业原料出口金额（单位：万美元） 88

图表70：2012年中国高端童装行业原料出口结构（单位：万美元，%） 89

图表71：2009-2012年中国高端童装行业原料进口金额（单位：万美元） 90

图表72：2012年中国高端童装行业原料出口结构（单位：万美元，%） 90

图表73：高端童装行业产业链 91订购电话；010-57272298

图表74：2011-2013.12中国纺织业固定该资产投资累计及同比增速（单位：亿元，%） 92

图表75：2011-2013.12纱累计产量及同比增速（单位：万吨，%） 92

图表76：2011-2013.12布累计产量及同比增速（单位：亿米，%） 93

图表77：2011-2013.12蚕丝及交织机织物累计产量及同比增速（单位：万米，%） 93

图表78：2011-2013.12蚕丝及交织机织物累计产量及同比增速（单位：万米，%） 95

图表79：2008-2013.12重点零售企业销售增速（单位：%） 97

图表80：2010-2013.12重点零售企业分商品类别销售增速（单位：%） 97

图表81：2012-2013年零售行业上市企业营业收入同比增速（单位：%） 98

图表82：2012-2013年零售行业上市企业净利润同比增速（单位：%） 99

图表83：2012-2013年零售行业上市企业毛利率（单位：%） 100

图表84：2012-2013年零售行业上市企业净利率（单位：%） 100

- 图表85：2012-2013年零售行业上市企业三项费用变化情况（单位：%） 101
- 图表86：2012-2013年零售行业上市企业资产负债率（单位：%） 101
- 图表87：2012-2013年零售行业上市企业资产负债率（单位：%） 102
- 图表88：2007-2014年网购市场规模及增速（单位：亿元，%） 102
- 图表89：2006-2015年中国网购市场规模及同比增速（单位：亿元，%） 103
- 图表90：2008-2013年中国网民数及互联网普及率（单位：万人，%） 104
- 图表91：2008-2013年服装网购市场规模及其增速（单位：亿元，%） 104
- 图表92：2009-2015年中国网购用户占网民的占比（单位：万人，%） 105
- 图表93：婴幼儿装主要品牌及企业（排名不分先后） 108
- 图表94：2013年中国高端童装行业产品销售收入集中度分析（单位：亿元，%） 125
- 图表95：2013年中国高端童装行业产品资产总额集中度分析（单位：亿元，%） 126
- 图表96：2013年中国高端童装行业产品利润总额集中度分析（单位：亿元，%） 127
- 图表97：2013年高端童装行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元） 127
- 图表98：2013年高端童装行业不同所有制企业财务状况（一） 128
- 图表99：2013年高端童装行业不同所有制企业财务状况（二） 129
- 图表100：2013年高端童装行业不同所有制企业销售收入集中度 129
- 图表101：2013年高端童装行业不同所有制企业销售收入百分比（单位：%） 130
- 图表102：2008-2013年行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%） 130
- 图表103：2013年行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%） 131
- 图表104：中国高端童装市场品牌分别情况（单位：%） 131
- 图表105：中国高端童装行业区域市场情况（单位：家，亿元） 142
- 图表106：2013年中国高端童装行业各区域企业数量情况（单位：家） 144
- 图表107：2013年中国高端童装行业各区域企业销售收入情况（单位：亿元） 144
- 图表108：2013年中国高端童装行业各区域企业资产总计情况（单位：亿元） 145
- 图表109：2013年中国高端童装行业销售收入按省排名（单位：亿元） 145
- 图表110：2013年中国高端童装行业销售收入按省排名累计占比（单位：%） 146
- 图表111：2009-2013年中国高端童装行业销售收入前五、十名省市累计占比（单位：%） 146
- 图表112：2009-2013年中国高端童装行业销售收入前五名省市累计占比（单位：%） 147
- 图表113：2008-2013年北京市高端童装行业产销情况（单位：万元，%） 147
- 图表114：2008-2013年北京市高端童装行业产销情况变化趋势（单位：万元，%） 148
- 图表115：2008-2013年北京市高端童装行业产销率变化（单位：%） 148
- 图表116：2008-2013年北京市高端童装行业企业数量变化趋势（单位：家） 149

图表117：2008-2013年北京市高端童装行业亏损总额变化趋势（单位：万元，%） 149

图表118：2008-2013年天津市高端童装行业产销情况（单位：万元，%） 150

图表119：2008-2013年天津市高端童装行业产销情况变化趋势（单位：万元，%） 150

图表120：2008-2013年天津市高端童装行业产销率变化（单位：%） 151

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/U72719T7EG.html>