童装厂家批发，秋冬季动物造型连体哈衣

产品名称	童装厂家批发，秋冬季动物造型连体哈衣
公司名称	广州罗町服装有限公司
价格	41.00/件
规格参数	品牌:罗町 型号:婴幼童
公司地址	广州市番禺区兴业大道1022号5楼
联系电话	86-02034726215 13570992247

产品详情

目前中国童装品牌的销售渠道还处于初级阶段，层次比较低，但中国童装品牌行业已开始踏入品牌竞争领域，竞争的激烈可想而知。据有关资料显示，中国的童装品牌市场每年至少拥有380亿元的市场规模。

竞争就要想到策略，说到童装市场的目标策略，企业运用市场细分策略选择目标市场，首先要确定在一个已经细分的市场上，应选取多少个子市场作为目标市场进入，以及进入的程度如何，这就是目标市场的覆盖策略。企业在制定目标市场营销策略时，通常有如下选择：差异市场营销策略、非差异市场营销策略和集中市场营销策略。 1.差异性市场营销策略 差异性市场营销策略就是指企业根据各个细分市场的不同特点，实行多种品牌、多种规模、多种款式、多种价格、多种广告形式、多种分销渠道等多种营销组合，以满足消费者的不同需求。差异性市场营销策略是经济发展和消费需求多样化的产物，也是企业市场竞争的结果，近年来，国内外的一些大企业都采用这一策略。其好处是可以扩大产品总销售量，提高市场占有率，同时多种营销组合能够提高企业的竞争力;不足之处是生产成本和营销费用会增加。 2.非差异市场营销策略 企业把市场看成一个整体、一个大目标市场，不再细分市场，也不按照市场差异来设计产品。企业认为消费者有着相同的需求，只推出一种产品，制定单一的营销组合策略，去开拓整个市场。这种策略的好处是：产品可以大量生产，大量储运，统一广告，统一销售，从而降低成本。非差异市场营销策略的负面作用是：因忽视各细分市场的差异性而使消费者的个性化需求得不到满足。当同行业中若干家企业都采用这种策略时，市场竞争就会异常激烈，致使企业利润下降。 3.集中市场营销策略 集中市场营销策略是选择某一细分市场为目标市场，集中力量施行专业化的生产和销售，以满足特定消费群体的需求。这一策略的好处是：可以使产品在局部市场占据优势地位，专业化生产和单一营销组合有利于企业降低成本;不足之处是：由于目标市场较窄，一旦市场有变，企业难以适应，很可能会陷入困境。 童装的营销策略