



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国休闲服行业战略投资发展前景分析及深度研究 咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国休闲服行业战略投资发展前景分析及深度研究咨询报告》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/158489.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

→内容简介

休闲服（Casual wear），是人们在闲暇生活中从事各种活动所穿的服装。与运动服有相当大比例的重合部分，常常可以互换使用。休闲服也与一种现代生活方式高度相关，重视生活质量，强调闲暇生活重要的价值观导致了休闲服的流行。中国毫无困难地接受了现代闲暇生活和休闲服。随着双休日制度在绝大多数地区的实行，保龄球、卡拉OK、滚轴溜冰等现代休闲活动正与相应的休闲服一起流行。中国的休闲服装经过了三代的发展。第一代是港澳台等品牌进入大陆带来休闲服装概念；第二代是国内品牌崛起，休闲服着装方式普及；第三代是追求个性化、时尚化、高品质化、体现新生活方式为特征的休闲服装理念出现；中国即将进入休闲服装行业发展的第四代，服装的生产与制造更加注重体现技术与科技，跨领域的品牌运作将成为企业的重要生存技能。在国内，休闲服装产业基地基本呈“三足鼎立”状态，以上海、江浙一带为主的“海派”、以福建为主的“闽派”，以广东中山为主的“粤派”，发展各有所长。

2006年国内休闲服零售业市场规模在3571亿元左右，2008年达到4000多亿，并且以每年15%左右的速度增长。随着休闲服装产业的迅猛发展，竞争也开始加大，国内各大休闲服品牌都继续保持大规模扩张以维持市场份额。2009年休闲服产业的投资方向发生了很大的改变。很多大的休闲服企业把资金用在技术改造和营销渠道建设上面，而不是一味的建厂。2010年国内生产技术不断提升，国内企业为了获得更大的投资收益，在生产规模和产品质量上不断提升。几个重要的休闲服装产业集聚区都已经形成各自的定位与发展特征。广东沙溪致力于打造中国休闲服装潮流的策源地、中国休闲时尚标准的代言地的区域品牌；福建石狮致力于打造闽派休闲服的中国名牌；江苏海虞致力于建造休闲服装的商贸航母；浙江乐清致力于建设具有国际竞争优势的休闲服装制造、销售与研发中心。众多企业相互分工合作，生产、销售、服务相互衔接，组成了各自的内生型良性循环的生态集群。备受关注的休闲服行业在国际金融危机、外部政策环境恶化、产业上游原料价格上涨，下游需求萎缩等众多不利因素影响下，休闲服行业的盈利能力怎样，营运能力又如何，将来发展潜力怎样，整个行业投资情况如何？

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、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全球纺织、全国商业信息中心、国内外相关服装报刊杂志等公布和提供的大量资料，对我国休闲服装行业发展现状、市场前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地分析，对今后我国休闲服装产业的发展做出了精确的预测。报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较分析，为休闲服装生产企业和经销商在激烈的

市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 休闲服行业发展概述 1

第一节 休闲服定义及分类 1

一、休闲服的定义 1

二、休闲服的种类 1

三、休闲服的特性 2

第二节 休闲服行业的界定 2

一、行业经济特性 2

二、产业链结构分析 4

第三节 休闲服行业发展成熟度分析 8

一、行业发展分析 8

二、行业中外市场成熟度分析 11

三、行业及其主要子行业成熟度分析 15

第二部分 行业发展现状

第二章 休闲服行业发展现状 21

第一节 我国休闲服行业发展现状 21

一、我国休闲服行业发展现状 21

二、我国休闲服设计现状分析 25

三、我国休闲服产业发展的新思路 26

第二节 2009-2010年休闲服行业发展分析 27

一、2009-2010年休闲服业产销存运行分析 27

二、2009-2010年休闲服行业利润情况分析 28

三、2009-2010年休闲服行业发展周期分析 28

第三节 中国休闲服行业供需分析 29

一、中国休闲服市场需求分析 29

二、2009年中国休闲服市场供给总量分析 40

三、2009年中国休闲服市场需求分析 41

四、2010年中国休闲服市场供给总量分析 42

五、2010年中国休闲服市场需求分析 43

第三章 休闲服市场发展分析 45

第一节 2009年全球休闲服市场分析 45

一、2009年服装行业大事记 45

二、2009年中国服装市场回顾 49

第二节 2009年全球休闲服市场分析 52

一、2009年我国休闲服需求分析 52

二、2009年欧美休闲服需求分析 53

三、2009年中外休闲服市场对比分析 53

第三节 我国休闲服市场分析 55

一、休闲服市场分析 55

二、休闲服市场特点分析 61

三、休闲服市场变化的方向 63

四、2009年全国休闲服市场变化趋势分析 65

第四节 休闲服市场价格分析 67

一、休闲服市场价格影响因素分析 67

二、2009年休闲服市场价格走势分析 69

三、2009-2010年休闲服出厂价格分析 70

四、2009-2010年休闲服零售价格分析 73

五、2009-2010年休闲服市场价格分析 76

第五节 中国休闲服的营销渠道分析 78

一、营销渠道的概念 78

二、服装销售渠道的结构及成员组成 79

三、批发商和零售商为传统的营销渠道 81

四、服装零售商的定义、作用 85

- 五、服装零售商的类型及简介 86
- 六、2009年休闲服营销渠道的焦点变化 88
- 第六节 主要国家地区休闲服市场分析 93
 - 一、2009年美国休闲服市场分析 93
 - 二、2009年欧洲休闲服市场分析 94
 - 三、2009年日本休闲服市场分析 94
 - 四、2009年韩国休闲服市场分析 97
 - 五、2009年其他国家休闲服市场 98

第四章 休闲服行业环境政策分析 101

第一节 经济发展环境分析 101

- 一、2009年我国宏观经济运行情况 101
- 二、2009-2010年我国宏观经济形势分析 101
- 三、国内社会环境发展现状分析 119
- 四、2010年欧元动荡对休闲服出口的影响 121

第二节 政策法规环境分析 124

- 一、2009年休闲服行业政策环境分析 124
- 二、2009年国内宏观政策对其影响 127

第三节 纺织行业振兴规划 130

- 一、纺织行业振兴规划概述 130
- 二、纺织行业振兴规划细则 130
- 三、产业调整和振兴的主要任务 133
- 四、纺织行业振兴规划主要措施 140
- 五、纺织行业振兴规划的意义与作用 142

第五章 休闲服行业经济运行分析 145

第一节 2009-2010年服装产量分析 145

- 一、2009年服装产量分析 145
- 二、2010年服装产量分析 147
- 三、2009-2010年重点省市服装产量分析 148

第二节 2009年我国休闲服行业绩效分析 152

- 一、2009年行业产销情况分析 152

- 二、2009年行业规模情况分析 153
- 三、2009年行业盈利能力分析 153
- 四、2009年行业经营发展能力分析 154
- 第三节 2009年休闲服行业经济运行分析 155
- 一、2009年经济运行情况分析 155
- 二、2009年服装市场销售情况分析 160
- 三、2009年服装进出口情况分析 163

第六章 休闲服行业进出口分析 169

第一节 我国休闲服进出口分析 169

- 一、2009-2010年服装进口量分析 169
- 二、2009-2010年服装出口量分析 172
- 三、2009-2010年出口区域分析 175

第二节 2010年各地出口分析 191

- 一、2010年宁波外贸分析 191
- 二、2010年中国服装出口分析 193
- 三、2010年山东烟台休闲服装出口分析 194
- 四、2010年广东休闲服装出口分析 195
- 五、2010年沧州休闲服装出口分析 196
- 六、出口休闲服服装警惕APEO含量超标分析 196

第七章 休闲服消费市场分析 197

第一节 2009年休闲服消费市场分析 197

- 一、2009年服装消费市场销售情况回顾 197
- 二、2009年休闲服消费市场分析 198

第二节 休闲服消费者市场细分 199

- 一、2009年我国人口细分与休闲服市场人口结构分析 199
- 二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构分析 201
- 三、地理位置细分市场与休闲服市场分析 209

第三节 休闲服消费者情况分析 215

- 一、我国休闲服消费现状的研究与分析 215
- 二、我国知识女性休闲服消费情况分析 226

- 三、高校学生休闲服消费特征分析 231
- 第四节 消费者购买偏好分析 236
 - 一、2009-2010年休闲服品牌偏好分析 236
 - 二、2009-2010年休闲服商品价格分析 238
 - 三、2009-2010年休闲服装流行趋势分析 239

第八章 休闲服细分市场分析 245

第一节 大众休闲 245

- 一、大众休闲的特点分析 245
- 二、大众休闲的主要品牌分析 246
- 三、大众休闲品牌运营分析 247

第二节 运动休闲 250

- 一、运动休闲的特点分析 250
- 二、运动休闲的主要品牌分析 251
- 三、运动休闲市场分析 252

第三节 时尚休闲 255

- 一、时尚休闲的特点分析 255
- 二、时尚休闲的主要品牌分析 257

第四节 户外休闲 258

- 一、户外休闲的特点分析 258
- 二、户外休闲的主要品牌分析 260
- 三、户外休闲市场现状分析 262

第九章 休闲服区域市场分析 263

第一节 华北地区 263

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 263
- 二、2009-2010年市场需求情况分析 263
- 三、2009-2010年市场规模情况分析 264
- 四、2009-2010年行业竞争格局分析 265

第二节 东北地区 265

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 265
- 二、2009-2010年市场需求情况分析 267

三、2009-2010年市场规模情况分析	267
四、2009-2010年行业竞争格局分析	267
第三节 华东地区	268
一、2009-2010年行业发展现状分析	268
二、2009-2010年市场需求情况分析	268
三、2009-2010年市场规模情况分析	269
四、2009-2010年行业竞争格局分析	270
第四节 华南地区	270
一、2009-2010年行业发展现状分析	270
二、2009-2010年市场需求情况分析	271
三、2009-2010年市场规模情况分析	271
四、2009-2010年行业竞争格局分析	272
第五节 华中地区	272
一、2009-2010年行业发展现状分析	272
二、2009-2010年市场需求情况分析	274
三、2009-2010年市场规模情况分析	274
四、2009-2010年行业竞争格局分析	275
第六节 西南地区	275
一、2009-2010年行业发展现状分析	275
二、2009-2010年市场需求情况分析	278
三、2009-2010年市场规模情况分析	278
四、2009-2010年行业竞争格局分析	279
第七节 西北地区	279
一、2009-2010年行业发展现状分析	279
二、2009-2010年市场需求情况分析	279
三、2009-2010年市场规模情况分析	279
四、2009-2010年行业竞争格局分析	280

第三部分 行业运行分析

第十章 休闲服行业运行指标分析 281

第一节 2009年中国休闲服行业总体规模分析 281

一、企业数量结构分析 281

二、行业生产规模分析 281

第二节 2009-2010年中国休闲服行业产销分析 282

一、行业产成品情况总体分析 282

二、行业产品销售收入总体分析 283

第三节 2009-2010年中国休闲服行业财务指标总体分析 284

一、行业盈利能力分析 284

二、行业营运能力分析 284

三、行业发展能力分析 286

第十一章 休闲服行业赢利水平分析 287

第一节 成本分析 287

一、2009年休闲服原材料价格走势 287

二、2009年休闲服行业人工成本分析 290

第二节 产销运存分析 291

一、2009年休闲服行业产销情况 291

二、2009年休闲服行业库存情况 291

三、2009年休闲服行业资金周转情况 293

第三节 盈利水平分析 295

一、2009-2010年休闲服行业价格走势 295

二、2009-2010年休闲服行业营业收入情况 296

三、2009-2010年休闲服行业毛利率情况 296

四、2009-2010年休闲服行业赢利能力 297

五、2009-2010年休闲服行业赢利水平 298

六、2010-2015年休闲服行业赢利分析 298

第十二章 休闲服行业投资分析 299

第一节 2009年休闲服行业投资规模分析 299

一、2009年总体投资及结构分析 299

二、2009年投资规模情况分析 299

三、2009年投资增速情况分析 300

第二节 2009年休闲服行业投资区域分析 300

一、2009年分地区投资分析 300

二、2009年外商投资情况分析 300

第四部分 行业竞争格局分析

第十三章 休闲服行业竞争格局分析 303

第一节 行业竞争结构分析 303

一、现有企业的竞争分析 303

二、新进入者的威胁分析 304

三、替代品的威胁分析 305

四、供应商的讨价还价能力分析 305

五、购买者的讨价还价能力分析 306

第二节 行业集中度分析 306

一、服装行业集中度分析 306

二、服装产业集群发展状况 308

三、影响服装产业集群因素分析 311

四、服装产业集群发展建议 314

第三节 中国休闲服行业竞争分析 315

一、美国休闲服巨人Gap2010年进军中国 315

二、意大利休闲品牌GANESH2010年进军中国 316

三、日本优衣库2010年进驻台湾 317

第十四章 休闲服企业竞争策略分析 319

第一节 休闲服市场竞争策略分析 319

一、2009年休闲服市场增长潜力分析 319

二、2009年休闲服主要潜力品种分析 319

三、现有休闲服产品竞争策略分析 328

四、潜力休闲服品种竞争策略选择分析 329

五、典型企业产品竞争策略分析 332

第二节 休闲服企业竞争策略分析 337

一、金融危机对休闲服行业竞争格局的影响分析 337

二、金融危机后休闲服行业竞争格局的变化分析 338

第三节 休闲服品牌的营销策略分析 339

一、明星效应 339

- 二、赛事赞助 343
- 三、公益营销 344
- 四、制造焦点 351
- 五、危机处理 352
- 六、体育营销 352
- 七、事件整合 353

第十五章 休闲服重点品牌企业竞争分析 355

第一节 班尼路Baleno 355

- 一、企业概况 355
- 二、2009-2010年经营状况 357
- 三、主要产品及各产品市场定位 360
- 四、产品投放区域格局 364
- 五、品牌竞争策略 367
- 六、2010-2015年发展战略、盈利能力分析 368

第二节 森马Semir 368

- 一、企业概况 368
- 二、2009-2010年经营状况 369
- 三、竞争优势分析 369
- 四、品牌竞争策略 371

第三节 以纯YISHION 372

- 一、企业概况 372
- 二、产品投放区域格局 373
- 三、竞争优势分析 374
- 四、2010-2015年发展战略、盈利能力分析及投资风险 376

第四节 美特斯邦威 376

- 一、企业概况 376
- 二、2009-2010年经营状况 377
- 三、产品投放区域格局 384
- 四、竞争优势分析 384
- 五、品牌市场份额 385
- 六、品牌竞争策略、渠道策略 386

第五节 真维斯JEANSWEST 388

一、企业概况 388

二、2009-2010年经营状况 390

三、竞争优势分析 393

四、品牌市场份额 396

五、品牌竞争策略、渠道策略 396

第六节 佐丹奴Giordano 400

一、企业概况 400

二、2009-2010年经营状况 401

三、竞争优势分析 402

四、品牌竞争策略、渠道策略 408

五、2010-2015年发展战略 409

第七节 李宁Lining 410

一、企业概况 410

二、2009-2010年经营状况 411

三、竞争优势分析 414

四、产品线构成 417

五、产品投放区域格局 417

六、品牌竞争策略、渠道策略 418

七、2010-2015年发展战略 419

第八节 杰克琼斯Jackjones (主要针对中国市场) 419

一、企业概况 419

二、2009-2010年经营状况 422

三、竞争优势分析 423

第九节 H&M (主要针对中国市场) 427

一、企业概况 427

二、2009-2010年经营状况 430

三、竞争优势分析 430

四、品牌市场份额 434

第十节 ZARA (主要针对中国市场) 434

一、企业概况 434

二、2009-2010年经营状况 437

- 三、竞争优势分析 438
- 四、产品投放区域格局 441
- 五、品牌市场份额 441
- 六、品牌竞争策略、渠道策略 441
- 第十一节 优衣库UNIQLO（主要针对中国市场） 443
 - 一、企业概况 443
 - 二、竞争优势分析 447
 - 三、2009-2010年经营状况 449
 - 四、2010-2015年发展战略 449
 - 五、品牌市场份额 450
 - 六、品牌竞争策略、渠道策略 450
 - 七、产品投放区域格局 452

第五部分 行业发展趋势及策略

- 第十六章 2010-2015年休闲服行业发展趋势分析 453
 - 第一节 我国休闲服行业前景与机遇分析 453
 - 一、我国休闲服行业发展前景 453
 - 二、我国休闲服发展机遇分析 454
 - 三、金融危机对休闲服的影响分析 456
 - 第二节 2010-2015年中国休闲服市场趋势分析 456
 - 一、2010-2015年休闲服发展趋势分析 456
 - 二、2010-2015年休闲服市场发展空间分析 461
 - 三、2010-2015年休闲服技术革新趋势 462
 - 四、2010-2015年休闲服价格走势分析 466
 - 第三节 2010-2015年休闲服区域市场发展趋势分析 466
 - 一、2010-2015年华北地区行业发展趋势分析 466
 - 二、2010-2015年东北地区行业发展趋势分析 466
 - 三、2010-2015年华东地区行业发展趋势分析 467
 - 四、2010-2015年华南地区行业发展趋势分析 467
 - 五、2010-2015年华中地区行业发展趋势分析 467
 - 六、2010-2015年西南地区行业发展趋势分析 467
 - 七、2010-2015年西北地区行业发展趋势分析 469

第四节 2010-2015年休闲服需求与消费分析	469
一、2010-2015年休闲服产品消费分析	469
二、2010-2015年休闲服市场规模分析	469
三、2010-2015年休闲服行业总产值分析	470
四、2010-2015年休闲服行业销售收入分析	470
五、2010-2015年休闲服行业总资产分析	470
第五节 2010-2015年中国休闲服行业供需分析	471
一、2010-2015年中国休闲服产量分析	471
二、2010-2015年中国休闲服需求分析	471
三、2010-2015年中国休闲服供需平衡分析	472
四、2010-2015年中国休闲服产品价格分析	472
五、2010-2015年主要休闲服产品进出口分析	473
第六节 2010-2015年休闲服行业竞争趋势分析	474
一、2010-2015年我国休闲服市场竞争趋势	474
二、2010-2015年休闲服行业竞争格局展望	475
三、2010-2015年休闲服行业竞争策略分析	476
四、2010-2015年休闲服企业竞争策略分析	477
第十七章 2010-2015年休闲服行业投资机会与风险分析	479
第一节 休闲服行业投资效益分析	479
一、2009-2010年休闲服行业投资状况分析	479
二、2010-2015年休闲服行业投资效益分析	481
三、2010-2015年休闲服行业投资趋势分析	485
四、2010-2015年休闲服行业的投资方向分析	488
五、2010-2015年休闲服行业投资的建议分析	493
第二节 2010-2015年影响休闲服行业发展的主要因素	493
一、2010-2015年影响休闲服行业运行的有利因素分析	493
二、2010-2015年影响休闲服行业运行的不利因素分析	495
三、2010-2015年我国休闲服行业发展面临的挑战分析	496
四、2010-2015年我国休闲服行业发展面临的机遇分析	497
第三节 休闲服行业投资风险及控制策略分析	499
一、2010-2015年休闲服行业市场风险及控制策略	499

- 二、2010-2015年休闲服行业政策风险及控制策略 500
- 三、2010-2015年休闲服行业经营风险及控制策略 501
- 四、2010-2015年休闲服行业技术风险及控制策略 501
- 五、2010-2015年休闲服行业同业竞争风险及控制策略 502
- 六、2010-2015年休闲服行业其他风险及控制策略 502

第十八章 2010-2015年休闲服行业投资战略研究 505

第一节 休闲服行业发展战略研究 505

- 一、技术开发战略 505
- 二、业务组合战略 509
- 三、区域战略规划 511
- 四、产业战略规划 520
- 五、营销品牌战略 522
- 六、信息化战略规划 524

第二节 对我国休闲服品牌的战略思考 526

- 一、企业品牌的重要性 526
- 二、休闲服实施品牌战略的意义 528
- 三、休闲服企业品牌的现状分析 531
- 四、休闲服企业的品牌营销 533
- 五、休闲服品牌战略管理的策略 537

第三节 休闲服企业经营管理策略 538

- 一、成本策略 541
- 二、定价策略 543
- 三、竞争策略 545
- 四、重组策略 547
- 五、转型策略 549
- 六、营销策略 554
- 七、人力资源策略 555
- 八、国际合作策略 556

图表目录

图表：2009年1-11月全国针织服装产量 40

图表：2009年1-11月全国衬衫产量 40

图表：2009年1-11月年全国羽绒服产量 41

图表：2010年1-6月全国针织服装产量 42

图表：2010年1-6月全国衬衫产量 42

图表：2010年1-6月年全国羽绒服产量 43

图表：2009年1-10月我国规模以上服装企业生产情况 50

图表：2009年1-10月我国服装主要出口市场累计同比变化情况 52

图表：2009年1月服装出厂价格指数 70

图表：2009年2月服装出厂价格指数 70

图表：2009年3月服装出厂价格指数 70

图表：2009年4月服装出厂价格指数 70

图表：2009年5月服装出厂价格指数 70

图表：2009年6月服装出厂价格指数 71

图表：2009年7月服装出厂价格指数 71

图表：2009年8月服装出厂价格指数 71

图表：2009年9月服装出厂价格指数 71

图表：2009年10月服装出厂价格指数 71

图表：2009年11月服装出厂价格指数 71

图表：2009年12月服装出厂价格指数 72

图表：2010年1月服装出厂价格指数 72

图表：2010年2月服装出厂价格指数 72

图表：2010年3月服装出厂价格指数 72

图表：2010年4月服装出厂价格指数 72

图表：2010年5月服装出厂价格指数 72

图表：2009年1月服装零售价格指数 73

图表：2009年2月服装零售价格指数 73

图表：2009年3月服装零售价格指数 73

图表：2009年4月服装零售价格指数 73

图表：2009年5月服装零售价格指数 73

图表：2009年6月服装零售价格指数 74

图表：2009年7月服装零售价格指数 74

图表：2009年8月服装零售价格指数 74

图表：2009年9月服装零售价格指数 74

图表：2009年10月服装零售价格指数 74

图表：2009年11月服装零售价格指数 75

图表：2009年12月服装零售价格指数 75

图表：2010年1月服装零售价格指数 75

图表：2010年2月服装零售价格指数 75

图表：2010年3月服装零售价格指数 75

图表：2010年4月服装零售价格指数 76

图表：2010年5月服装零售价格指数 76

图表：销售渠道环节 关系图 79

图表：1997-2008中国GDP增长情况 101

图表：2007-2009年季度累计GDP 102

图表：2007-2009年季度GDP 102

图表：2008-2009年社会消费品零售总额 103

图表：2008-2009年进出口额 104

图表：2008-2009年城镇固定资产投资 105

图表：2008-2009年城镇固定资产投资结构 105

图表：2008-2009年城镇固定资产投资同比增幅 106

图表：2008-2009年三大价格指数同比增幅 107

图表：2008-2009年货币供应量余额 107

图表：2008-2009年贷款余额 108

图表：2008-2009年储蓄存款余额 109

图表：2007-2009年一年期存贷款利率调整 109

图表：2008-2009年汇率和外汇储备 110

图表：2008-2009年采购经理指数 111

图表：2008-2009年货运量同比增幅 112

图表：2008-2009年消费者信心指数 112

图表：2008-2009年股票综合指数 113

图表：2008-2009年宏观经济景气指数 114

图表：2009年1-11月服装产量走势图 145

图表：2009年1-2月全国服装产量 145

图表：2009年2-3月全国服装产量 145

图表：2009年3-4月全国服装产量 145

图表：2009年4-5月全国服装产量 146

图表：2009年5-6月全国服装产量 146

图表：2009年6-7月全国服装产量 146

图表：2009年7-8月全国服装产量 146

图表：2009年8-9月全国服装产量 146

图表：2009年9-10月全国服装产量 146

图表：2009年10-11月全国服装产量 146

图表：2009年1-12全国服装产量 147

图表：2010年1-2月全国休闲服产量 147

图表：2010年2-3月全国服装产量 147

图表：2010年3-4月全国服装产量 147

图表：2010年4-5月全国服装产量 147

图表：2010年5-6月全国休闲服产量 147

图表：2009年1-2月重点省市服装产量 148

图表：2009年2-3月重点省市服装产量 148

图表：2009年3-4月重点省市服装产量 148

图表：2009年4-5月重点省市服装产量 148

图表：2009年5-6月重点省市服装产量 149

图表：2009年6-7月重点省市服装产量 149

图表：2009年7-8月重点省市服装产量 149

图表：2009年8-9月重点省市服装产量 150

图表：2009年9-10月重点省市服装产量 150

图表：2009年10-11月重点省市服装产量 150

图表：2009年11-12月重点省市服装产量 151

图表：2010年1-2月重点省市服装产量 151

图表：2010年2-3月重点省市服装产量 151

图表：2010年3-4月重点省市服装产量 152

图表：2010年4-5月重点省市服装产量 152

图表：2010年5-6月重点省市服装产量 152

图表：2009年1-11月份规模以上企业完成服装产量情况 156

图表：2003年-2009年服装行业生产情况 156

图表：规模以上企业产量同比 157 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国休闲服行业战略投资发展前景分析及深度研究咨询报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2007-2009年消费及衣着消费增长情况 160

图表：大商场月度服装销售增幅情况 161

图表：2009年服装价格指数 161

图表：2006-2009年月度服装消费价格变化情况 162

图表：企业服装产品价格月度变化情况 162

图表：2007-2009年消费者信心指数 163

图表：2009年1-11月份我国服装出口情况 164

图表：2006-2009年中国服装出口月度增幅情况 164

图表：2009年1-11月份服装出口贸易方式情况 165

图表：2009年出口配额情况 166

图表：2009年1月服装进口量 169

图表：2009年2月服装进口量 169

图表：2009年3月服装进口量 169

图表：2009年4月服装进口量 169

图表：2009年5月服装进口量 169

图表：2009年6月服装进口量 170

图表：2009年7月服装进口量 170

图表：2009年8月服装进口量 170

图表：2009年9月服装进口量 170

图表：2009年10月服装进口量 170

图表：2009年11月服装进口量 170

图表：2009年12月服装进口量 171

图表：2010年1月服装进口量 171

图表：2010年2月服装进口量 171

图表：2010年3月服装进口量 171
图表：2010年4月服装进口量 171
图表：2010年5月服装进口量 171
图表：2010年6月服装进口量 172
图表：2009年1月服装出口量 172
图表：2009年2月服装出口量 172
图表：2009年3月服装出口量 172
图表：2009年4月服装出口量 172
图表：2009年5月服装出口量 173
图表：2009年6月服装出口量 173
图表：2009年7月服装出口量 173
图表：2009年8月服装出口量 173
图表：2009年9月服装出口量 173
图表：2009年10月服装出口量 173
图表：2009年11月服装出口量 174
图表：2009年12月服装出口量 174
图表：2010年1月服装出口量 174
图表：2010年2月服装出口量 174
图表：2010年3月服装出口量 174
图表：2010年4月服装出口量 174
图表：2010年5月服装出口量 175
图表：2010年6月服装出口量 175
图表：2009年1月服装出口大洋洲 175
图表：2009年2月服装出口大洋洲 175
图表：2009年3月服装出口大洋洲 176
图表：2009年4月服装出口大洋洲 176
图表：2009年5月服装出口大洋洲 176
图表：2009年6月服装出口大洋洲 176
图表：2009年7月服装出口大洋洲 177
图表：2009年8月服装出口大洋洲 177
图表：2009年9月服装出口大洋洲 177
图表：2009年10月服装出口大洋洲 177

图表：2009年11月服装出口大洋洲 178
图表：2009年12月服装出口大洋洲 178
图表：2010年1月服装出口大洋洲 178
图表：2010年2月服装出口大洋洲 178
图表：2010年3月服装出口大洋洲 179
图表：2010年4月服装出口大洋洲 179
图表：2010年5月服装出口大洋洲 179
图表：2010年6月服装出口大洋洲 179
图表：2009年1月服装出口北美洲 180
图表：2009年2月服装出口北美洲 180
图表：2009年3月服装出口北美洲 180
图表：2009年4月服装出口北美洲 181
图表：2009年5月服装出口北美洲 181
图表：2009年6月服装出口北美洲 181
图表：2009年7月服装出口北美洲 181
图表：2009年8月服装出口北美洲 182
图表：2009年9月服装出口北美洲 182
图表：2009年10月服装出口北美洲 182
图表：2009年11月服装出口北美洲 183
图表：2009年12月服装出口北美洲 183
图表：2010年1月服装出口北美洲 183
图表：2010年2月服装出口北美洲 184
图表：2010年3月服装出口北美洲 184
图表：2010年4月服装出口北美洲 184
图表：2010年5月服装出口北美洲 185
图表：2010年6月服装出口北美洲 185
图表：2009年1月服装出口欧洲 185
图表：2009年2月服装出口欧洲 186
图表：2009年3月服装出口欧洲 186
图表：2009年4月服装出口欧洲 186
图表：2009年5月服装出口欧洲 187
图表：2009年6月服装出口欧洲 187

图表：2009年7月服装出口欧洲 187

图表：2009年8月服装出口欧洲 188

图表：2009年9月服装出口欧洲 188

图表：2009年10月服装出口欧洲 188

图表：2009年11月服装出口欧洲 189

图表：2009年12月服装出口欧洲 189

图表：2010年1月服装出口欧洲 189

图表：2010年2月服装出口欧洲 190

图表：2010年3月服装出口欧洲 190

图表：2010年4月服装出口欧洲 190

图表：2010年5月服装出口欧洲 191

图表：2010年6月服装出口欧洲 191

图表：2008年我国人口数及其构成 200

图表：1953-2000年我国人口年龄结构变化 201

图表：年龄结构类型划分标准 202

图表：全国各省市新增专业市场情况（部分） 210

图表：新增市场数量对比图 212

图表：新增市场不同规模面积统计图 212

图表：新增各种经营类别市场比例图 213

图表：新增市场投资规模对比图 214

图表：2001-2006年中国城镇居民人均消费支出情况 215

图表：2001-2006年中国农村居民人均消费情况 216

图表：城镇居民消费支出构成情况 217

图表：农村居民消费支出构成情况 218

图表：2009年1月我国消费者信心指数 219

图表：2009年2月我国消费者信心指 219

图表：2009年3月我国消费者信心指数 220

图表：2009年4月我国消费者信心指数 220

图表：2009年5月我国消费者信心指数 221

图表：品牌意识分析表一 236

图表：品牌意识分析表二 237

图表：品牌意识分析总图 237

图表：最经常购买的体恤单价 238

图表：经常购买的牛仔裤、休闲裤单价 238

图表：2009年十佳休闲服品牌 246

图表：2009年知名休闲服品牌 246

图表：2009年十佳T恤品牌榜 246

图表：2009年知名T恤品牌 247

图表：2009年休闲品牌中国驰名商标 247

图表：2008年东北地区夹克前十位品牌市场综合占有率 260

图表：2008年华东地区夹克前十位品牌市场综合占有率 261

图表：2008年中南地区夹克前十位品牌市场综合占有率 261

图表：2008年西北地区夹克前十位品牌市场综合占有率 261

图表：2008年西南地区夹克前五位品牌市场综合占有率 262

图表：2009年1-11月我国纺织服装业企业数量结构 281

图表：2010年1-6月我国纺织服装业企业数量结构 281

图表：2009年1-11月我国纺织服装业工业总产值统计 281

图表：2009年1-11月我国纺织服装业产成品情况统计 282

图表：2010年1-5月我国纺织服装业产成品情况统计 283

图表：2009年1-11月我国纺织服装业收入统计 283

图表：2010年1-5月我国纺织服装业收入统计 283

图表：2009年1-11月我国纺织服装业利润统计 284

图表：2010年1-5月我国纺织服装业利润统计 284

图表：2009年1-11月我国纺织服装业工业销售产值统计 284

图表：2010年1-5月我国纺织服装业工业销售产值统计 285

图表：2009年1-11月我国纺织服装业出口交货值统计 285

图表：2010年1-5月我国纺织服装业出口交货值统计 285

图表：2009年1-11月我国纺织服装业新产品产值统计 286

图表：2010年1-5月我国纺织服装业新产品产值统计 286

图表：产业集聚综合竞争力和传统竞争力之比较表 311

图表：2007-2009年德永佳集团有限公司业务表现及主要财务比率 357

图表：2007-2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售 358

图表：2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售 358

图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合利润表 358

图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合资产负债表 359

图表：2007-2009年德永佳集团中国大陆市场发展情况 364

图表：2007-2009年德永佳集团香港及澳门市场发展情况 364

图表：2007-2009年德永佳集团台湾市场发展情况 364

图表：2007-2009年德永佳集团新加坡市场发展情况 365

图表：2007-2009年德永佳集团马来西亚市场发展情况 365

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营构成 378

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司每股指标 378

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司获利能力 378

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司经营能力 379

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司偿债能力 379

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司资本结构 379

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司发展能力 379

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司现金流量 380

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营业务收入 380

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营业务利润 380

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司营业利润 380

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司利润总额 381

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司净利润 381

图表：2008年旭日集团有限公司损益表 391

图表：2008年旭日集团有限公司资产负债表 392

图表：2008年佐丹奴有限公司资产负债表 401

图表：2008年佐丹奴有限公司资产损益表 402

图表：2004-2009年李宁体育用品有限公司增长情况统计图 411

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司财务回顾 412

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司主要财务指标 412

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司资产负债表 413

图表：李宁体育用品有限公司2009年中期业绩摘要 413

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司按产品构成的收入划分 417

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司各区域收入增长统计图 417

图表：区域发展战略咨询流程图 517

图表：区域SWOT战略分析图 519

图表：休闲服/牛仔裤品牌中国驰名商标 531

图表：休闲服装品牌行业重点企业暨行业著名品牌名录 532

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158489.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提供专业投资咨询报告、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。