



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国丝袜市场深度调研与竞争态势分析报告（2010-2015年）

一、调研说明

《中国丝袜市场深度调研与竞争态势分析报告（2010-2015年）》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/172926.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

【报告前言】

丝袜的发展是一段浓缩了科技与人类需求的历史。手工到机织————丝袜的第一次飞跃。最早的袜子诞生于十五世纪，那时的袜子生产还不得不依赖于手工。十六世纪末。当时英格兰的一位牧师发明了一种机械编织机，从而彻底改变了袜子手工制造的历史。机械编织机的诞生受到了英国皇室的极大重视，任何胆敢私自将编织机带出英国的人，都被处以极刑。但严酷的惩罚还是没有阻止英国的殖民者将编织机偷偷运往美洲新大陆。

丝袜的历史翻到了二十世纪初，由于成衣的普及，时尚观念被大众广泛的接受。时尚已经不再是上流社会的特权，各个阶层的妇女都加入了追逐时髦的行列。女装的造型发生了突破性的变化，充满了时代气息。女性们也一改往日柔软的外表，大大方方露出健美的小腿。因此，丝袜更加成为她们必不可少的配饰。但那时用来生产袜子的纤维都取自天然，如棉、羊毛和真丝。这些材料在应用前必须经过细心的切割和缝纫，而且由于它们缺乏弹性，因此制造的耗用量极大，织出的袜子也很容易松垮。1937年，杜邦公司的一位化学师偶然发现煤焦油、空气与水的混合物在高温下融化后能拉出一种坚硬、耐磨、纤细并灵活的细丝。这就是后来广为人知的尼龙纤维。尼龙的诞生引起了极大的轰动，它在袜子生产中的运用更是击溃了日本的真丝出口业。第一批尼龙丝袜于1940年5月5日上市销售，在短短一天中就卖出了7万多双。尼龙丝袜的发展无疑是袜子历史中的一个里程碑，但在享受尼龙带来的丝袜革命的同时，女性们发现尼龙丝袜存在的最大的缺陷就是缺乏弹性。于是纱线生产商们又开始苦思冥想地寻找解决良方。而1959年，杜邦继尼龙纤维后，再次向世界贡献了一种具有优良弹性的人造纤维产品————莱卡。1970年起，莱卡被正式运用到丝袜和连裤袜的生产中。

六十年代末七十年代初，迷你裙的诞生掀起了一场服装革命。满街游荡的女孩们无一例外地穿着长度只到大腿上部的短裙。此时，丝袜再度显现出它的重要地位。同时，迷你裙的出现也催生了另一个重要的发明————连裤袜。原先的长筒丝袜与内裤结合在一起，免除了穿着短裙"走光"的危险。连裤袜一经诞生，就迅速占据了70%的丝袜市场份额，直到现在，连裤袜也绝对是丝袜市场中的主力军。

本世纪八十年代，女性服装呈现出极度的性感、奢华和妩媚，尤其是女性的晚装，低胸、高开衩的运用及其普遍。于是丝袜也成为了晚装配饰中不可缺少的一部分。照片中的女郎，高举着双手，黑色的晚装迎风飘动，露出典雅的黑色丝袜。此外，由于高科技弹性纤维的运用，带动了丝袜编织工艺的改进，复杂的提花及精工蕾丝，生动的条纹和鱼网纹，甚至金属线和炫目的假钻，都可以成为丝袜表现时尚的主题；粉红、浅黄、暗绿，多种多样的色彩也

使人目不暇接。

目前，在国内市场，由于需求趋旺，袜类产品的生产及销售一直呈增长之势，根据有关媒体报道，目前袜类产品年产量已达110亿双，销售收入在210-220亿元之间。中国袜业在经历激烈的市场竞争之后，已形成了非常明显的集群效应：生产主要集中在浙江省、广东省，其产量已占到全国的90%，近5年来年均增速达到了26%。而丝袜作为袜业的主要产品之一，2009年产量已经达到23.5亿双的规模，销售额约为50亿元。

调查丝袜市场可以发现，价格成为了比较常见的竞争手段，厂商纷纷以低价产品抢占市场。为达到降低成本的目的，有些企业生产一些低劣的产品，低档产品充斥市场。另外产品同质性现象比较严重。这些问题阻碍了袜业的发展。不过，也有一些品牌经过多年的努力，在国内市场开创出一片天地，调查结果显示，国内女袜市场中，销售比较好的品牌有浪莎、俏佳人、寓美等，还有一些国际品牌的丝袜销量虽然不大，但是市场规模不可小觑。艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

【报告目录】

第一章 2009年全球丝袜市场运行状况分析 14

第一节 2009年全球丝袜市场运行现状分析 14

一、全球丝袜市场基本特点分析 14

二、全球丝袜市场品牌综述 15

三、国际丝袜市场贸易分析 18

第二节 2009年全球主要国家丝袜市场运行状况分析 18

一、美国品牌丝袜推陈出新刺激销量 18

二、美国品牌丝袜销售情况 19

第三节 2010-2015年全球丝袜行业发展趋势分析 20

第二章 2009年国外著名丝袜品牌介绍 22

第一节 WOLFORD 22

- 一、企业概况 22
- 二、品牌竞争力分析 22
- 三、产品市场销售情况 22

第二节 GERBE 22

- 一、企业概况 22
- 二、品牌竞争力分析 23
- 三、产品市场销售情况 23

第三节 LA PERLA 24

- 一、企业概况 24
- 三、品牌竞争力分析 24
- 二、产品市场销售情况 24

第四节 CERVIN 25

- 一、企业概况 25
- 二、品牌竞争力分析 25
- 三、产品市场销售情况 25

第五节 SHIRLEY OF HOLLYWOOD 26

- 一、企业概况 26
- 二、品牌竞争力分析 26
- 三、产品市场销售情况 26

第六节 SPANX 26

- 一、企业概况 26
- 二、产品市场销售情况 27

第三章 2009年中国丝袜市场运行状况分析 28

第一节 2009年中国丝袜市场动态分析 28

- 一、钻石丝袜这个秋冬耀眼夺目 28
- 二、义乌针织市场丝袜销售步入旺季 28
- 三、丝袜市场竞争格局 29

第二节 2009年中国丝袜市场运行分析 29

一、中国丝袜市场总量规模分析 29

二、中国丝袜市场增长速度分析 30

第三节 2009年中国丝袜市场供需状况分析 31

一、国内丝袜市场供给及渠道模式状况分析 31

二、国内丝袜市场需求状况分析 33

三、影响市场供需的因素分析 33

第四节 2009年中国丝袜市场价格分析 33

一、品牌丝袜市场价格同比分析 33

二、不同材质丝袜市场价格分析 33

三、影响丝袜市场价格的因素分析 34

第四章 2001-2009年中国针织或钩编的袜进出口贸易分析 35

第一节 2002-2009年中国针织或钩编的袜进出口数据监测 35

一、针织或钩编的袜进口数据分析 35

二、针织或钩编的袜出口数据分析 35

第二节 针织或钩编的袜进出口国家及地区分析 35

一、针织或钩编的袜进口来源国家及地区 35

二、针织或钩编的袜进出口国家及地区（按金额统计） 36

第三节 针织或钩编的袜进出口价格分析 37

第五章 2009年中国丝袜市场调查分析 38

第一节 受访者基本情况 38

一、性别占比 38

二、年龄分布 38

三、收入情况 39

四、对丝袜的喜好程度 40

第二节 2009年中国丝袜消费者消费行为调查分析 41

一、丝袜消费者对品牌认知度调查分析 41

二、丝袜消费者对品牌满意度调研 42

三、丝袜消费者对品牌质量满意度调研分析 43

四、不同性别消费者对丝袜颜色的喜好 44

五、消费者对丝袜认知渠道 45

六、丝袜消费者消费目的分析 46

第三节 影响消费者购买的因素调研分析 47

第六章 2009年中国丝袜行业市场竞争格局分析 49

第一节 2009年中国丝袜市场竞争状况分析 49

一、丝袜三大品牌竞争力分析 49

二、丝袜市场竞争阶段及渠道竞争分析 49

三、丝袜营销存在的问题分析 49

第二节 2009年中国丝袜为集中度分析 50

一、市场集中度分析 50

二、区域集中度分析 50

第三节 2009年中国丝袜市场竞争趋势分析 50

第七章 2009年中国丝袜主要品牌竞争力分析 52

第一节 浪莎袜业（600137） 52

一、企业概况 52

二、企业收入及盈利指标 52

三、企业资产负债能力分析 53

四、企业资产周转能力分析 53

五、企业竞争力分析 54

第二节 中山丰华袜厂有限公司 55

一、企业概况 55

二、企业收入及盈利指标表 55

三、企业资产及负债情况分析 56

四、企业成本费用情况 56

第三节 阳春安蒂丝纤维有限公司 57

一、企业概况 57

二、企业收入及盈利指标表 57

三、企业资产及负债情况分析 58

四、企业成本费用情况 58

第四节 青岛南南有限公司 59

一、企业概况 59

二、企业收入及盈利指标表 59

三、企业资产及负债情况分析 60

四、企业成本费用情况 60

第五节 中山奴多姿纺织厂有限公司 61

一、企业概况 61

二、企业收入及盈利指标表 62

三、企业资产及负债情况分析 63

四、企业成本费用情况 63

第六节 江门诗莉雅织造厂有限公司 63

一、企业概况 64

二、企业收入及盈利指标表 64

三、企业资产及负债情况分析 65

四、企业成本费用情况 65

第七节 阳江市卡米斯针织有限公司 66

一、企业概况 66

二、企业收入及盈利指标表 66

三、企业资产及负债情况分析 67

四、企业成本费用情况 67

第八节 江苏新华袜业有限公司 68

一、企业概况 68

二、企业收入及盈利指标表 68

三、企业资产及负债情况分析 69

四、企业成本费用情况 70

第九节 青云针织企业有限公司 70

一、企业概况 70

二、企业收入及盈利指标表 70

三、企业资产及负债情况分析 71

四、企业成本费用情况 72

第十节 中山裕高制衣丝袜厂有限公司 72

一、企业概况 72

二、企业收入及盈利指标表 72

三、企业资产及负债情况分析 73

四、企业成本费用情况 74

第八章 2009年中国丝袜市场运行环境分析 75

第一节 2009年中国丝袜行业经济环境分析 75

一、中国GDP分析 75

二、进出口贸易 77

三、中国汇率调整分析 81

四、中国CPI指数分析 82

五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析 83

第二节 2009年中国丝袜行业社会环境分析 84

一、中国居民消费水平分析 85

二、中国零售市场分析 86

第三节 2009年中国丝袜行业政治环境分析 88

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 88

二、丝袜进出口税收政策 90

三、相关产业政策分析 92

第九章 2010-2015年中国丝袜市场发展趋势预测分析 93

第一节 2010-2015年中国丝袜市场预测分析 93

一、中国丝袜市场供给情况预测分析 93

二、中国丝袜市场消费情况预测分析 93

三、中国丝袜进出口贸易市场预测分析 93

第二节 2010-2015年中国丝袜市场盈利预测分析 94

第三节 2010-2015年中国丝袜市场投资机会与风险预警 96

第四节 权威专家投资建议 97

【图表目录】

图表 1 2005-2009年中国丝袜产量增长情况 30

图表 2 2005-2009年中国丝袜产量增长速度情况 30

图表 3 2002-2009年中国针织或钩编的袜进口数据表 35

图表 4 2002-2009年中国针织或钩编的袜出口数据表 35

图表 5 2009年中国针织或钩编的袜进口来源国家及地区（按数量统计） 35

图表 6 2009年中国针织或钩编的袜进出口来源国家及地区（按金额统计）	36
图表 7 2002-2009年中国针织或钩编的袜进出口价格表	37
图表 8 消费者性别占比情况	38
图表 9 消费者年龄分布情况	38
图表 10 消费者收入情况分析	39
图表 11 消费者对丝袜的喜好程度调查	40
图表 12 丝袜消费者对品牌的了解程度分析	41
图表 13 丝袜消费者对品牌满意度调查	42
图表 14 丝袜消费者对品牌质量的满意度调查	43
图表 15 消费者对丝袜颜色的喜好调查	44
图表 16 消费者对丝袜品牌的认知渠道	45
图表 17 丝袜消费者的消费目的调查	46
图表 18 影响消费者购买丝袜的因素分析	47
图表 19 2009年中国十大袜业品牌表	49
图表 20 2002-2010年第一季度浪莎袜业主要经济指标	52
图表 21 1995-2009年浪莎袜业盈利能力表	52
图表 22 1995-2009年浪莎袜业偿债能力表	53
图表 23 1995-2009年浪莎袜业周转能力表	53
图表 24 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司收入状况表	55
图表 25 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司盈利指标表	55
图表 26 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司盈利比率	56
图表 27 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司资产指标表	56
图表 28 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司负债指标表	56
图表 29 2008-2009年中山丰华袜厂有限公司成本费用构成表	56
图表 30 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司收入状况表	57
图表 31 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司盈利指标表	57
图表 32 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司盈利比率	58
图表 33 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司资产指标表	58
图表 34 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司负债指标表	58
图表 35 2008-2009年阳春安蒂丝纤维有限公司成本费用构成表	58
图表 36 2008-2009年青岛南南有限公司收入状况表	59
图表 37 2008-2009年青岛南南有限公司盈利指标表	59

图表 38 2008-2009年青岛南南有限公司盈利比率 60

艾凯数据研究中心发布的《中国丝袜市场深度调研与竞争态势分析报告（2010-2015年）》，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 39 2008-2009年青岛南南有限公司资产指标表 60

图表 40 2008-2009年青岛南南有限公司负债指标表 60

图表 41 2008-2009年青岛南南有限公司成本费用构成表 61

图表 42 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司收入状况表 62

图表 43 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司盈利指标表 62

图表 44 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司盈利比率 62

图表 45 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司资产指标表 63

图表 46 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司负债指标表 63

图表 47 2008-2009年中山奴多姿纺织厂有限公司成本费用构成表 63

图表 48 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司收入状况表 64

图表 49 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司盈利指标表 64

图表 50 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司盈利比率 64

图表 51 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司资产指标表 65

图表 52 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司负债指标表 65

图表 53 2008-2009年江门诗莉雅织造厂有限公司成本费用构成表 65

图表 54 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司收入状况表 66

图表 55 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司盈利指标表 66

图表 56 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司盈利比率 67

图表 57 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司资产指标表 67

图表 58 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司负债指标表 67

图表 59 2008-2009年阳江市卡米斯针织有限公司成本费用构成表 68

图表 60 2008-2009年江苏新华袜业有限公司收入状况表 68

图表 61 2008-2009年江苏新华袜业有限公司盈利指标表 69

图表 62 2008-2009年江苏新华袜业有限公司盈利比率 69

图表 63 2008-2009年江苏新华袜业有限公司资产指标表 69

图表 64 2008-2009年江苏新华袜业有限公司负债指标表 69

图表 65 2008-2009年江苏新华袜业有限公司成本费用构成表 70

图表 66 青云针织企业有限公司概况表 70

图表 67 2008-2009年青云针织企业有限公司收入状况表 71

图表 68 2008-2009年青云针织企业有限公司盈利指标表 71

图表 69 2008-2009年青云针织企业有限公司盈利比率 71

图表 70 2008-2009年青云针织企业有限公司资产指标表 71

图表 71 2008-2009年青云针织企业有限公司负债指标表 72

图表 72 2008-2009年青云针织企业有限公司成本费用构成表 72

图表 73 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司收入状况表 73

图表 74 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司盈利指标表 73

图表 75 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司盈利比率 73

图表 76 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司资产指标表 73

图表 77 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司负债指标表 74

图表 78 2008-2009年中山裕高制衣丝袜厂有限公司成本费用构成表 74

图表 79 2009年中国主要宏观经济数据增长表 75

图表 80 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 75

图表 81 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 76

图表 82 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 77

图表 83 2000-2009年中国货物进出口额统计表 77

图表 84 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 78

图表 85 1970-2009年中国货物进口形势图 78

图表 86 1970-2009年中国货物出口形势图 80

图表 87 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 81

图表 88 2008-2009年各月中国价格指数统计表 82

图表 89 2008-2009年中国价格指数月度走势图 83

图表 90 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 83

图表 91 中国城乡居民收入走势对比 84

图表 92 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 85

图表 93 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 86

图表 94 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 86

图表 95 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 87

图表 96 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 88

图表 97 2010-2015年中国丝袜市场产量预测表 93

图表 98 2010-2015年中国丝袜市场进出口贸易预测表 93

图表 99 2009-2013年丝袜制造行业销售毛利率走势图 94

图表 100 2009-2013年丝袜制造行业销售利润率走势图 94

图表 101 2009-2013年丝袜制造行业总资产利润率走势图 95

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/172926.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。