



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年休闲服行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年休闲服行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/187118.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

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，我国休闲服行业的投资潜力如何？又存在哪些投资机会呢？

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、全国商业信息中心、中国服装协会、中国纺织工业协会等单位公布和提供的大量资料，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前休闲服市场发展现状，把握市场发展趋势，制定发展战略提供了大量的信息资料和有力的参考依据。本报告重点分析了中国休闲服市场发展现状及发展特点、休闲服销售情况、休闲服进出口情况、中国休闲服市场竞争格局、休闲服市场的发展趋势等。并深入分析了中国休闲服市场的总体需求规模。报告在结合有关专家、大量的实际调查情况下，对我国目

前休闲服的投资热点问题以及休闲服未来发展趋势作出了建设性的预测。另外，对休闲服企业市场策略总结的基础上提出新的举措，为新的市场竞争提供了战略方面的指导。

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

第一节 休闲服定义及分类

一、休闲服的定义

二、休闲服的种类

三、休闲服的特性

第二节 休闲服行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 休闲服行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球休闲服市场发展分析

第一节 2010年全球休闲服市场分析

一、2010年全球休闲服市场回顾

二、2010年全球休闲服市场环境

三、2010年全球休闲服产销分析

四、2010年全球休闲服流行趋势

第二节 2011年全球休闲服市场分析

一、2011年全球休闲服需求分析

二、2011年欧美休闲服需求分析

三、2011年全球休闲服产销分析

四、2011年中外休闲服市场对比

第三节 主要国家地区休闲服市场分析

一、2010-2011年美国休闲服市场分析

二、2010-2011年欧洲休闲服市场分析

三、2010-2011年日本休闲服市场分析

四、2010-2011年韩国休闲服市场分析

五、2010-2011年其他国家休闲服市场

第三章 我国休闲服行业发展现状

第一节 我国休闲服行业发展现状

一、我国休闲服行业发展现状

二、我国休闲服市场特点分析

三、我国休闲服设计现状分析

第二节 全国休闲服市场分析

一、2010年全国休闲服市场规模分析

二、2011年全国休闲服市场变化趋势

第三节 休闲服市场需求分析

一、2010年休闲服市场销量分析

二、2011年休闲服市场销量预测

第四节 休闲服市场价格分析

一、休闲服市场价格影响因素

二、2010年休闲服市场价格走势

三、2011年休闲服市场价格走势

第五节 2010-2011年休闲服行业发展分析

一、2010-2011年休闲服业产销存运行分析

二、2010-2011年休闲服行业利润情况分析

三、2010-2011年休闲服行业发展周期分析

四、2011-2015年休闲服行业发展机遇分析

五、2011-2015年休闲服行业利润增速预测

第六节 对中国休闲服市场的分析及思考

一、休闲服市场特点

- 二、休闲服市场分析
- 三、休闲服市场变化的方向
- 四、中国休闲服产业发展的新思路
- 五、对中国休闲服产业发展的思考

第四章 休闲服行业经济运行分析

第一节 2010-2011年休闲服产量分析

- 一、2010年休闲服产量分析
- 二、2011年1-4月休闲服产量分析

第二节 2010-2011年休闲服行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2010年休闲服行业主要经济指标分析
- 三、2011年1-4月休闲服行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国休闲服行业绩效分析

- 一、2010-2011年行业产销情况
- 二、2010-2011年行业规模情况
- 三、2010-2011年行业盈利能力
- 四、2010-2011年行业经营发展能力
- 五、2010-2011年行业偿债能力分析

第五章 我国休闲服行业进出口分析

第一节 我国休闲服进口分析

- 一、2010年进口总量分析
- 二、2010年进口结构分析
- 三、2010年进口区域分析

第二节 我国休闲服出口分析

- 一、2010年出口总量分析
- 二、2010年出口结构分析
- 三、2010年出口区域分析

第三节 我国休闲服进出口预测

- 一、2011年1季度进口分析
- 二、2011年1季度出口分析

三、2011年休闲服进口预测

四、2011年休闲服出口预测

第六章 中国休闲服消费市场分析

第一节 休闲服消费者市场细分

一、2011年我国人口细分与休闲服市场人口结构

二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构

三、消费者利益细分市场与休闲服市场消费结构

四、地理位置细分市场与休闲服市场

第二节 休闲服消费者情况分析

一、我国休闲服消费现状的研究与分析

二、我国知识女性休闲服消费情况分析

三、高校学生休闲服消费特征分析

第三节 消费者购买偏好分析

一、品牌偏好分析

二、颜色偏好分析

三、商品价格分析

四、流行趋势分析

第七章 休闲服销售及营销分析

第一节 中国休闲服的营销方式

一、大型商场/百货公司

二、普通商场/服装店

三、户外休闲服专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

第二节 后奥运时代休闲服品牌的营销策略

一、明星效应

二、赛事赞助

三、公益营销

- 四、制造焦点
- 五、危机处理
- 六、体育营销
- 七、事件整合

第八章 休闲服区域市场发展分析

第一节 华北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析

- 二、2010-2011年市场需求情况分析
 - 三、2010-2011年市场规模情况分析
 - 四、2010-2011年行业竞争格局分析
 - 五、2011-2015年行业发展趋势分析
- #### 第六节 西南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2011-2015年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第九章 休闲服行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国休闲服行业竞争格局综述

- 一、2010年休闲服行业集中度
- 二、2010年休闲服行业竞争程度

三、2010年休闲服企业与品牌数量

四、2010年休闲服行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年休闲服行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外休闲服竞争分析

二、2010-2011年我国休闲服市场竞争分析

三、2010-2011年我国休闲服市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要休闲服企业动向

五、2011年国内休闲服拟在建项目分析

第十章 休闲服企业竞争策略分析

第一节 休闲服市场竞争策略分析

一、2011年休闲服市场增长潜力分析

二、2011年休闲服主要潜力品种分析

三、现有休闲服产品竞争策略分析

四、潜力休闲服品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 休闲服企业竞争策略分析

一、金融危机对休闲服行业竞争格局的影响

二、金融危机后休闲服行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国休闲服市场竞争趋势

四、2011-2015年休闲服行业竞争格局展望

五、2011-2015年休闲服行业竞争策略分析

六、2011-2015年休闲服企业竞争策略分析

第十一章 休闲服重点品牌企业竞争分析

第一节 唐狮Tonlion

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 森马Semir

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 以纯YISHION

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 美特斯邦威

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 依米奴EMINU

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 佐丹奴Giordano

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 李宁Lining

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 阿迪达斯Adidas

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 卡丹路Cardanro

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 真维斯JEANSWEST

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 休闲服行业发展趋势分析

第一节 我国休闲服行业前景与机遇分析

一、我国休闲服行业发展前景

二、我国休闲服发展机遇分析

三、2011年休闲服的发展机遇分析

四、金融危机对休闲服的影响分析

第二节 2011-2015年中国休闲服市场趋势分析

一、2010-2011年休闲服市场趋势总结

二、2011-2015年休闲服发展趋势分析

三、2011-2015年休闲服市场发展空间

四、2011-2015年休闲服产业政策趋向

五、2011-2015年休闲服技术革新趋势

六、2011-2015年休闲服价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十三章 未来休闲服行业发展预测

第一节 未来休闲服需求与消费预测

一、2011-2015年休闲服产品消费预测

二、2011-2015年休闲服市场规模预测

- 三、2011-2015年休闲服行业总产值预测
- 四、2011-2015年休闲服行业销售收入预测
- 五、2011-2015年休闲服行业总资产预测
- 第二节 2011-2015年中国休闲服行业供需预测
 - 一、2010-2015年中国休闲服供给预测
 - 二、2011-2015年中国休闲服产量预测
 - 三、2011-2015年中国休闲服需求预测
 - 四、2011-2015年中国休闲服供需平衡预测
 - 五、2011-2015年中国休闲服产品价格预测
 - 六、2011-2015年主要休闲服产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 休闲服行业投资现状分析

第一节 2010年休闲服行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1-5月休闲服行业投资情况分析

- 一、2011年1-5月总体投资及结构
- 二、2011年1-5月投资规模情况
- 三、2011年1-5月投资增速情况
- 四、2011年1-5月分行业投资分析
- 五、2011年1-5月分地区投资分析
- 六、2011年1-5月外商投资情况

第十五章 休闲服行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析

三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2011年休闲服行业政策环境分析

二、2011年国内宏观政策对其影响

三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内休闲服技术现状

二、2011年休闲服技术发展分析

三、2011-2015年休闲服技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2011年社会环境发展分析

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第五节 纺织行业振兴规划

一、纺织行业振兴规划概述

二、纺织行业振兴规划细则

三、纺织行业振兴规划主要任务

四、纺织行业振兴规划主要工程

五、纺织行业振兴规划主要措施

六、纺织行业振兴规划的意义与作用

七、纺织行业振兴规划对休闲服行业的影响

第十六章 休闲服行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2011年相关产业活力系数比较

二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2011年相关产业投资收益率比较

二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 休闲服行业投资效益分析

一、2010-2011年休闲服行业投资状况分析

二、2011-2015年休闲服行业投资效益分析

三、2011-2015年休闲服行业投资趋势预测

四、2011-2015年休闲服行业的投资方向

五、2011-2015年休闲服行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响休闲服行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响休闲服行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响休闲服行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响休闲服行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国休闲服行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国休闲服行业发展面临的机遇分析

第五节 休闲服行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年休闲服行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年休闲服行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年休闲服行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年休闲服行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年休闲服行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年休闲服行业其他风险及控制策略

第十七章 休闲服行业投资战略研究

第一节 休闲服行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国休闲服品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、休闲服实施品牌战略的意义

三、休闲服企业品牌的现状分析

四、我国休闲服企业的品牌战略

五、休闲服品牌战略管理的策略

第三节 休闲服企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 休闲服行业投资战略研究

一、2011年服装行业投资战略

二、2011年休闲服行业投资战略

三、2011-2015年休闲服行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：休闲服产业链分析

图表：国际休闲服市场规模

图表：国际休闲服生命周期

图表：2003-2010年中国休闲服行业市场规模

图表：2002-2010年全球休闲服产业市场规模

图表：2008-2010年休闲服重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国休闲服行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国休闲服行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国休闲服行业资产情况分析

图表：2009-2010年休闲服产品进口数量比较

图表：2009-2010年休闲服进口金额趋势比较

图表：2009-2010年休闲服进口数量趋势比较

图表：2009-2010年休闲服出口金额趋势比较

图表：2009-2010年休闲服出口数量趋势比较

图表：2010年我国前十位出口休闲服数量省市地区

图表：2010年我国前十位出口休闲服金额省市地区

图表：2009-2010年中国休闲服发展能力分析

图表：2009-2010年中国休闲服竞争力分析

图表：2011-2015年中国休闲服产能预测

图表：2011-2015年中国休闲服消费量预测

图表：2011-2015年中国休闲服市场前景预测

图表：2011-2015年中国休闲服市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国休闲服发展前景预测

图表：2010年1-12月休闲服产量全国合计

图表：2010年1-12月休闲服产量北京市合计

图表：2010年1-12月休闲服产量天津市合计

图表：2010年1-12月休闲服产量河北省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量山西省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量吉林省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月休闲服产量上海市合计

图表：2010年1-12月休闲服产量江苏省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量浙江省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量安徽省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量福建省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量江西省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量山东省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量河南省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量湖北省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量湖南省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量广东省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量广西区合计

图表：2010年1-12月休闲服产量海南省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量重庆市合计

图表：2010年1-12月休闲服产量四川省合计

图表：2010年1-12月休闲服产量贵州省合计
图表：2010年1-12月休闲服产量云南省合计
图表：2010年1-12月休闲服产量陕西省合计
图表：2010年1-12月休闲服产量甘肃省合计
图表：2010年1-12月休闲服产量新疆区合计
图表：2010年1-12月休闲服产量内蒙古合计
图表：2011年1-4月休闲服产量全国合计
图表：2011年1-4月休闲服产量北京市合计
图表：2011年1-4月休闲服产量天津市合计
图表：2011年1-4月休闲服产量河北省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量山西省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量辽宁省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量吉林省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量黑龙江合计
图表：2011年1-4月休闲服产量上海市合计
图表：2011年1-4月休闲服产量江苏省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量浙江省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量安徽省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量福建省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量江西省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量山东省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量河南省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量湖北省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量湖南省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量广东省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量广西区合计
图表：2011年1-4月休闲服产量海南省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量重庆市合计
图表：2011年1-4月休闲服产量四川省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量贵州省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量云南省合计
图表：2011年1-4月休闲服产量陕西省合计

图表：2011年1-4月休闲服产量甘肃省合计

图表：2011年1-4月休闲服产量新疆区合计

图表：2011年1-4月休闲服产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标贵州省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月服装行业经济指标新疆区合计

图表：2010年2月服装行业收入前十家企业

图表：2010年5月服装行业收入前十家企业

图表：2010年8月服装行业收入前十家企业

图表：2010年11月服装行业收入前十家企业

图表：2011年1-4月服装行业经济指标全国合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标北京市合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标天津市合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标河北省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标山西省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标吉林省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标上海市合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标浙江省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标安徽省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标福建省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标江西省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标山东省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标河南省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标湖北省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标湖南省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标广东省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标广西区合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标海南省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标重庆市合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标四川省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标贵州省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标云南省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标陕西省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标青海省合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-4月服装行业经济指标新疆区合计

图表：2010年1-12月休闲服进口数据

图表：2010年1季度休闲服进口数据

图表：2010年1月休闲服进口数据

图表：2010年2月休闲服进口数据

图表：2010年3月休闲服进口数据

图表：2010年2季度休闲服进口数据

图表：2010年4月休闲服进口数据

图表：2010年5月休闲服进口数据

图表：2010年6月休闲服进口数据

图表：2010年3季度休闲服进口数据

图表：2010年7月休闲服进口数据

图表：2010年8月休闲服进口数据

图表：2010年9月休闲服进口数据

图表：2010年4季度休闲服进口数据

图表：2010年10月休闲服进口数据

图表：2010年11月休闲服进口数据

图表：2010年12月休闲服进口数据

图表：2010年1-12月休闲服出口数据

图表：2010年1季度休闲服出口数据

图表：2010年1月休闲服出口数据

图表：2010年2月休闲服出口数据

图表：2010年3月休闲服出口数据

图表：2010年2季度休闲服出口数据

图表：2010年4月休闲服出口数据

图表：2010年5月休闲服出口数据

图表：2010年6月休闲服出口数据

图表：2010年3季度休闲服出口数据

图表：2010年7月休闲服出口数据
图表：2010年8月休闲服出口数据
图表：2010年9月休闲服出口数据
图表：2010年4季度休闲服出口数据
图表：2010年10月休闲服出口数据
图表：2010年11月休闲服出口数据
图表：2010年12月休闲服出口数据
图表：2011年1-4月休闲服进口数据
图表：2011年1季度休闲服进口数据
图表：2011年1月休闲服进口数据
图表：2011年2月休闲服进口数据
图表：2011年3月休闲服进口数据
图表：2011年2季度休闲服进口数据
图表：2011年4月休闲服进口数据
图表：2011年1-4月休闲服出口数据
图表：2011年1季度休闲服出口数据
图表：2011年1月休闲服出口数据
图表：2011年2月休闲服出口数据
图表：2011年3月休闲服出口数据
图表：2011年2季度休闲服出口数据
图表：2011年4月休闲服出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/187118.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。