



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年服装市场研究预测报告

## 一、调研说明

《2008年服装市场研究预测报告》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/47403.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

### 第一部分 市场现状 1

#### 第一章 2006-2007服装产业运行现状与预测 2

##### 1.1 2006-2007年服装行业总体情况 2

###### 1.1.1 2006年服装行业总体情况 2

###### 1.1.1.1 2006年服装市场特点 2

###### 1.1.1.2 2006年1-12月规模以上服装企业生产情况分析 8

###### 1.1.1.3 2006年1-12月服装产区增长情况分析 9

###### 1.1.1.4 2006年1-12月社会消费情况分析 10

###### 1.1.1.5 2006年1-12月服装销售情况分析 10

###### 1.1.1.6 2006年1-12月服装行业效益情况 12

###### 1.1.1.7 2006年1-12月行业投资情况分析 13

###### 1.1.2 2007年上半服装行业总体情况 13

###### 1.1.2.1 2007年上半服装市场特点 13

###### 1.1.2.2 2007年上半年规模以上服装企业生产情况分析 16

###### 1.1.2.3 2007年上半年服装产区增长情况分析 16

###### 1.1.2.4 2007年上半年社会消费情况分析 18

###### 1.1.2.5 2007年上半年服装销售情况分析 19

###### 1.1.2.6 2007年上半年服装行业效益情况 21

###### 1.1.2.7 2007年上半年服装行业投资情况分析 26

##### 1.2 2006—2007年纺织服装产业生产运行数据 26

###### 1.2.1 2006年纺织服装产业生产运行数据 27

###### 1.2.1.1 2006年中国纺织服装产业生产产值统计分析 27

###### 1.2.1.2 2006年中国纺织服装制造企业评价指标统计分析 28

###### 1.2.1.3 2006年中国纺织服装制造企业盈亏情况分析 34

###### 1.2.1.4 2006年中国纺织服装制造企业资产负债指标分析 38

###### 1.2.1.5 2006年中国纺织服装制造企业产销存统计分析 43

###### 1.2.2 2007年纺织服装产业生产运行数据 47

###### 1.2.2.1 2007年中国纺织服装产业生产产值统计分析 47

###### 1.2.2.2 2007年中国纺织服装制造企业评价指标统计分析 48

1.2.2.3 2007年中国纺织服装制造企业盈亏情况分析	54
1.2.2.4 2007年中国纺织服装制造企业资产负债指标分析	57
1.2.2.5 2007年中国纺织服装制造企业产销存统计分析	63
1.3 2006年主要服装类商品发展趋势	66

## 第二章 2006-2007中国服装市场进出口分析 72

2.1 2006年1-12月全国情况分析	72
2.1.1 2006年1-12月中国纺织服装进口分析	72
2.1.2 2006年1-12月中国纺织服装出口分析	72
2.1.3 2006年1-12月各地区出口情况分析	77
2.1.4 2006年1-12月服装出口区域格局变化分析	78
2.1.5 2006年1-12月服装出口贸易方式变化分析	79
2.1.6 2006年1-12月服装出口企业类型变化分析	80
2.2 2007年上半年全国情况分析	80
2.2.1 2007年上半年中国纺织服装进口分析	80
2.2.2 2007年上半年中国纺织服装出口分析	81
2.2.3 2007年上半年各地区出口情况分析	81
2.2.4 2007年上半年服装出口区域格局变化分析	82
2.2.5 2007年上半年服装出口贸易方式变化分析	83
2.2.6 2007年上半年服装出口企业类型变化分析	83
2.3 2007年各地区情况分析	84
2.3.1 浙江	84
2.3.2 江苏	84
2.3.3 广东	85
2.3.4 山东	87
2.3.5 上海	89

## 第二部分 市场细分 90

### 第一章 2007-2008男装市场 91

1.1 2006年中国男装产业发展分析	91
1.1.1 历史现状	91
1.1.2 投资分析	92

1.1.3 市场格局	95
1.1.4 市场特征	95
1.1.5 发展趋势	96
1.1.6 中日男装产业竞争模式比较	97
1.2 2006-2007年京城男装销售总体状况	101
1.2.1 2006年京城男西服销售总体状况	101
1.2.2 2007年京城男西服销售总体状况	104
1.2.3 2006年京城男衬衫销售总体状况	119
1.2.4 2007年京城男衬衫销售总体状况	121
1.3 2006-2007年上海男装销售总体状况	136
1.3.1 2006年上海亿元商场男衬衫销售总体状况	136
1.4 2006-2007年武汉男装销售总体状况	140
1.5 2007-2008中国男装行业存在问题及发展建议	142
1.5.1 国际男装消费的演变	142
1.5.2 中国男装产业的“前世今生”	143
1.5.3 2007-2008中国男装面临的三大问题	144
1.5.4 国内知名男装品牌的成功模式	145

## 第二章 2007-2008女装市场 148

2.1 2006市场现状	148
2.2 女装行业品牌分布分析	154
2.2.1 2007女装特点	154
2.2.2 2007女装存在问题	155
2.3 各地区发展动态分析	156
2.3.1 深圳	156
2.3.2 广州	159
2.3.3 杭州	159
2.3.4 北京	160
2.3.5 武汉	161
2.4 2006-2007中国女装销售状况分析	162
2.4.1 2006中国女装销售状况分析	162
2.4.2 2007年北京6月亿元商场女装销售排行分析	167

2.4.3 2006年京城女装销售总体状况 173

2.5 女装的市场发展趋势 176

2.5.1 服装产品更加细分化 176

2.5.2 女装向多品牌战略发展 176

2.5.3 服装销售人员更加专业 177

2.6 前景看好的几类市场 177

2.6.1 城市女性服装市场广阔 177

2.6.2 农村市场将被大力开发 177

2.6.3 中老年市场发展空间广阔 177

2.6.4 休闲服装继续旺销 178

2.6.5 个性化服务将更多地出现 178

第三章 2007-2008童装市场 179

3.1 童装发展前景及特点 179

3.1.1 童装发展前景 179

3.1.2 2006年童装行业特征 180

3.2 2007-2008中国童装消费现状预测 181

3.2.1 中国童装消费现状 181

3.2.2 中国童装市场前景 182

3.3 儿童服装市场营销策略研究 183

3.3.1 市场环境分析 184

3.3.2 儿童服装营销策略 185

3.4 2008中国童装品牌发展策略 190

3.4.1 童装业现存困惑及其分析 190

3.4.2 价格战是中国童装恶性竞争的根本原因 191

3.4.3 基础、个性、内涵成就中国童装品牌 191

3.4.4 品牌成就未来 192

第四章 2007-2008内衣市场 194

4.1 2007中国内衣服业现状 194

4.1.1 内衣市场发展现状 194

4.1.2 2007国内内衣中小品牌市场特点 196

4.2 中国内衣行业的现有模式及变革	197
4.2.1 中国内衣的现有模式	197
4.2.2 中国内衣的变革	199
4.3 内衣消费者购买行为分析	201
4.3.1 影响消费者购买行为的因素	201
4.3.2 内衣购买行为分析	204
4.4 中国内衣企业发展建议	206
4.4.1 产品为先的策略	206
4.4.2 渠道突围	207
4.4.3 联手培育市场	208
4.4.4 突破人才瓶颈 培养内衣专才	209
4.4.5 进军国际市场	209

## 第五章 2007-2008休闲服装市场 211

5.1 我国休闲服装市场发展状况	211
5.2 我国休闲服装市场特点	211
5.3 众型休闲服饰品牌营销案例分析	213

## 第六章 2007-2008职业装市场 220

6.1 目前我国职业装行业的基本状况及特点	220
6.2 2006年中国职业装行业十大新闻	221
6.3 品牌化是职业装的发展趋势	224

## 第七章 重点区域市场分析 226

7.1 广东省服装业市场分析	226
7.1.1 2007年广东服装出口	226
7.1.2 2007年广东省服装批发市场调查	227
7.1.2.1 广州市区板块	227
7.1.2.2 广州白马服装市场	228
7.1.2.3 沙东有利国际服装批发市场	233
7.1.3 中山市沙溪板块	236
7.1.3.1 水牛城商业广场	237

7.1.3.2 中山市沙溪休闲广场	239
7.1.3.3 中山市龙瑞小商品批发市场	239
7.1.4 增城新塘板块	242
7.1.4.1 新塘国际牛仔服装城商场	242
7.1.5 虎门服装批发市场板块	245
7.1.5.1 富民服装批发市场	246
7.1.5.2 黄河时装城	248
7.1.6 服装批发市场经营成功的要素	252
7.1.7 2006年批发市场调查问卷分析	255
7.1.8 2008虎门服装产业集群优势分析	259
7.2 浙江省服装业市场分析	265
7.2.1 浙江服装企业创名牌的成绩和经验	265
7.2.2 浙江服装企业创名牌的隐患及对策	273
7.2.3 浙江服装企业的品牌战略	279
7.2.4 国际纺织品贸易新变局和浙江的战略抉择	283
7.3 上海市服装业市场分析	292
7.3.1 2007年1-10月上海服装市场	292
7.3.2 上海服装行业历史情况	294
7.3.3 上海市场服装零售情况分析	296
7.4 江苏省服装业市场分析	298
7.5 福建省服装业市场	302
7.5.1 福州市服装行业发展情况分析	302
7.5.2 2007年福建省纺织服装进出口情况	303
7.5.3 福建服装企业如何应对配额取消	305
7.5.4 福建服装企业存在的问题及策略	305

### 第三部分 市场竞争 308

#### 第一章 中国服装业竞争格局分析 309

##### 1.1 纺织服装国际市场竞争新格局 309

###### 1.1.1 中国面临的竞争及优势 309

###### 1.1.2 靠配额保护的国家失去优势 311

###### 1.1.3 纺织品与服装配额取消对工业国家的影响 311



1.2 后配额时代我国纺织服装行业竞争分析	312
1.3 中国主要贸易竞争对手分析	316
1.4 我国纺织服装行业国际竞争优势	319
1.5 我国纺织服装业竞争力趋势	326

## 第二章 优势企业分析 329

2.1 服装业百强和名牌产品企业名单	329
2.2 雅戈尔集团股份有限公司	333
2.2.1 雅戈尔介绍	333
2.2.2 企业经营分析	334
2.2.3 雅戈尔科技发展之路	337
2.3 宁波杉杉股份有限公司	338
2.3.1 杉杉介绍	338
2.3.2 企业经营分析	339
2.3.3 杉杉集团品牌升级战略管理的实施	342
2.4 江苏红豆实业股份有限公司	344
2.4.1 红豆公司简介	344
2.4.2 企业经营分析	345
2.5 龙头股份有限公司	347
2.5.1 公司简介	347
2.5.2 企业经营分析	348
2.6 上海开开实业股份有限公司	350
2.6.1 公司简介	350
2.6.2 企业经营分析	351
2.7 凯诺科技股份有限公司	354
2.7.1 公司简介	354
2.7.2 企业经营分析	354

## 第四部分 市场营销 358

第一章 2007-2008服装消费者分析	359
1.1 消费者类型分析	359
1.1.1 消费者类型	359

1.1.2 消费购物与生活方式	360
1.2 消费者购买男装心理透视	361
1.2.1 男士的着装购买心理因素	362
1.2.2 男装销售—要以女人为中心	363
1.3 女性品牌服装的消费者分析	364
1.3.1 消费阶层分析	364
1.3.2 不同年龄消费者分析	365
1.4 中国10大城市品牌服装消费调查分析	366
1.4.1 重视自我追求个性	366
1.4.2 打折成了市场的“命门”	367
1.4.3 洋品牌表现强劲	367
1.4.4 不断创新乃大势所趋	369

## 第二章 中国服装业的渠道分析 370

2.1 中国服装销售渠道分析	370
2.1.1 我国服装销售渠道的模式	370
2.1.2 终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键	374
2.1.3 服装产业渠道销售之痛	376
2.2 中国服装分销零售渠道	383
2.2.1 分销零售信息化建设	384
2.2.2 杉杉渠道变革分析	388
2.3 如何解决服装企业营销渠道变形	392

## 第三章 服装业的品牌战略分析 395

3.1 中国服装品牌发展现状	395
3.1.1 中国服装品牌艰辛博弈中的20年	395
3.1.2 中国服装品牌生命周期	402
3.1.3 国际品牌淹没中国品牌	404
3.2 寻找服装业的核心品牌战略	407
3.2.1 服装品牌走出国门梦难圆	407
3.2.2 国内服装品牌的“三大死穴”	407
3.2.3 三大品牌策略逐鹿国际市场	408

### 3.3 浙江服装企业的品牌战略 410

#### 3.3.1 综合性品牌战略 410

#### 3.3.2 多品牌战略 412

### 3.4 中国服装品牌营销战略 414

## 第五部分 市场环境 418

### 第一章 中国经济宏观环境 419

#### 1.1 2007年1-6月经济运行情况分析 419

##### 1.1.1 上半年全社会固定资产投资变化趋势分析 419

##### 1.1.2 工业企业增加值变化趋势分析 421

##### 1.1.3 社会消费品零售总额变化趋势分析 424

##### 1.1.4 全国建筑业总产值变化趋势分析 427

##### 1.1.5 城镇单位在岗职工平均工资变化趋势分析 428

##### 1.1.6 农民人均现金收入变化趋势分析 429

##### 1.1.7 2007年1-6月份全国居民消费价格 430

#### 1.2 2007年二季度全国企业景气调查 433

### 第二章 中国服装行业政策环境 439

#### 2.1 中国服装行业相关政策环境分析 439

##### 2.1.1 服装行业最新政策动态 439

##### 2.1.2 服装行业最新国际动态 442

##### 2.1.3 服装行业新标准 445

#### 2.2 WTO对中国服装市场影响及对策 451

##### 2.2.1 “人世”给中国服装行业带来的机遇 451

##### 2.2.2 加入WTO的不利因素 453

##### 2.2.3 入世对策 454

#### 2.3 人民币升值对我国服装行业的影响 455

### 第三章 中国服装行业投资特性分析 458

#### 3.1 纺织服装业投资快速增长的隐患 458

#### 3.2 2007年纺织固定资产投资情况分析 459

##### 3.2.1 2007年纺织固定资产投资的特点 459

3.2.2 几个值得关注的问题	463
3.2.3 有关措施建议	464
3.3 亚洲四国纺织业投资指南和建议	465

## 第六部分 市场趋势 470

### 第一章 全球消费者服装购买行为趋势 471

### 第二章 2008-2010中国服装业发展趋势及预测 477

#### 2.1 未来十年中国纺织服装业的发展前景 477

##### 2.1.1 产业特性 477

##### 2.1.2 产业优势 477

##### 2.1.3 国际竞争力 478

##### 2.1.4 历史性机遇 479

##### 2.1.5 出口形势 480

#### 2.2 2008-2010中国西服行业趋势预测 480

##### 2.2.1 区域分布趋势变化分析 480

##### 2.2.2 营销模式趋势变化分析 481

##### 2.2.3 品牌趋势变化分析 481

##### 2.2.4 品质趋势变化分析 482

##### 2.2.5 价格定位趋势变化分析 483

#### 2.3 童装销售渠道的发展趋势 483

#### 2.4 2007年服装行业趋势分析 488

## 图表目录

图表 2006年1-12月规模以上服装企业累计完成针织服装总产量 9

图表 2006年1-12月规模以上服装企业累计完成梭织服装总产量 9

图表 2006年1-12月规模以上服装企业累计完成服装总产量 9

图表 2006年1-12月全国重点大型百货商场服装类累计销售额 10

图表 2007年1-6月份生产前15名省市服装生产情况示意图 16

图表 2006年1月-2007年6月月度服装类销售价格指数变化情况示意图 19

图表 2007年1-6月份衣着类工业品出厂价格同比情况示意图 19

图表 中国服装业2007年1-5月亏损情况表 21

图表 中国服装业2007年1-5月利润情况表	22
图表 中国服装业2007年1-5月营业周期情况表	24
图表 中国服装业2007年1-5月行业发展能力情况表	24
图表 2006年1-12月纺织服装业累计工业总产值（当年价）	27
图表 2006年1-12月纺织服装行业生产资本保值增值率（单位：%）	28
图表 2006年1-12月纺织服装行业资本负债率（单位：%）	29
图表 2006年1-12月纺织服装行业产值利税率（单位：%）	30
图表 2006年1-12月纺织服装行业资金利润率（单位：%）	31
图表 2006年1-12月纺织服装行业成本费用利润率（单位：%）	32
图表 2006年1-12月纺织服装制造人均销售率（单位：元）	33
图表 2006年1-12月纺织服装制造企业单位数（单位：个）	34
图表 2006年1-12月纺织服装制造企业累计亏损企业数（单位：家）	36
图表 2006年1-12月纺织服装制造亏损企业亏损总额（单位：千元）	37
图表 2006年1-12月纺织服装制造流动资产平均余额（单位：千元）	38
图表 2006年1-12月纺织服装制造固定资产净值平均余额（单位：千元）	39
图表 2006年1-12月纺织服装制造资产合计（单位：千元）	40
图表 2006年1-12月纺织服装制造负债合计（单位：千元）	41
图表 2006年1-12月纺织服装制造资本负债率（单位：%）	42
图表 2006年1-12月纺织服装制造销售成本（单位：千元）	44
图表 2006年1-12月纺织服装制造销售费用（单位：千元）	45
图表 2006年1-12月纺织服装制造销售税金及附加（单位：千元）	46
图表 2007年1-9月纺织服装业累计工业总产值（当年价）	47
图表 2007年1-8月纺织服装行业生产资本保值增值率（单位：%）	48
图表 2007年1-8月纺织服装行业资本负债率（单位：%）	49
图表 2007年1-8月纺织服装行业产值利税率（单位：%）	50
图表 2007年1-8月纺织服装行业资金利润率（单位：%）	51
图表 2007年1-8月纺织服装行业成本费用利润率（单位：%）	52
图表 2007年1-8月纺织服装制造人均销售率（单位：元）	53
图表 2007年1-9月纺织服装制造企业单位数（单位：个）	54
图表 2007年1-8月纺织服装制造企业累计亏损企业数（单位：家）	55
图表 2007年1-8月纺织服装制造亏损企业亏损总额（单位：千元）	56
图表 2007年1-8月纺织服装制造流动资产平均余额（单位：千元）	57

图表 2007年1-8月纺织服装制造固定资产净值平均余额（单位：千元）	58
图表 2007年1-8月纺织服装制造资产合计（单位：千元）	60
图表 2007年1-8月纺织服装制造负债合计（单位：千元）	61
图表 2007年1-8月纺织服装制造资本负债率（单位：%）	62
图表 2007年1-8月纺织服装制造销售成本（单位：千元）	63
图表 2007年1-8月纺织服装制造销售费用（单位：千元）	64
图表 2007年1-8月纺织服装制造销售税金及附加（单位：千元）	65
图表 2006年我国服装及衣着附件累计进口	72
图表 2006年我国梭织服装及附件累计进口	72
图表 2006年我国服装及衣着附件累计出口	72
图表 2006年我国针织服装及附件累计出口	73
图表 2006年梭织服装及附件累计出口	73
图表 2007年1月我纺织服装出口市场统计	74
图表 2007年1月我纺织服装进口市场统计	75
图表 2007年上半年我国服装及衣着附件累计出口	81
图表 2007年1-6月浙江服装进出口市场统计	84
图表 2007年1-6月江苏服装进出口市场统计	84
图表 2007年1-6月广东服装进出口市场统计	85
图表 2007年1-6月山东服装进出口市场统计	87
图表 2007年1-6月上海服装进出口市场统计	89
图表 2003-2006北京亿元商场男西服销售额、销售量、平均单价变化趋势	102
图表 2005-2006北京亿元商场男西服累计销售额与上年同期比较	103
图表 2006北京亿元商场男西服销售数据变化趋势	104
图表 2007年1月北京亿元商场男西服销售额前10位商场排名	105
图表 2007年1月北京亿元商场男西服销售量前10位商场排名	106
图表 2007年1月北京亿元商场男西服销售额前10位商场的平均单价(元 / 件套)	107
图表 2007年1月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌排序	108
图表 2007年1月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌的平均单价(元 / 件套)	109
图表 2007年4月北京亿元商场男西服销售额前10位商场排序	110
图表 2007年4月北京亿元商场男西服销售量前10位商场排序	111
图表 2007年4月北京亿元商场男西服销售额前10位商场的平均单价(元/件)	112
图表 2007年4月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌排序	113

图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售额前10位商场排序	114
图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售量前10位商场排序	115
图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售额前10位商场的平均单价(元/件套)	116
图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌排序	117
图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售量前10位品牌排序	118
图表 2007年7月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌的平均单价(元/件套)	118
图表 2003-2006北京亿元商场男衬衫销售额、销售量、平均单价变化趋势	119
图表 2005-2006北京亿元商场男衬衫累计销售额与上年同期比较	120
图表 2006北京亿元商场男衬衫销售数据变化趋势	121
图表 2007年3月北京亿元商场男衬衫销售额前10位商场排序	122
图表 2007年3月北京亿元商场男衬衫销售量前10位商场排序	123
图表 2007年3月北京亿元商场男衬衫销售额前10位商场的平均单价(元/件)	124
图表 2007年3月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌排序	126
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售额前10位商场排序	127
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售量前10位商场排序	128
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售额前10位商场的平均单价(元/件)	128
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌排序	129
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售量前10位品牌排序	130
图表 2007年4月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌的平均单价(元/件)	131
图表 2007年6月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌排序	132
图表 2007年6月北京亿元商场男衬衫销售量前10位品牌排序	133
图表 2007年6月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌的平均单价(元/件)	134
图表 2007年8月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌排序	135
图表 2007年8月北京亿元商场男衬衫销售量前10位品牌排序	136
图表 上海06年1月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	136
图表 上海06年2月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	138
图表 上海06年3月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	139
图表 武汉06年1月亿元商场男装销售占有率	140
图表 武汉06年2月亿元商场男装销售占有率	140
图表 武汉06年3月亿元商场男装销售占有率	141
图表 2006年8月全国市场前10位女装品牌	148
图表 2006年10月东北地区女装前十位品牌市场综合占有率	162

图表 2006年10月华北地区女装前十位品牌市场综合占有率	163
图表 2006年10月华东地区女装前十位品牌市场综合占有率	163
图表 2006年10月西北地区女装前十位品牌市场综合占有率	164
图表 2006年10月西南地区女装前十位品牌市场综合占有率	165
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售额前10位商场排序	168
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售量前10位商场排序	169
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售额前10位商场的平均单价(元/件套)	170
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售额前10位品牌排序	171
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售量前10位品牌排序	172
图表 2007年6月北京亿元商场女装销售额前10位品牌的平均单价(元/件套)	173
图表 2003—2006年北京亿元商场女装累计销售额、销售量、平均单价变化趋势	173
图表 2005—2006年北京亿元商场月度女装累计销售额与上年同期比较	174
图表 2006年北京亿元商场女装销售数据变化趋势	175
图表 内衣颜色消费者购买比例	202
图表 内衣消费者的分析	203
图表 内衣消费者最主要的考虑因素(%)	204
图表 内衣消费者最看重的内衣产品功能(%)	204
图表 内衣消费者常购买的地点(%)	204
图表 消费者购买时考虑的因素	206
图表 2007年1-4月广东纺织服装出口统计	226
图表 2007年1-4月广东一般贸易出口纺织服装统计	226
图表 2007年1-4月广东省私营企业出口纺织服装统计	227
图表 2007年1-4月广东省外商投资企业出口纺织服装统计	227
图表 白马服装批发市场情况一览表	229
图表 沙溪有利国际服装批发市场情况一览表	234
图表 中山市沙溪镇全镇规模以上企业情况	237
图表 水牛城商业广场市场情况一览表：	237
图表 新塘国际市场情况一览表：	243
图表 富民服装批发市场情况一览表：	246
图表 黄河时装城市场情况一览表：	249
图表 服装采购频率比较	256
图表 选取服装批发市场考虑因素比较	256



图表 服装运输方式比较	257
图表 服装批发市场存在的问题就比较	258
图表 广东地区各服装产业群分布	265
图表 全国服装行业中国驰名商标数量分布表	266
图表 全国服装行业中国名牌（衬衫、羽绒服和羊绒衣）分布表	266
图表 浙江服装企业品牌代言人一览表（部分）	270
图表 浙江服装八大驰名商标（品牌）向综合性品牌发展表	272
图表 一个完整的品牌必具有五个层次内涵	277
图表 浙江服装品牌综合品牌战略实施情况	281
图表 浙江省服装企业品牌多元化情况表	282
图表 2006年12月-2007年01月上海服装零售总额分析	296
图表 2006年12月-2007年01月上海各服装零售情况分析	297
图表 2006年12月-2007年01月上海各服装零售销售总额的比重百分比	297
图表 2006年江苏全省服装生产量统计	299
图表 2006年江苏全省服装出口统计	299
图表 2007年第一季度江苏省纺织服装出口统计	301
图表 2007年1-3月江苏省纺织服装出口增幅统计	301
图表 福州服装企业销售倾向分析	302
图表 福州服装生产企业数量统计	302
图表 2007年1-7月福建省纺织服装进出口贸易方式统计	303
图表 2007年1-7月福建省纺织服装进出口企业构成统计	303
图表 2007年1-7月福建省纺织服装进口商品结构统计	304
图表 2006年服装行业“产品销售收入”百强企业名单	329
图表 2006年服装行业“利润总额”百强企业名单	331
图表 2007年雅戈尔集团获利能力分析	334
图表 2007年雅戈尔集团经营能力分析	335
图表 2007年雅戈尔集团偿债能力分析	335
图表 2007年雅戈尔集团资本结构分析	335
图表 2007年雅戈尔集团发展能力分析	336
图表 2007年雅戈尔集团现金流量分析	336
图表 2007年宁波杉杉股份获利能力分析	339
图表 2007年宁波杉杉股份经营能力分析	340

图表 2007年宁波杉杉股份偿债能力分析	340
图表 2007年宁波杉杉股份资本结构分析	341
图表 2007年宁波杉杉股份发展能力分析	341
图表 2007年宁波杉杉股份现金流量分析	341
图表 2007年江苏红豆实业获利能力分析	345
图表 2006年江苏红豆实业经营能力分析	345
图表 2007年江苏红豆实业偿债能力分析	345
图表 2007年江苏红豆实业资本结构分析	346
图表 2007年江苏红豆实业发展能力分析	346
图表 2007年江苏红豆实业现金流量分析	347
图表 2007年龙头股份获利能力分析	348
图表 2007年龙头股份经营能力分析	348
图表 2007年龙头股份偿债能力分析	349
图表 2007年龙头股份资本结构分析	349
图表 2007年龙头股份发展能力分析	349
图表 2007年龙头股份现金流量分析	350
图表 2007年上海开开实业股份获利能力分析	351
图表 2007年上海开开实业股份经营能力分析	352
图表 2007年上海开开实业股份偿债能力分析	352
图表 2007年上海开开实业股份资本结构分析	352
图表 2007年上海开开实业股份发展能力分析	353
图表 2007年上海开开实业股份现金流量分析	353
图表 2007年凯诺科技股份获利能力分析	354
图表 2007年凯诺科技股份经营能力分析	355
图表 2007年凯诺科技股份偿债能力分析	355
图表 2007年凯诺科技股份资本结构分析	356
图表 2007年凯诺科技股份发展能力分析	356
图表 2007年凯诺科技股份现金流量分析	356
图表 浙江服装品牌综合品牌战略实施情况	411
图表 浙江省服装企业品牌多元化情况表	413
图表 2003-2007城镇固定资产投资趋势图	419
图表 2007年1-6月份城镇固定资产投资	419

图表 2007年1-6月第一、二、三产业分别完成投资	420
图表 2007年1-6月工业增加值增长速度	421
图表 2007年1-6月工业主要产品产量及增长速度	421
图表 2007年1-6月份工业分大类行业增加值增长速度(2007年6月)	423
图表 2006年6月-2007年5月社会消费品零售总额	424
图表 2007年1-5月城市消费品零售额	425
图表 2007年1-4月批发和零售业零售额	425
图表 2007年1-5月社会消费品零售总额	426
图表 2007年5月社会消费品零售总额	426
图表 2007年1-6月社会消费品零售总额	426
图表 2007年一季度月完成建筑业总产值	427
图表 2007年一季度全国城镇单位在岗职工平均工资	428
图表 2007年一季度城镇居民人均可支配收入	428
图表 2007年一季度城镇居民人均消费性支出	429
图表 2004-2007年一季度农民人均收入现金情况	429
图表 2007年1-6月份全国居民消费价格	430
图表 2007年1-6月居民消费价格分类指数	431
图表 企业景气指数(2007年2季度)	433
图表 企业景气指数与企业家信心指数走势图	433
图表 2006年1月1日至2006年7月22日美国政府对华纺织品实施限制的数量	443
图表 2007年1-5月分行业固定资产投资完成情况	460
图表 2007年1-7月不同地区固定资产投资情况	462
图表 不同类型企业投资完成情况	463
图表 2006各国热爱购买服装的消费者比例和平均外出购物次数	471
图表 2003-2006各国人均GDP和服装支出	472
图表 2003-2006服装支出占人均GDP百分比	473
图表 2003-2006消费者购买零售渠道公布	474
图表 2001-2006年将网络作为服装购买理念来源的消费者比例	474

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47403.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](http://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。