



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国男性时装行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国男性时装行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47619.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

2007年我国服装行业运行状况良好，预测2007年市场走势将好于2006年。估计2007年国内市场平均增长幅度约为19%，国内将是增长最快的零售市场，其中年龄在21岁-30岁的消费者增长潜力最大，来自不同阶层的消费者当中，白领、专业人士、行政人员的增长潜力最大。另外预测到2010年，中国主要消费城市人均服装服饰产品的消费额将达到3500元人民币，其增长空间巨大。可以预见，在经历了产业化、品牌化的改造后，2007年及未来几年，中国服装业将迎来一个新的发展机遇期，市场环境也将得到进一步的改善，前景看好。

目前，中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的粤南珠三角男装产业集群等。由衬衫、西服著名品牌向商务、白领休闲方向发展的男装产业，以浙江宁波、温州为代表；以运动、陆战和牛仔整合而成的户外休闲男装产业集群，则以福建泉州最为有名，福建石狮的男式休闲装，尤其是男式夹克行销全球，生产的休闲装、夹克衫约占全国市场份额1/4强；运动装和牛仔服生产、制造、整理和品牌影响，以广东最具规模。目前，广东牛仔服在国内牛仔服装产业中已占据主导地位，并形成了以中山大涌、佛山均安、增城新塘、开平三埠等为代表的“牛仔服装名镇”。

随着服装消费品牌化的到来，2007年男装行业将获得更大的增长。男装利润空间大，消费相对更集中，品牌忠实度更高，这些都是增长点的集中体现。根据国家信息中心的市场调研与数据汇总，从2000年以来，中国服装服饰产品在市场中的消费呈阶梯式增长，通过对北京、上海、广州三市的人均服装服饰产品的消费调查，至2006年止，已达到1850元，占年收入的25%。另外，2006年大商场的服装品牌不仅在量上多了起来，档次上也越来越细分化。中档商场基本上是国产、进口服装品牌各占半壁江山，高档商场则几乎是外来品牌的天下，能够与这些大品牌接上几招的国产品牌实在是稀有。随着中国服装服饰产品的品牌化发展，以及在信息通信领域的发展，越来越多的国际流行与时尚信息更加快速的流向中国消费者心中，形成了以国际服饰品牌为引导，中国服饰品牌企业销售为龙头的市场消费导向。面对这股品牌化浪潮，我国男装企业该如何把握时机，建立国际化男装品牌呢？

本研究咨询报告根据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全国商业信息中心、中国行业研究网以及相关媒体最新资讯，对我国男装行业的发展现状、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，对今后我国男装产业的发展做出了精确的预测。同时，本报告撰写小组为了解男装市场行情，进行了广泛的市场调查，并深入重点男装企业进行考察、访谈。重点分析了中国男装行业发展现状及发展特点，论述了男装行业的生产规模以及区域分布情况，着重分析了国内外男装市场的需求规模及需求特点、男装市场竞争格局；对中国男装进出口形势进行深入分析，并综述了中国各类男装如西服、衬衫、领带子产业的发展情况；对西服行业、衬衫行业、领带行业的发展趋势进行预测，并对行业内领先企业的成功运营模式及其发展策略进行了深入分析。报告内容丰富、详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前男装行业发展现状，把握行业发展趋势，制定发展战略（进入、退出、整合、升级等）提供了大量的信息资料和有利的参考依据。

第一部分 行业现状分析

第一章 男装行业相关定义与投资特性分析 1

第一节 男装行业相关定义及分类 1

一、定义 1

二、男装的分类 1

第二节 男装行业特点 1

第三节 男装行业投资特性 4

第二章 我国服装行业发展分析 8

第一节 国内服装行业发展概况 8

一、服装总体市场分析 8

二、服装市场细分分析 9

三、服装品牌运营模式分析 13

四、消费者购买心理分析 15

五、纺织服装市场新模式正在涌现 16

第二节 2006年我国服装行业经济运行情况分析 19

一、2006年服装行业生产与集中度情况 19

二、2006年服装行业规模与效益增速情况	21
三、2006年服装行业亏损面与利润增幅情况	22
四、2006年服装行业效益指标与综合指数上升情况	23
五、2006年服装行业出口概况与国际竞争力水平	24
六、2006年服装行业发展值得关注的问题	24
第三节 2006年我国服装行业标准制定情况	25
一、2006年服装标准制修订及报批情况	25
二、2006年洗涤褪色服装将出行业国标	26
三、2006年《纳米技术处理服装》正式列入广东省地方标准	28
第四节 2007年我国服装行业发展趋势	30
一、2007年服装市场前景预测	30
二、2007年中国服装流行元素	31
三、2007年针织服装发展新趋势分析	32
四、2007春夏季节 服装面料消费观	34
第三章 男装行业发展现状	37
第一节 中国男装行业市场现状	37
一、我国男装产业状况分析	37
二、现阶段中国男装市场主要特征	41
三、2006年我国男装销售情况分析	42
第二节 中国男装产业集群与男装名城	49
一、三大男装产业集群	49
二、中国男装名城——广东省惠州市惠城区	51
三、中国男装名城——山东省诸城市	55
四、中国男装加工名城——山东省郯城县	56
五、中国男装名城——河北省容城县	57
六、中国男装名城——浙江省瑞安市	58
第三节 中国男装面料供应现状	59
一、中国男装面料发展概况	59
二、多元化让传统面料变身	62
三、国内面料生产有明显的提高	64
四、未来面料趋向多功能及环保发展	65

第四章 子产业分析 67

第一节 西服行业 67

一、西服业发展概况 67

二、2006年男装西服销售情况 69

三、2006年西裤品牌市场销售综合占有率情况 72

四、2006年西服及西服套装产品产量全国及各地生产情况 77

第二节 衬衫行业 85

一、衬衫业发展概况 85

二、2006年衬衫品牌市场销售综合占有率情况 88

三、2006年男衬衫全国十大主销商场 104

四、2006年衬衫产品产量全国及各地生产情况 105

第三节 领带行业 112

一、中国领带名城——嵊州 112

二、2006年皖南最大领带生产项目落户黄山区 124

第二部分 进出口分析

第五章 中国男装进出口分析 125

第一节 世界服装市场分析 125

一、全球服装品牌设计及供应链趋势 125

二、2007-2012年世界纺织服装贸易发展预测 127

三、2010年全球折扣店服装零售额预测 128

第二节 2006年我国服装进出口情况分析 129

一、2006年我国服装出口情况 129

二、2006年我国服装出口形势分析 129

三、2006年服装出口市场的差异解析 134

第三节 2006年男装进出口数据 136

一、2006年男装进口数据 136

二、2006年男装出口数据 166

第四节 未来我国服装出口前景及对策分析 196

一、我国纺织服装业出口贸易遇最佳发展期 196

二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况 200

三、2007至2008年后纺织服装贸易形势分析 200

第六章 中国男装主要出口市场分析 203

第一节 2006年我国纺织品服装主要出口市场浅析 203

第二节 日本男装市场 206

一、日本进口中国服装情况 206

二、中日男装产业竞争模式比较 207

三、日本男装零售商向女装和童装业务扩展 210

四、我国企业进入日本纺织服装市场前景分析 211

第三节 美国男装市场 213

一、2006年美国从中国进口纺织品服装情况 213

二、中国服装进入美国市场策略分析 215

第四节 欧洲男装市场 218

一、2006年欧盟纺织品服装进口市场解析 218

二、欧盟服装零售业市场国际化和集中化成趋势 221

三、意大利男装市场 222

四、德国男装市场 224

五、法国男装市场 225

六、英国男装市场 225

七、中国现已成芬兰最大服装进口来源国 225

第三部分 市场分析

第七章 中国男装市场需求分析 227

第一节 我国服装市场需求情况分析 227

一、2006年服装行业内需市场增长情况 227

二、2006年全国重点大型百货商场服装销售情况 228

三、2006年中国最具服装消费力城市排名 234

第二节 消费者分析 239

一、消费者群体规模简要分析 239

二、2006年中国各省区城镇人均收入情况 239

三、2006年居民消费价格总水平环比升情况 242

四、2006年内地中产消费者消费特征分析 243

五、大学生服装消费特点分析	244
第三节 影响男装需求的因素分析	247
一、社会文化	247
二、流行趋势	250
三、服装的基本功能与特征	251
四、商品名称	252
五、商标	253
六、商品价格	253
七、商品广告	255
八、消费者收入	255
第四节 男装需求的发展趋势	255
一、2006服装消费：品牌化销售为市场导向	255
二、大众化向高品质进军	258
三、内需成为中国纺织品服装的主要市场	259
第八章 主要男装市场分析	265
第一节 北京男装市场销售情况	265
一、2006年北京居民人均衣着支出增幅居首位	265
二、2006年北京市人均GDP	266
三、2006年北京市西城区衣着消费呈现四大特点	266
四、北京市场品牌男装调研报告	267
五、2006年各月北京亿元商场男装销售分析	275
六、2006年北京亿元商场男西服销售情况	282
第二节 上海男装市场销售情况	283
一、2006年上海人均GDP	283
二、2006年各月份上海十大商场十大类服装销售情况	284
第三节 浙江市场男衬衫品牌调查分析	291
一、消费者对男衬衫的品牌相关指标分析	292
二、消费者对男衬衫的购买行为分析	294
三、调查结论	296
四、建议	297
第四节 武汉	300

- 一、2006年武汉服装零售市场分析 300
- 二、2006年武汉亿元商场男装销售占有率情况 303

第四部分 行业竞争分析

第九章 男装销售渠道分析 305

第一节 中国男装的销售渠道构成 305

- 一、男装分销传统渠道方式 305
- 二、男装销售渠道新方式 308
- 三、中国服装销售渠道存在问题 312

第二节 国外服装销售渠道对中国服装企业的启发 315

- 一、零售方式 315
- 二、销售代理制 318
- 三、供应链管理 318

第三节 未来销售渠道趋势预测 319

- 一、复合营销网络 319
- 二、实施服装品牌经营 320
- 三、无店销售 322
- 四、与零售业结成联盟 323

五、直销 324

第四节 服装企业电子商务策略 325

- 一、电子商务的现状与发展状况 325
- 二、电子商务在中国应用现状 327
- 三、在线服装销售的适应性分析 328
- 四、服装企业电子商务战略 333

第十章 男装行业竞争分析 337

第一节 2006年国内服装市场竞争情况分析 337

- 一、2006年服装业数量竞争时代接近尾声 337
- 二、2006年外国企业瞄准中国中档服装市场 338
- 三、2006年中国服装行业最具商业影响力专业市场 342
- 四、2006年中国服装行业最具战略影响力的上市公司 346
- 五、2006年中国纺织服装行来最具时尚影响力服装品牌 352

第二节 男装产业竞争格局分析	357
一、我国男装市场竞争现状	357
二、我国男装产业格局	359
三、男装国际竞争状况	360
四、男装高端市场竞争情况	361
第三节 中国男装品牌竞争情况	367
一、华北地区	368
二、东北地区	377
三、华东地区	386
四、中南地区	396
五、西南地区	406
六、西北地区	416
第四节 服装业百强和名牌产品企业名单	425
一、服装业利润总额百强企业名单	426
二、服装业产品销售收入百强企业名单	427
三、中国服装行业竞争力前10强企业	430
四、中国名牌产品生产企业名单	430
五、2005-2006年度中国纺织服装行业出口百强企业名单	436
第十一章 男装领先企业分析	440
第一节 雅戈尔集团	440
一、企业基本概况	440
二、2006年公司经营情况分析	441
三、2006年雅戈尔稳步提升品牌附加值	445
四、2006年雅戈尔尝试现代工艺服装工厂化量身定制	446
第二节 红豆集团	447
一、企业基本概况	447
二、2006年公司经营情况分析	448
三、2006年提品牌形象红豆营销在变革	453
四、入世5年：红豆服装实现质的跃升	456
五、创新铸就红豆名牌	459
第三节 杉杉集团	463

一、企业基本概况	463
二、2006年公司经营情况分析	464
三、杉杉集团多品牌战略取得丰硕成果	469
四、杉杉集团多品牌国际化战略	474
第四节 庄吉集团	475
一、企业基本概况	475
二、市场策略及其竞争优势分析	476
三、庄吉进入中高档男装市场策略分析	478
第五节 罗蒙集团	481
一、企业基本概况	481
二、罗蒙目标打造中国第一国际男装品牌	481
第六节 美特斯邦威集团	482
一、企业基本概况	482
二、美特斯邦威品牌发展策略	484
三、2007年美特斯邦威推出两大系列服饰酝酿品牌升级	486
第七节 报喜鸟集团	487
一、企业基本概况	487
二、市场策略及其竞争优势分析	487
三、报喜鸟将中国元素注入西服文化	489
第八节 山东新郎希努尔	493
一、企业基本概况	493
二、2006年公司最新发展动态	494
三、希努尔现象：改变中国男装格局	496
第九节 虎豹集团	499
一、企业基本概况	499
二、市场策略及其竞争优势分析	500
第十节 开开集团	503
一、企业基本概况	503
二、2006年公司经营情况分析	504
三、市场策略及其竞争优势分析	509
第十一节 洛兹集团	510
一、企业基本概况	510

二、企业经营情况分析	512
三、企业未来发展目标	512
第十二节 利郎集团	512
一、企业基本情况	512
二、利郎商务男装发展策略	513
三、2007年利郎男装进军米兰	517
第十三节 福建七匹狼制衣实业有限公司	518
一、企业发展概况	518
二、2006年公司经营情况分析	519
三、企业发展战略	524

第五部分 发展趋势及策略

第十二章 男装行业发展趋势 527

第一节 “十一五”期间服装业发展主要趋势	527
一、国内国际经济发展趋势	527
二、国际贸易环境及世界贸易格局发展趋势	527
三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势	528
四、产业结构调整和产业创新设计能力发展趋势	529
五、服装品牌发展和营运趋势	530
六、产业供应链发展趋势	531
七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势	532
八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代	533
九、企业战略发展和现代管理发展趋势	534
第二节 男装行业发展趋势	535
一、男装行业发展趋势	535
二、2007年男服装时尚风格	536
三、2007年男装流行趋势	537
第三节 男装面料发展趋势	538
一、新型绢丝面料成高档男装热选	538
二、2007春夏男装面料设计指导	539
三、2007年春夏季节 服装面料消费趋势	540

第十三章 男装行业未来发展战略分析	542
第一节 服装行业投资前景分析	542
一、服装行业投资前景看好	542
二、品牌建设酝酿出口投资机遇	544
第二节 男装新产品开发方向	547
一、纳米男装	547
二、职场男装的发展方向	548
三、我国男衬衫开始步入产品风格细化时代	549
四、商务装注入休闲魔力	549
五、防静电服装市场前景看好	550
六、智能服装的时尚化通道	552
第三节 男装品牌运作策略	555
一、男装品牌运作风险分析	556
二、男装品牌运作机会分析	558
三、男装品牌畅通的传播策略和宣传渠道	561
第四节 服装企业品牌定位策略	563
一、品牌的产品属性定位	563
二、品牌的名称设置	564
三、品牌的消费群体定位	566
四、消费群体的购买习惯定位	567
五、消费群体的文化层次定位	567
六、品牌的风格及文化定位	567
七、品牌的营销定位	568
八、在品牌的定位过程中应注意的问题	570
第五节 中国男装的国际化竞争策略	571

图表目录

图表：男装销售淡季、旺季表现图	4
图表：“十五”服装产量及增幅示意图	8
图表：2005年与2004年服装产量分月增长幅度对比图	9
图表：2005年人口主要构成情况	11
图表：2006年1-9月我国服装产量	20

图表：2005年2-12月服装产品产量全国合计	20
图表：2006年2-12月服装产品产量全国合计	20
图表：2006年1-9月我国服装行业效益指标分析（1）	21
图表：2006年1-9月我国服装行业效益指标分析（2）	22
图表：2005年9月-2006年9月我国服装行业和纺织行业的利润增长水平对比图	23
图表：2006年1-9月我国服装行业主要效益指标	24
图表：2006年第一批国家标准制修订项目	26
图表：2006年11月全国重点大型零售企业销售T恤衫前十名品牌综合市场占有率	46
图表：2006年11月全国重点大型零售企业销售夹克衫前十名品牌综合市场占有率	47
图表：2006年11月全国重点大型零售企业销售男西装前十名品牌综合市场占有率	48
图表：2006年11月全国重点大型零售企业销售男衬衫前十名品牌综合市场占有率	49
图表：2006年8月全国重点大型零售企业销售男西装全国十大主销商场	69
图表：2006年8月全国重点大型零售企业销售西裤全国十大主销商场	70
图表：2006年3月中南地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	72
图表：2006年3月西北地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	73
图表：2006年3月西南地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	74
图表：2006年3月华北地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	75
图表：2006年3月东北地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	76
图表：2006年3月华东地区西裤前十位品牌市场销售综合占有率	77
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量全国合计	77
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量北京市合计	78
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量天津市合计	78
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量河北省合计	79
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量辽宁省合计	79
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量吉林省合计	79
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量上海市合计	80
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量江苏省合计	80
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量浙江省合计	81
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量安徽省合计	81
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量福建省合计	81
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量江西省合计	82
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量山东省合计	82

图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量河南省合计	83
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量湖北省合计	83
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量湖南省合计	83
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量广东省合计	84
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量重庆市合计	84
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量四川省合计	85
图表：2006年2-12月西服及西服套装产品产量陕西省合计	85
图表：2006年1月中南地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	89
图表：2006年1月西北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	90
图表：2006年1月西南地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	91
图表：2006年1月华北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	92
图表：2006年1月东北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	93
图表：2006年1月华南地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	94
图表：2006年3月中南地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	95
图表：2006年3月西北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	96
图表：2006年3月西南地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	97
图表：2006年3月华北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	98
图表：2006年3月东北地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	99
图表：2006年3月华东地区男衬衫前十位品牌市场销售综合占有率	100
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场华北地区前十位品牌市场综合占有率	101
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场东北地区前十位品牌市场综合占有率	101
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场华东地区前十位品牌市场综合占有率	102
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场中南地区前十位品牌市场综合占有率	102
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场西北地区前十位品牌市场综合占有率	103
图表：2006年4月全国大型商场衬衫市场西南地区前十位品牌市场综合占有率	103
图表：2006年8月，全国重点大型零售企业销售男衬衫全国十大主销商场	104
图表：2006年2-12月衬衫产品产量全国合计	105
图表：2006年2-12月衬衫产品产量北京市合计	105
图表：2006年2-12月衬衫产品产量天津市合计	106
图表：2006年2-12月衬衫产品产量河北省合计	106
图表：2006年2-12月衬衫产品产量辽宁省合计	106
图表：2006年2-12月衬衫产品产量黑龙江省合计	107

图表：2006年2-12月衬衫产品产量上海市合计	107
图表：2006年2-12月衬衫产品产量江苏省合计	108
图表：2006年2-12月衬衫产品产量浙江省合计	108
图表：2006年2-12月衬衫产品产量安徽省合计	108
图表：2006年2-12月衬衫产品产量福建省合计	109
图表：2006年2-12月衬衫产品产量江西省合计	109
图表：2006年2-12月衬衫产品产量山东省合计	110
图表：2006年2-12月衬衫产品产量湖北省合计	110
图表：2006年2-12月衬衫产品产量湖南省合计	110
图表：2006年2-12月衬衫产品产量广东省合计	111
图表：2006年2-12月衬衫产品产量四川省合计	111
图表：2001年-2006年6月各月服装出口对比	130
图表：2006年上半年服装出口各贸易方式情况：	131
图表：2006年1-6月全国纺织品服装进出口市场金额占比	134
图表：2006年1-6月全国纺织品服装主要出口国家出口金额占比	135
图表：2006年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计	136
图表：2006年1月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	137
图表：2006年1月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	137
图表：2006年1月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计	137
图表：2006年1月非针织或非钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计	138
图表：2006年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	138
图表：2006年2月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计	139
图表：2006年2月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	139
图表：2006年2月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	139
图表：2006年2月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计	140
图表：2006年2月非针织或非钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计	140
图表：2006年2月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	141
图表：2006年3月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计	141

图表：2006年3月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 141

图表：2006年3月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 142

图表：2006年3月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 142

图表：2006年3月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 142

图表：2006年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 143

图表：2006年4月针织或钩编男大衣、带帽防寒短上衣、风衣分类别进口统计 143

图表：2006年4月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 143

图表：2006年4月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 144

图表：2006年4月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 144

图表：2006年4月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 145

图表：2006年4月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 145

图表：2006年5月针织或钩编男大衣、带帽防寒短上衣、风衣分类别进口统计 146

图表：2006年5月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 146

图表：2006年5月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 146

图表：2006年5月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 147

图表：2006年5月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 147

图表：2006年5月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 148

图表：2006年6月针织或钩编男大衣、带帽防寒短上衣、风衣分类别进口统计 148

图表：2006年6月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 148

图表：2006年6月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 149

图表：2006年6月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 149

图表：2006年6月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 150

图表：2006年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 150

图表：2006年7月针织或钩编男大衣、带帽防寒短上衣、风衣分类别进口统计 151

图表：2006年7月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 151

图表：2006年7月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 151

图表：2006年7月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 152

图表：2006年7月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 152

图表：2006年7月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 153

图表：2006年8月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 153

图表：2006年8月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 153

图表：2006年8月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 154

图表：2006年8月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 154

图表：2006年8月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 155

图表：2006年8月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 155

图表：2006年9月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 156

图表：2006年9月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 156

图表：2006年9月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 156

图表：2006年9月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 157

图表：2006年9月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 157

图表：2006年9月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 158

图表：2006年10月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 158

图表：2006年10月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 158

图表：2006年10月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 159

图表：2006年10月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 159

图表：2006年10月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 160

图表：2006年10月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 160

图表：2006年11月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 161

图表：2006年11月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 161

图表：2006年11月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 161

图表：2006年11月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 162

图表：2006年11月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 162

图表：2006年11月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 163

图表：2006年12月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 163

图表：2006年12月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 163

图表：2006年12月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 164

图表：2006年12月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别进口统计 164

图表：2006年12月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别进口统计 165

图表：2006年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 165

图表：2006年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 166

图表：2006年1月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 166

图表：2006年1月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 167

图表：2006年1月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 167

图表：2006年1月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 168

图表：2006年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 168

图表：2006年2月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 169

图表：2006年2月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 169

图表：2006年2月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 169

图表：2006年2月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 170

图表：2006年2月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 170

图表：2006年2月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 171

图表：2006年3月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 171

图表：2006年3月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 171

图表：2006年3月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 172

图表：2006年3月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 172

图表：2006年3月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 173

图表：2006年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 173

图表：2006年4月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 174

图表：2006年4月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 174

图表：2006年4月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 174

图表：2006年4月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 175

图表：2006年4月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 175

图表：2006年4月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 176

图表：2006年5月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 176

图表：2006年5月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 176

图表：2006年5月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 177

图表：2006年5月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 177

图表：2006年5月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 178

图表：2006年5月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 178

图表：2006年6月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 179

图表：2006年6月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 179

图表：2006年6月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 179

图表：2006年6月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计 180

图表：2006年6月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计 180

图表：2006年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 181

图表：2006年7月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 181

图表：2006年7月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	181
图表：2006年7月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	182
图表：2006年7月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	182
图表：2006年7月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	183
图表：2006年7月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	183
图表：2006年8月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计	184
图表：2006年8月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	184
图表：2006年8月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	184
图表：2006年8月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	185
图表：2006年8月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	185
图表：2006年8月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	186
图表：2006年9月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计	186
图表：2006年9月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	186
图表：2006年9月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	187
图表：2006年9月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	187
图表：2006年9月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	188
图表：2006年9月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	188
图表：2006年10月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计	189
图表：2006年10月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	189
图表：2006年10月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	189
图表：2006年10月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	190
图表：2006年10月非针织或非钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	190
图表：2006年10月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	191
图表：2006年11月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计	191

图表：2006年11月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	191
图表：2006年11月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	192
图表：2006年11月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	192
图表：2006年11月非针织或非钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	193
图表：2006年11月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	193
图表：2006年12月针织或钩编男大衣、带帽防寒短上衣、风衣分类别出口统计	194
图表：2006年12月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	194
图表：2006年12月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	194
图表：2006年12月非针织或非钩编的男式大衣、斗篷、带风帽防寒短上衣、防风衣等分类别出口统计	195
图表：2006年12月非针织或非钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤分类别出口统计	195
图表：2006年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	196
图表：2006年1-11月美国从中国进口纺织品服装分产品进口统计	214
图表：2006年1-11月美国服装进口按进口金额排列前五名的国家和地区	214
图表：2006年1-11月美国服装进口按进口数量排列前五名的国家和地区	215
图表：2005-2006年7月欧元区市场纺织品服装消费走势	219
图表：2001-2006年5月欧洲从世界进口纺织品服装情况	219
图表：2001-2006年5月欧洲纺织品服装进口五大来源——进口增速	220
图表：2006年1-5月欧洲纺织品服装进口价格变化	221
图表：2006年1-6月对欧洲重点监测部分产品情况	221
图表：2003年—2005年意大利男装进出口额	223
图表：2005年德国纺织服装周转金额	224
图表：2005年各类服装销售量较去年同期增长率	228
图表：2005年各类服装销售量所占比重	228
图表：2006年2月全国重点大型百货商场服装销售情况	229
图表：2006年3月全国重点大型百货商场服装销售情况	230
图表：2006年4月全国重点大型百货商场服装销售情况	230
图表：2006年5月全国重点大型百货商场服装销售情况	231
图表：2006年6月全国重点大型百货商场服装销售情况	231

图表：2006年7月全国重点大型百货商场服装销售情况	232
图表：2006年8月全国重点大型百货商场服装销售情况	232
图表：2006年9月全国重点大型百货商场服装销售情况	233
图表：2006年10月全国重点大型百货商场服装销售情况	233
图表：2006年11月全国重点大型百货商场服装销售情况	234
图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况	240
图表：2006年10月各地区城镇居民家庭收支基本情况	241
图表：欧美各国人均GDP为1000美元时的消费结构表	242
图表：2000-2004年全国重点大型零售企业服装销售总量及增长率	257
图表：2005-2010年中国服装市场发展分布图	257
图表：1980-2004年年以来我国居民消费性支出和衣着支出的走势图	260
图表：2005年7月-2006年7月居民衣着价格消费指数走势图	261
图表：1980-2005年我国来人均GDP和人均纤维消费量的主要变化情况	262
图表：2006年1-7月我国纺织行业销售产值、出口交货值、内销值及其增长情况	263
图表：北京市常住人口总量(2005年底)	265
图表：北京不同来源地品牌男装的整体商场覆盖率表	267
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售额前十位商场排序名单	276
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售量前十位商场排序名单	276
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售额前十位商场的平均单价	277
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售额前十位品牌排序名单	278
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售量前十位品牌排序名单	278
图表：2006年1月北京亿元商场男西服销售额前十位品牌的平均单价	279
图表：2006年3月北京亿元商场男装品牌销售情况排序	280
图表：2006年4月北京亿元商场男装品牌销售情况排序	280
图表：北京06年4月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	281
图表：2006年10月北京亿元商场男西服销售量前10位商场	282
图表：2006年10月北京亿元商场男西服销售额前10位商场的平均单价	283
图表：2006年1-2月份上海市场服装销售总计金额	284
图表：2006年2月上海亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	285
图表：2006年3月上海亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	285
图表：2006年3月上海亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	286
图表：2006年7月上海市场服装零售情况分析显示	287

图表：2006年7月上海市场服装零售情况分析显示（分产品）	288
图表：2006年7月上海市场服装分产品销售额占比显示	288
图表：2006年8月上海市场服装零售情况分析显示	289
图表：2006年7月上海市场服装零售情况分产品分析显示	289
图表：2006年7-8月上海市场服装零售分产品增长率	290
图表：消费者对男衬衫属性指标的满意度分析	293
图表：2006年2月武汉亿元商场男装销售占有率	303
图表：2006年3月武汉亿元商场男装销售占有率	303
图表：2006年11月全国重点大型零售企业销售男衬衫前十名品牌综合市场占有率	304
图表：服装代销与买断之比较表	317
图表：2001-2005年我国电子商务交易额	327
图表：B2C商品种类的互联网适应性	329
图表：网上购买服装的人群划分比例图	329
图表：在线购买考虑因数的比例分布表	330
图表：在线购买考虑的因数分布图	331
图表：在线购买服装顾虑因数比例分布表	331
图表：在线购买顾虑因数分布图	332
图表：对在线购买有影响力的媒体分布图	332
图表：2006年1-9月规模以上企业完成服装产量情况	337
图表：2005年度华北地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	368
图表：2005年度华北地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	369
图表：2005年4月华北地区西裤前十位品牌市场占有率	370
图表：2005年4月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	370
图表：2005年4月华北地区男西装前十位品牌市场综合占有率	371
图表：2005年5月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	371
图表：2005年6月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	372
图表：2005年7月华北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	372
图表：2005年7月华北地区男西裤前十位品牌市场综合占有率	373
图表：2005年8月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	373
图表：2005年8月华北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	374
图表：2005年9月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	374
图表：2005年9月华北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	375

图表：2005年10月全国大型商场男西服华北地区前十位品牌市场综合占有率情况	375
图表：2005年12月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	376
图表：2006年1月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	376
图表：2005年度东北地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	377
图表：2005年度东北地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	378
图表：2005年4月东北地区西裤前十位品牌市场综合占有率	379
图表：2005年4月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	379
图表：2005年4月东北地区男西装前十位品牌市场综合占有率	380
图表：2005年5月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	380
图表：2005年6月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	381
图表：2005年7月东北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	381
图表：2005年7月东北地区男西裤前十位品牌市场综合占有率	382
图表：2005年8月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	382
图表：2005年8月东北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	383
图表：2005年9月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	383
图表：2005年9月东北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	384
图表：2005年10月全国大型商场男西服东北地区前十位品牌市场综合占有率情况	384
图表：2005年12月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	385
图表：2006年1月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	385
图表：2005年度华东地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	386
图表：2005年度华东地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	387
图表：2005年4月华东地区男西裤前十位品牌市场综合占有率	388
图表：2005年4月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	388
图表：2005年4月华东地区男西装前十位品牌市场综合占有率	389
图表：2005年5月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	389
图表：2005年6月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	390
图表：2005年7月华东地区男西服前十位品牌市场综合占有率	390
图表：2005年7月华东地区男西裤前十位品牌市场综合占有率	391
图表：2005年8月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	391
图表：2005年8月华东地区男西服前十位品牌市场综合占有率	392
图表：2005年9月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	392
图表：2005年9月华东地区男西服前十位品牌市场综合占有率	393

图表：2005年10月全国大型商场男西服华东地区前十位品牌市场综合占有率情况	393
图表：2005年12月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	394
图表：2005年12月华北地区男西装前十位品牌市场占有率	394
图表：2006年1月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率	395
图表：2005年度中南地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	396
图表：2005年度中南地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	397
图表：2005年4月中南地区男西裤前十位品牌市场综合占有率	398
图表：2005年4月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	398
图表：2005年4月中南地区男西装前十位品牌市场占有率	399
图表：2005年5月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	399
图表：2005年6月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	400
图表：2005年7月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	400
图表：2005年7月中南地区男西裤前十位品牌市场占有率	401
图表：2005年8月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	401
图表：2005年8月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	402
图表：2005年9月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	402
图表：2005年9月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	403
图表：2005年10月男西服中南地区前十位品牌市场综合占有率情况	403
图表：2005年12月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	404
图表：2005年12月中南地区男西装前十位品牌市场占有率	404
图表：2006年1月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	405
图表：2005年度西南地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	406
图表：2005年度西南地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	407
图表：2005年4月西南地区男西裤前十位品牌市场占有率	408
图表：2005年4月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	408
图表：2005年4月西南地区男西装前十位品牌市场占有率	409
图表：2005年5月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	409
图表：2005年6月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	410
图表：2005年7月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	410
图表：2005年7月西南地区男西裤前十位品牌市场占有率	411
图表：2005年8月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	411
图表：2005年8月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	412

图表：2005年9月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	412
图表：2005年9月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	413
图表：2005年10月西南地区男西服前十位品牌市场综合占有率情况	413
图表：2005年12月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	414
图表：2005年12月西南地区男西装前十位品牌市场占有率	414
图表：2006年1月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	415
图表：2005年度西北地区市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌	416
图表：2005年度西北地区市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌	417
图表：2005年4月西北地区男西裤前十位品牌市场占有率	418
图表：2005年4月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	418
图表：2005年4月西北地区男西装前十位品牌市场占有率	419
图表：2005年5月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	419
图表：2005年6月西北地区,男衬衫前十位品牌市场占有率	420
图表：2005年7月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	420
图表：2005年7月西北地区男西裤前十位品牌市场占有率	421
图表：2005年8月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	421
图表：2005年8月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	422
图表：2005年9月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	422
图表：2005年9月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	423
图表：2005年10月西北地区男西服前十位品牌市场综合占有率	423
图表：2005年12月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	424
图表：2005年12月西北地区男西装前十位品牌市场占有率	424
图表：2006年1月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	425
图表：2005年服装行业“利润总额”百强企业名单	426
图表：2005年服装行业“产品销售收入”百强企业名单	427
图表：	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47619.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。