



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006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

《2006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/47643.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

经过近二十年的发展，中国男装行业已经成为服装业中最为成熟的一个子行业，在生产、管理、营销等各个环节上都是日趋合理和完善。2005年，中国男装迈着睿智、自信、雄壮的步伐，铸就了前所未有的辉煌：在国内，中国男装经历了市场的大浪淘沙，涌现出越来越多为大众喜爱的优秀品牌；在国外，中国男装冲破壁垒、设限和保护的重重围堵，让烙印着深厚民族文化的中国服装走向了全世界。

目前我国男装产业集群的分布，有着非常明显的地域性，已打破了以前浙江男装的一统天下，形成了浙江、福建、广东三足鼎立的格局。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”。

2006年是“十一五”计划的第一年，也是中国男装又一个新起点，政策环境的强力支持，必将为中国男装插上腾飞的翅膀。面对2006年的大好形势，服装企业现在要做的就是抓住机会，加强产业整合，加强营销能力、资本运作能力和跨国经营能力，不断完善自身，提升在国内和国际市场上的竞争力。同时2006年，国内男装市场的竞争也将更加激烈。浙江、福建、广东三大男装霸主将在国内市场掀起新一轮的战争，而江苏、山东、湖北等地的服装企业也会更多的参与到男装市场的争夺中来。另外，目前男装产品消费市场正处于一个变化的过渡期，消费周期日益缩短，各地新品牌不断出现，行业竞争相当激烈，国内男装市场的竞争将从低层次的价格竞争上升到品牌综合实力的竞争。因此，在2006年，“品牌建设”将成为中国男装界最为显眼的关键词。各个男装生产企业为了提升竞争力，在市场中占据更为有利的位置，必然会把品牌建设摆在最重要工作日程上。

本研究咨询报告根据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国家发展计划委员会、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、

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、夹克衫、西裤的销售情况；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力的参考依据。

第一部分 行业发展现状分析

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 国内服装行业分析 8

一、服装总体市场分析 8

二、服装市场细分分析 8

三、服装品牌运营模式分析 12

四、消费者购买心理分析 14

第二节 我国服装行业近年发展概况 16

一、中国服装产业现状 16

二、近年服装业快速发展 16

三、赢利能力领先整个纺织业 18

第三节 2005-2006年服装行业经济运行现状分析	18
一、2005年服装行业的重要特征	18
二、2005服装行业生产情况分析	23
三、2005年国内服装类市场销售分析	28
四、2005年服装行业企业经营情况分析	39
五、2006年全国重点大型百货商场服装销售情况	42
第四节 中国服装行业发展预测	44
一、2006年服装市场值得关注的问题	44
二、2006年我国服装市场将继续保持较快增长	45
三、2006年中国服装消费变化趋势	46
四、2006年及“十一五”期间服装业发展主要趋势	46

第三章 男装行业发展现状 55

第一节 中国男装行业市场现状 55

一、中国男装行业发展概况	55
二、2005年我国男装销售情况分析	55
三、现阶段中国男装市场主要特征	57
四、中国男装行业存在问题及发展建议	57

第二节 中国男装产业集群与男装名城 61

一、男装产业集群的分布	61
二、中国男装名城--山东省诸城市	62
三、中国男装名城--广东省惠州市惠城区	63
四、中国男装名城--河北省容城县	64
五、中国男装名城--浙江省瑞安市	65
六、中国男装加工名城--山东省郯城县	66

第三节 中国男装主要生产地区分析 67

一、宁波男装业	67
二、温州男装业	75

第四节 中国男装面料供应现状 79

一、中国男装面料发展概况	79
二、多元化让传统面料变身	82
三、国内面料生产有明显的提高	84

四、未来面料趋向多功能及环保发展 85

第二部分 子产业及进出口分析

第四章 子产业分析 87

第一节 西服行业 87

一、西服业发展概况 87

二、职场男装的时尚质变 89

三、男装西服流行趋势 91

第二节 衬衫行业 92

一、2005年衬衫生产企业运营情况 92

二、2006年品牌衬衫产品合格率情况 93

第三节 领带行业 94

一、“嵊州领带”抢占世界产业制高点 94

二、浙江领带出口品牌档次大幅提高 102

第五章 中国男装进出口分析 104

第一节 2005年男装进口情况分析 104

第二节 2005年男装出口情况分析 132

一、全年出口创历史新高 134

二、一般贸易比重继续增加 135

三、浙粤江沪鲁超百亿美元 136

四、民营企业成为出口第一主力 137

五、欧美跃居出口目标市场前两位 138

六、纺织制成品出口增长最快 140

第三节 2006年服装进出口情况分析 174

一、2006年我国纺织品服装进出口概况 174

二、2006年出口退税率下调对纺织业的影响分析 175

三、出口衬衫、西服大衣检验新规程已实施 176

四、出口退税调整利于优化产业结构和出口增长 177

第四节 新配额时代对纺织业的影响及发展现状 178

一、重设配额未能阻挡2005年我服装对欧盟出口 178

二、配额制度下对我国纺织品对外贸易状况的影响 179

三、纺织配额分配应扶持自主品牌 183

第五节 中国服装业出口对策分析 185

一、中国服装业反制反倾销 185

二、中国服装业走出去的破壁之策 187

第六章 中国男装出口市场分析 194

第一节 日本男装市场 194

一、日本进口中国服装情况 194

二、日本商务男装刮起色彩风潮 195

第二节 美国男装市场 196

一、美国进口中国服装情况 196

二、美国男装市场 197

第三节 欧盟男装市场 198

一、2005-2006年欧盟进口中国服装情况 198

二、意大利男装市场 202

三、德国男装市场 203

四、法国男装市场 204

五、英国男装市场 205

第三部分 需求及主要市场分析

第七章 中国男装市场需求规模及预测 207

第一节 男装需求的影响因素 207

一、社会文化 207

二、流行 210

三、男装的心理功能与特征 210

四、商品价格 211

五、商品广告 212

六、消费者收入 213

第二节 近几年中国男装市场需求规模 213

一、我国服装总体需求规模 213

二、我国男装市场需求规模与预测 215

第三节 男装需求的发展趋势 218

一、品牌消费渐成国内消费主流 218

二、大众化向高品质进军 218

第八章 主要男装市场分析 221

第一节 北京男装市场销售情况 221

一、2006年北京居民人均衣着支出增幅居首位 221

二、北京市场品牌男装调研报告 221

三、2005-2006年各月北京亿元商场男装销售分析 230

第二节 上海男装市场销售情况 253

一、2005年各月份上海十大商场男装销售情况 253

二、2006年各月份上海十大商场十大类服装销售情况 266

第三节 2005年浙江市场男衬衫品牌调查分析 268

一、消费者对男衬衫的品牌相关指标分析 270

二、消费者对男衬衫的购买行为分析 272

三、调查结论 274

四、建议 275

第四部分 销售渠道及竞争分析

第九章 男装销售渠道分析 279

第一节 中国男装的销售渠道构成 279

一、男装分销传统渠道方式 279

二、男装销售渠道新方式 282

三、中国服装销售渠道存在问题 286

第二节 国外服装销售渠道对中国服装企业的启发 289

一、零售方式 290

二、销售代理制 292

三、供应链管理 293

第三节 未来销售渠道趋势预测 293

一、复合营销网络 293

二、实施服装品牌经营 294

三、无店销售 297

四、与零售业结成联盟 297

五、直销 299

第四节 网络销售 299

一、服装网络销售出现的必然性 299

二、服装网上销售的运行 304

三、服装网上销售的发展前景 309

第五节 男装销售策略 310

一、以女人为本 310

二、《天气资讯》--中国男装的第一电视秀场策略 314

三、2006年男装品牌亿元投世界杯广告分析 320

第十章 男装行业竞争分析 321

第一节 男装产业竞争格局分析 321

一、我国男装市场竞争现状 321

二、我国男装产业格局 323

三、男装国际竞争状况 324

第二节 中国男装品牌竞争情况 325

一、华北地区 326

二、东北地区 335

三、华东地区 344

四、中南地区 354

五、西南地区 364

六、西北地区 374

第三节 服装业百强和名牌产品企业名单 383

一、服装业利润总额百强企业名单 383

二、服装业产品销售收入百强企业名单 385

三、中国服装行业竞争力前10强企业 389

四、中国名牌产品生产企业名单 389

第四节 加入WTO对中国服装市场竞争格局的影响 394

一、世界经济一体化背景下的内外市场变化 394

二、中国服装市场竞争更加激烈 395

三、市场的重新分配和服装企业的加剧重组 395

四、经营方式的转变和服装人才结构的调整 396

五、加快服装业的调整	396
第五节 中国男装的国际化竞争策略	397
第六节 我国男装企业核心竞争力的培养	404

第十一章 男装领先企业分析 408

第一节 雅戈尔集团 408

- 一、企业基本概况 408
- 二、企业经营分析 409
- 三、市场策略和竞争优势分析 411
- 四、企业未来发展目标 415

第二节 红豆集团 418

- 一、企业基本概况 418
- 二、公司经营情况分析 419
- 三、红豆集团品牌战略透视 422
- 四、公司最新动态 425
- 五、企业未来发展目标 426

第三节 杉杉集团 426

- 一、企业基本概况 426
- 二、企业经营情况分析 427
- 三、市场策略及其竞争优势分析 430

第四节 庄吉集团 433

- 一、企业基本概况 433
- 二、市场策略及其竞争优势分析 434
- 三、公司最新动态 436

第五节 罗蒙集团 437

- 一、企业基本概况 437
- 二、企业经营情况分析 437
- 三、企业未来发展目标 439

第六节 美特斯邦威集团 440

- 一、企业基本概况 440
- 二、市场策略及其竞争优势分析 442

第七节 报喜鸟集团 444

一、企业基本概况	444
二、企业经营情况分析	445
三、市场策略及其竞争优势分析	448
第八节 山东新郎希努尔	450
一、企业基本概况	450
二、市场策略及其竞争优势分析	451
第九节 虎豹集团	456
一、企业基本概况	456
二、市场策略及其竞争优势分析	457
第十节 开开集团	461
一、企业基本概况	461
二、企业经营情况分析	462
三、市场策略及其竞争优势分析	463
第十一节 洛兹集团	463
一、企业基本概况	463
二、企业经营情况分析	465
三、企业未来发展目标	466
第十二节 利郎集团	466
一、企业基本概况	466
二、公司最新动态	467
三、市场策略及其竞争优势分析	469
第十三节 福建七匹狼制衣实业有限公司	473
一、企业发展概况	473
二、企业经营情况分析	474
三、企业发展战略	476
第十四节 其他男装品牌分析	477
一、劲霸	477
二、虎都	479

第五部分 发展趋势及预测

第十二章 男装行业发展趋势及预测 481

第一节 男装行业发展趋势 481

一、2006年中国男装发展趋势	481
二、国内男装业将呈现以下几个发展趋势	484
第二节 男装流行趋势	484
一、2006男装潮流预言	484
二、2006男装四大时尚标签	486
三、2007春夏男装流行趋势	488
第三节 男装面料发展趋势	489
一、2006春夏男式衬衫面料流行趋势	489
二、2006春夏男装羊毛织物流行趋势	489
三、2007春夏男装面料设计指导	491
第四节 男装新产品开发方向	492
一、纳米男装	492
二、职场男装的发展方向	493
三、我国男衬衫开始步入产品风格细化时代	494
四、商务装注入休闲魔力	495
第五节 男装品牌发展战略	495
一、服装品牌多元化发展	495
二、中国男装品牌如何提升品牌魅力	499
三、中国男装名牌可持续发展战略	501
四、利用利好因素提升男装品牌	503
第六节 国内服装企业品牌发展战略	506
一、如何做品牌	507
二、品牌的延伸	511
三、批发型企业如何建品牌	514

图表目录

图表：男装销售淡季、旺季表现图	4
图表：2005年人口主要构成情况	10
图表：“十五”服装产量及增幅示意图	17
图表：2005年服装主要经济指标完成情况及“十五”历年增长幅度对比表	18
图表：2005年与2004年服装产量分月增长幅度对比图	19
图表：2005年1-12月服装主要产区产量增长幅度示意图	21

图表：2005年2-12月服装产品产量全国合计	23
图表：2005年2-12月革皮服装产品产量全国合计	24
图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量全国合计	24
图表：2005年2-12月针织服装产品产量全国合计	24
图表：2005年纺织服装制造累计产品销售收入	25
图表：2005年纺织服装制造累计利润总额	26
图表：2005年10月纺织服装制造收入前十家企业主要经济指标	27
图表：2005年11月纺织服装制造收入前十家企业主要经济指标	27
图表：2005年12月纺织服装制造收入前十家企业主要经济指标	27
图表：2006年2月纺织服装制造收入前十家企业主要经济指标	28
图表：2005年1-12月各类服装销售量较去年同期增长率	29
图表：2005年各类服装销售量所占比重	30
图表：2005年1-10月各类服装增幅情况	32
图表：2005年3月全国重点大型百货商场服装销售情况	32
图表：2005年4月全国重点大型百货商场服装销售情况	33
图表：2005年5月全国重点大型百货商场服装销售情况	33
图表：2005年6月全国重点大型百货商场服装销售情况	34
图表：2005年7月全国重点大型百货商场服装销售情况	35
图表：2005年8月全国重点大型百货商场服装销售情况	35
图表：2005年9月全国重点大型百货商场服装销售情况	36
图表：2005年10月全国重点大型百货商场服装销售情况	37
图表：2005年11月全国重点大型百货商场服装销售情况	37
图表：2005年12月全国重点大型百货商场服装销售情况	38
图表：2006年2月全国重点大型百货商场服装销售情况	43
图表：2006年3月全国重点大型百货商场服装销售情况	43
图表：2006年4月全国重点大型百货商场服装销售情况	44
图表：欧美各国人均GDP为1000美元时的消费结构表	46
图表：2005年2-12月西服及西服套装产量全国合计	90
图表：2006年2-5月西服及西服套装产量全国合计	91
图表：2005年2-12月衬衫产量全国合计	92
图表：2006年2-5月衬衫产量全国合计	93
图表：2005年1-12月纺织品服装进口额统计	104

图表：2005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	106
图表：2005年1月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	106
图表：2005年1月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	107
图表：2005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	107
图表：2005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、马裤分类别进口统计	107
图表：2005年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	108
图表：2005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	108
图表：2005年2月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	109
图表：2005年2月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	109
图表：2005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	109
图表：2005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、马裤分类别进口统计	110
图表：2005年2月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	110
图表：2005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	110
图表：2005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	111
图表：2005年3月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	111
图表：2005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	111
图表：2005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	112
图表：2005年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	112
图表：2005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	112
图表：2005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	113
图表：2005年4月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	113
图表：2005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	113
图表：2005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	114
图表：2005年4月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	114

图表：2005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	114
图表：2005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	115
图表：2005年5月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	115
图表：2005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	115
图表：2005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	116
图表：2005年5月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	116
图表：2005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	116
图表：2005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	117
图表：2005年6月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	117
图表：2005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	117
图表：2005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	118
图表：2005年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	118
图表：2005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	119
图表：2005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	119
图表：2005年7月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	119
图表：2005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	120
图表：2005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	120
图表：2005年7月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	121
图表：2005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	121
图表：2005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	121
图表：2005年8月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	122
图表：2005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	122
图表：2005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	122
图表：2005年8月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	123

图表：2005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	123
图表：2005年9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	123
图表：2005年9月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	124
图表：2005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	124
图表：2005年9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	125
图表：2005年9月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	125
图表：2005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	125
图表：2005年10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	126
图表：2005年10月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	126
图表：2005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	126
图表：2005年10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	127
图表：2005年10月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	128
图表：2005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	128
图表：2005年11月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	128
图表：2005年11月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	129
图表：2005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	129
图表：2005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、马裤分类别进口统计	129
图表：2005年11月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	130
图表：2005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	130
图表：2005年12月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计	130
图表：2005年12月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计	131
图表：2005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	131
图表：2005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、马裤分类别进口统计	131
图表：2005年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计	132

图表：2005年1-12月纺织品服装出口额统计	133
图表：2001-2005年各月纺织服装出口对比	135
图表：2005年我纺织服装出口美欧等国创汇占份额情况	139
图表：2004-2005年度中国纺织全行业出口百强企业名单	141
图表：2005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	144
图表：2005年1月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	144
图表：2005年1月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	145
图表：2005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	145
图表：2005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、马裤分类别出口统计	145
图表：2005年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	146
图表：2005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	146
图表：2005年2月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	147
图表：2005年2月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	147
图表：2005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	148
图表：2005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、马裤分类别出口统计	148
图表：2005年2月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	149
图表：2005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	149
图表：2005年3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	149
图表：2005年3月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	150
图表：2005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	150
图表：2005年3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	150
图表：2005年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计	151
图表：2005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	151
图表：2005年4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	152
图表：2005年4月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	152
图表：2005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 152

图表：2005年4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 153

图表：2005年4月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 154

图表：2005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 154

图表：2005年5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 154

图表：2005年5月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 155

图表：2005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 155

图表：2005年5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 155

图表：2005年5月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 156

图表：2005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 156

图表：2005年6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 157

图表：2005年6月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 157

图表：2005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 157

图表：2005年6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 158

图表：2005年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 159

图表：2005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 159

图表：2005年7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 159

图表：2005年7月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 160

图表：2005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 160

图表：2005年7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 160

图表：2005年7月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 161

图表：2005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 161

图表：2005年8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 162

图表：2005年8月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 162

图表：2005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 162

图表：2005年8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 163

图表：2005年8月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 164

图表：2005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 164

图表：2005年9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 164

图表：2005年9月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 165

图表：2005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 165

图表：2005年9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 166

图表：2005年9月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 166

图表：2005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 166

图表：2005年10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 167

图表：2005年10月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 167

图表：2005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 167

图表：2005年10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 168

图表：2005年10月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 169

图表：2005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 169

图表：2005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 169

图表：2005年11月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 170

图表：2005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 170

图表：2005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 171

图表：2005年11月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 171

图表：2005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 171

图表：2005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 172

图表：2005年12月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计 172

图表：2005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 173

图表：2005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、马裤分类别出口统计 173

图表：2005年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 174

图表：2005年1-12月美国服装进口国排名情况 196

图表：2005年1-12月美国进口中国各种主要纺织品服装统计 197

图表：2003年-2005年意大利男装进出口额 202

图表：“十五”时期社会消费品零售总额与增长速度 213

图表：2005年1-12月社会消费品零售总额情况 213

图表：2004-2005年社会消费品零售总额月度情况 214

图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入 215

图表：北京不同来源地品牌男装的整体商场覆盖率表 222

图表：2005年上半年北京亿元商场男西服累计零售额前15位品牌 231

图表：2005年上半年北京亿元商场男衬衫累计零售额前13位品牌 231

图表：2005年7月北京亿元商场男衬衫按商场零售额排序名单 233

图表：2005年7月北京亿元商场男衬衫按商场零售量排序名单 233

图表：2005年7月北京亿元商场男衬衫零售额排名前十位商场平均单价 234

图表：2005年7月北京亿元商场男衬衫按品牌零售量排序名单 234

图表：2005年7月北京亿元商场男衬衫销售额排名前十位品牌平均单价 235

图表：2005年7月北京亿元商场男西服按商场零售额排序名单 235

图表：2005年7月北京亿元商场男西服按商场零售量排序名单 236

图表：2005年7月北京亿元商场男西服销售额排名前十位商场平均单价 237

图表：2005年7月北京亿元商场男西服按品牌零售量排序名单 237

图表：2005年7月北京亿元商场男西服销售额排名前十位品牌平均单价 238

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫按商场零售额排序名单 239

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫按商场零售量排序名单 239

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫销售额排名前十位商场平均单价 240

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫按品牌零售额排序名单 240

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫按品牌零售量排序名单 241

图表：2005年8月北京亿元商场男衬衫销售额排名前十位品牌平均单价 242

图表：2005年9月北京亿元商场男西服按商场零售额排序名单 242

图表：2005年9月北京亿元商场男西服按商场零售量排序名单 243

图表：2005年9月北京亿元商场男西服按品牌零售额排序名单	243
图表：2005年9月北京亿元商场男西服销售额排名前十位商场平均单价	244
图表：2005年9月北京亿元商场男西服销售额排名前十位品牌平均单价	244
图表：2005年9月北京亿元商场男西服按品牌零售量排序名单	245
图表：2005年11月北京亿元商场男西服按商场销售额排序名单	245
图表：2005年11月北京亿元商场男西服按商场销售量排序名单	246
图表：2005年11月北京亿元商场男西服销售额排名前十位商场平均单价	246
图表：2005年11月北京亿元商场男西服按品牌销售额排序名单	247
图表：2005年11月北京亿元商场男西服按品牌销售量排序名单	247
图表：2005年11月北京亿元商场男西服销售额排名前十位品牌平均单价	248
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	249
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	249
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	250
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	251
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	251
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	252
图表：2006年3月北京亿元商场男装品牌销售情况排序	253
图表：2005年2-3月份上海市场服装销售总计金额	254
图表：2005年2-3月份上海市场服装销售各大类对比表	255
图表：2005年2-3月份上海市场服装销售各大类销售额及增长率	255
图表：2005年3月份上海市场服装销售各大类销售额占比	256
图表：2005年3-4月份上海市场服装销售总计金额	256
图表：2005年3-4月份上海市场服装销售各大类对比表	257
图表：2005年3-4月份上海市场服装销售各大类销售额及增长率	257
图表：2005年4月份上海市场服装销售各大类销售额占比	258
图表：2005年4月上海十大商场十类服装品牌销售前十名	258
图表：2005年4-5月份上海市场服装销售总计金额	259
图表：2005年4-5月份上海市场服装销售各大类对比表	260
图表：2005年4-5月份上海市场服装销售各大类销售额及增长率	260
图表：2005年5月份上海市场服装销售各大类销售额占比	261
图表：2005年5-6月份上海市场服装销售总计金额	261
图表：2005年5-6月份上海市场服装销售各大类对比表	262

图表：2005年5-6月份上海市场服装销售各大类销售额及增长率	262
图表：2005年6月份上海市场服装销售各大类销售额占比	263
图表：2005年6月上海各大商场男装品牌销售排名	263
图表：2005年9-10月份上海市场服装销售总计金额	264
图表：2005年10-11月份上海市场服装销售总计金额	265
图表：2005年11月上海十大商场女时装品牌销售情况	265
图表：2006年1-2月份上海市场服装销售总计金额	266
图表：2005年2-3月份上海市场服装销售各大类销售额及增长率	266
图表：2006年2月上海亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	267
图表：2006年3月上海亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	268
图表：消费者对男衬衫属性指标的满意度分析	271
图表：服装代销与买断之比较表	291
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	326
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	327
图表：2005年4月华北地区西裤前十位品牌市场占有率	328
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	328
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	329
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	329
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	330
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	330
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	331
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	331
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	332
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	332
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	333
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	333
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	334
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	334
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	335
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	336
图表：2005年4月东北地区西裤前十位品牌市场综合占有率	337
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	337

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	338
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	338
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	339
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	339
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	340
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	340
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	341
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	341
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	342
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	342
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	343
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	343
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	344
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	345
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	346
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	346
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	347
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	347
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	348
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	348
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	349
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	349
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	350
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	350
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	351
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	351
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	352
图表：2005年12月华北地区男西装前十位品牌市场占有率	352
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	353
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	354
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	355
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	356

图表：2005年4月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	356
图表：2005年4月中南地区男西装前十位品牌市场占有率	357
图表：2005年5月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	357
图表：2005年6月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	358
图表：2005年7月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	358
图表：2005年7月中南地区男西裤前十位品牌市场占有率	359
图表：2005年8月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	359
图表：2005年8月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	360
图表：2005年9月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	360
图表：2005年9月中南地区男西服前十位品牌市场占有率	361
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	361
图表：2005年12月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	362
图表：2005年12月中南地区男西装前十位品牌市场占有率	362
图表：2006年1月中南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	363
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	364
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	365
图表：2005年4月西南地区男西裤前十位品牌市场占有率	366
图表：2005年4月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	366
图表：2005年4月西南地区男西装前十位品牌市场占有率	367
图表：2005年5月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	367
图表：2005年6月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	368
图表：2005年7月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	368
图表：2005年7月西南地区男西裤前十位品牌市场占有率	369
图表：2005年8月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	369
图表：2005年8月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	370
图表：2005年9月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	370
图表：2005年9月西南地区男西服前十位品牌市场占有率	371
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	371
图表：2005年12月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	372
图表：2005年12月西南地区男西装前十位品牌市场占有率	372
图表：2006年1月西南地区男衬衫前十位品牌市场占有率	373
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	374

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	375
图表：2005年4月西北地区男西裤前十位品牌市场占有率	376
图表：2005年4月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	376
图表：2005年4月西北地区男西装前十位品牌市场占有率	377
图表：2005年5月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	377
图表：2005年6月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	378
图表：2005年7月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	378
图表：2005年7月西北地区男西裤前十位品牌市场占有率	379
图表：2005年8月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	379
图表：2005年8月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	380
图表：2005年9月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	380
图表：2005年9月西北地区男西服前十位品牌市场占有率	381
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	381
图表：2005年12月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	382
图表：2005年12月西北地区男西装前十位品牌市场占有率	382
图表：2006年1月西北地区男衬衫前十位品牌市场占有率	383
图表：2005年服装行业“利润总额”百强企业名单	383
图表：2005年服装行业“产品销售收入”百强企业名单	385
图表：连续十年进入服装行业百强企业名单	388
图表：2005-2006年度中国服装行业竞争力前10强企业名单	389
图表：2004-2005年度中国服装品牌风格大奖名单	389
图表：2004-2005年度中国服装品牌品质大奖名单	390
图表：2004-2005年度中国服装品牌策划大奖名单	390
图表：2004-2005年度中国服装品牌创新大奖名单	391
图表：2004-2005年度中国服装品牌潜力大奖名单	392
图表：2004-2005年度中国服装品牌营销大奖名单	392
图表：2004-2005年度中国服装品牌公众大奖名单	393
图表：2004-2005年度中国服装品牌价值大奖名单	393
图表：2005-2006年3月雅戈尔集团股份有限公司利润构成表	410
图表：2005-2006年3月雅戈尔集团股份有限公司经营能力表	411
图表：2005-2006年3月江苏红豆实业股份有限公司利润构成表	421
图表：2005-2006年3月江苏红豆实业股份有限公司经营能力表	422

图表：2005-2006年3月宁波杉杉股份有限公司利润构成表 430

图表：2005-2006年3月宁波杉杉股份有限公司经营能力表 430

图表：2005-2006年3月上海开开实业股份有限公司利润构成表 462

图表：2005-2006年3月上海开开实业股份有限公司经营能力表 462

图表：洛兹集团企业框架 465

图表：洛兹集团战略目标 466

图表：2005-2006年3月福建七匹狼制衣实业有限公司利润构成表 475
图表：2005-2006年3月福建七匹狼制衣实业有限公司经营能力表 475

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47643.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。