



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国女性时装行业市场分 析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国女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/47646.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

近四年来女装行业整体呈持续上升形势，产量每年呈平稳增长的趋势，是中国女装产业发展的又一个新阶段。2005年1-12月份梭织女装累计出口52.06亿件，累计出口额182.95亿美元，同比增长20.84%。根据中华全国商业信息中心统计的“2005年1-12月全国重点大型百货商场服装销售情况”表明，2005年全年女装销售8,283.39万件，同比增长23.1%。这说明2005年全年女装总体销售很好。

中国女装业发展至今，纵向比较已经有了突飞猛进的发展，但与国际先进水平相比，我国女装业设计与品牌的理念，在文化层面上还有一定差距。在服装制造水平上我们在较短的时间内迅速赶上了国际水准，现在我国可以承接国际上任何名牌产品的加工制作，可目前从国内市场上看，高端市场几乎全部被国外品牌所占领，从国际市场上看，能走出“国门”的国内品牌很少。中国服装的产业集聚地主要分布在珠江三角洲、长江三角洲、环渤海地区和东南沿海地区，女装企业也相应地分散在其中。除内衣（主指文胸）产品外，中国女装产品生产的集中度一直较男装产品低。其主要表现为，中国女装品牌的数量有极高的增长率，但女装品牌的区域性较强，在全国范围内市场占有率较高的女装品牌的市场占有率比男装品牌低而且其品牌不稳定。

2006年，我国女装企业的发展将与我国经济的持续增长、社会的发展、人民文化程度和生活水平的逐步提高，和国内外市场的更加开放保持着紧密的联系。我国女装企业在经过这些年的不断发展、改善，已经变成企业众多但规模小，品牌多元化、综合化延伸发展。企业要注重创建自主品牌，加大新产品的研究和开发以增加产品附加值，产品分类针对市场细化、差异化来满足不同年龄层和消费层，产品销售市场铺设面广，针对女性消费者多样化和多层次化的特点，从产品多变性和短期性来改变产品的销售方式。出口企业应努力提高自身综合竞争实力，优化产品结构，提高产品档次及附加值等等。从各个方面来不断的优化企业建设，从而缩小了当今我国女装行业综合水平与国外先进水平的差距。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、上海服装行业协会、中华全国商业信息中心、全球纺织

、中国行业研究网以及国内外相关刊物的基础信息，对我国女性服装业市场的供给与需求状况、行业发展概况、进出口贸易变化、女装业竞争格局等进行了详细的分析。重点突出了女装业的生产与销售状况，外贸进出口形势、市场供求情况，以及面对国际市场竞争变化，中国女装业将采取的应对措施。报告根据女装业细分的主要产品类别进行系统地分析，同时就重点省市和领先企业经济效益、市场策略、竞争优势进行了详细论述，是女装生产、贸易、零售、纺织企业等相关单位准确了解和把握目前女装业现状和发展，规避风险，投资、发展、决策的有力助手。

第一部分 行业概况分析

第一章 女装行业的定义及特征 1

第一节 女装发展简史 1

第二节 女装行业基本定义和分类 4

一、基本定义 4

二、女装的基本分类 4

第三节 女装行业的基本特征 7

第四节 女装行业的投资特性 8

第二章 我国女装行业发展现状 10

第一节 制造工艺的发展 10

一、模块式快速反应缝制加工系统 10

二、数字化大规模定制生产女装模式 12

三、衣料剪裁和检验新工艺 13

第二节 生产原料的发展 14

第三节 女装文化的演变 15

第三章 女装产业结构分析 17

第一节 女装的产业结构特点 17

一、女装企业以私营企业为主 17

二、进行品牌经营的企业较少 18

三、沿海分布较广，内地较少 18

- 四、劳动密集型生产为主，资本型企业缺乏 19
- 五、产业结构内缺乏有生机制的协调作用 19
- 第二节 新一轮的女装产业结构调整正在进行 21
 - 一、品牌众多，市场竞争异常激烈，行业集中度很低 21
 - 二、女装集群化产业结构出现 21

第二部分 行业发展现状

第四章 我国服装行业发展分析 25

第一节 国内服装行业分析 25

- 一、服装总体市场分析 25
- 二、服装市场细分分析 25
- 三、运营分析 28
- 四、消费者购买心理分析 30

第二节 我国服装行业近年发展概况 32

- 一、中国服装产业现状 32
- 二、近年服装业快速发展 33
- 三、赢利能力领先整个纺织业 35

第三节 2005-2006年服装行业经济运行现状分析 35

- 一、2005年服装行业的重要特征 35
- 二、2005服装行业生产情况分析 40
- 三、2005年国内服装类市场销售分析 45
- 四、2005年服装行业企业经营情况分析 58
- 五、2006年全国重点大型百货商场服装销售情况 60

第四节 中国服装行业发展预测 61

- 一、2006年服装市场值得关注的问题 61
- 二、2006年我国服装市场将继续保持较快增长 62
- 三、2006年中国服装消费变化趋势 62
- 四、2006年及“十一五”期间服装业发展主要趋势 63

第五章 2005-2006年我国女装行业经济运行分析 72

第一节 我国女装市场现状及消费趋势研究 72

- 一、中国女装的市场现状和特点 72

二、女装消费主体分析	73
三、女装消费趋势及企业策略	74
四、研究结论	75
第二节 2005年我国女装行业经济运行情况分析	75
一、目前中国女装行业整体的发展特点	75
二、2005年中国女装市场状况分析	76
三、2005年中国女装市场销售特点	77
第三节 2005-2006年内衣市场销售情况分析	87
一、2005年内衣市场销售情况分析	87
二、2006年内衣市场销售情况分析	91
第六章 女装进出口分析	95
第一节 2005年服装进口情况分析	95
第二节 2005年服装出口情况分析	97
一、全年出口创历史新高	99
二、一般贸易比重继续增加	100
三、浙粤江沪鲁超百亿美元	101
四、民营企业成为出口第一主力	102
五、欧美跃居出口目标市场前两位	102
六、纺织制成品出口增长最快	105
第三节 2006年女装进出口情况分析	109
一、2006年我国纺织品服装进出口概况	109
二、2006年出口退税率下调对纺织业的影响分析	110
第四节 加入WTO对中国服装市场竞争格局的影响	111
一、世界经济一体化背景下的内外市场变化	111
二、中国服装市场竞争更加激烈	111
三、市场的重新分配和服装企业的加剧重组	111
四、经营方式的转变和服装人才结构的调整	112
五、加快服装业的调整	113
第五节 新配额时代对纺织业的影响及发展现状	114
一、重设配额未能阻挡2005年我服装对欧盟出口	114
二、配额制度下对我国纺织品对外贸易状况的影响	114

三、纺织配额分配应扶持自主品牌 119

第六节 中国纺织业出口对策分析 120

一、中国纺织业反制反倾销 120

二、中国纺织业走出去的破壁之策 122

第七节 主要女装出口国家分析 129

一、美国 129

二、日本 132

三、欧盟 133

第七章 主要女装市场分析 135

第一节 上海女装市场 135

一、2005年各月份上海十大商场女装销售情况 135

二、2006年各月份上海十大商场十大类服装销售情况 146

第二节 北京女装市场 147

一、2005年北京女装市场呈现的特点 147

二、北京八大消费支出增长衣着增幅越居首位 150

三、2005年北京亿元商场女装品牌销售情况 152

四、2006年北京亿元商场女装品牌销售情况 165

第三节 武汉女装市场 167

一、汉派4家女装企业再入全国“双百强” 167

二、2005-2006年武汉亿元商场女装销售占有率 168

第四节 杭州女装市场 171

一、杭州女装市场割据图 171

二、商场节日促销黄金周出新招 172

三、丝绸大有文章可做 173

四、2005杭州市十大女装品牌 173

第八章 高档女装市场分析 175

第一节 高档女装市场现状 175

一、高级女装时代来临 175

二、外资品牌高端发力 176

三、“盗版”瞄准利润空间 177

四、产业转型定位品牌成衣 177

第二节 高级女装品牌经营策略 178

一、高级女装是一种奢侈消费品 179

二、高级女装品牌管理规则 181

三、高级女装品牌认知 182

四、高级女装品牌创意 183

五、研究结论 184

第三部分 营销策略与品牌发展

第九章 女装营销渠道及营销策略分析 185

第一节 市场营销渠道的多样化特点 185

一、大型百货 185

二、大型超市 185

三、专卖连锁 185

四、服装零售店 186

五、专业市场 186

六、品牌精品店 186

七、直销店 186

八、加盟店 187

九、网络商店 187

十、全国主要女装市场/商场 187

第二节 沿着（SC）供应链延伸 188

一、世界纺织服装行业供应链现状及趋势 188

二、女装在供应链中的定位 189

第三节 女装营销策略分析 193

一、浅谈女装品牌代理的生存发展之道 193

二、关于女装品牌的存货管理 195

三、女装品牌终端经营管理 196

四、中高档中年女装三大市场营销策略分析 198

第十章 女装品牌发展现状及策略分析 201

第一节 女装品牌发展现状分析 201

- 一、女装品牌的消费者分析 201
- 二、女装品牌存在的问题 202
- 三、服装更加细分女装向多品牌发展 202
- 四、中国女装品牌：区域割据南强北弱 203
- 第二节 杭州女装企业发展分析 207
 - 一、杭州女装企业发展状况 207
 - 二、杭州女装企业存在的问题 210
 - 三、2006年杭州女装企业发展趋势对策与建议 214
- 第三节 深圳女装发展分析 218
 - 一、深圳女装发展概况 218
 - 二、深圳女装发展趋势 219
- 第四节 探讨女装名牌企业的发展之路 220
 - 一、明确的市场定位 221
 - 二、科学的技术标准 222
 - 三、艺术的经营策略 223
 - 四、研究结论 224
- 第五节 中小型品牌女装的发展之路 225
 - 一、中小型品牌女装突围名牌战略的几个前提 225
 - 二、中小型品牌女装企业的二次提升 230

第四部分 竞争态势与领先企业

第十一章 女装行业内竞争态势 235

第一节 女装行业的竞争特点 235

- 一、技术与工艺水平的竞争 235
- 二、设计能力的竞争 239
- 三、信息的竞争 241
- 四、综合组织能力的竞争 241

五、市场把握能力的竞争 242

第二节 国内女装的竞争态势 243

- 一、中国女装从“春秋”走向“战国” 243
- 三、市场发展日趋完善，问题相随不可忽视 253
- 四、上下游联系紧密，专业分工更细化 254

- 五、质量不容乐观，打折促销盛行 255
- 六、努力把握时尚潮流，争创中国知名品牌 256

第十二章 国内重点女装生产企业分析 258

第一节 中国女装企业现状分析 258

- 一、区域特征突出 258
- 二、紧盯欧美市场 258
- 三、劳动力比较优势具有持久性 259
- 四、积极寻求个性发展 259
- 五、跨越式实现跨国经营 259

第二节 北京白领时装有限公司 260

- 一、公司简介 260
- 二、品牌简介 261
- 三、经营特点 261

第三节 上海斯尔丽服饰有限公司 263

- 一、公司简介 263
- 二、品牌简介 265
- 三、经营特点 266
- 四、经营状况 267
- 五、最新动态 268

第四节 上海英模特制衣有限公司 268

- 一、公司简介 268
- 二、品牌简介 269
- 三、经营特点 270

第五节 东莞东越服装有限公司 271

- 一、公司简介 271
- 二、发展状况 271
- 三、最新动态 273

第六节 武汉红人服饰有限公司 273

- 一、公司简介 273
- 二、品牌简介 274
- 三、最新动态 276

第七节 波司登股份有限公司 277

一、公司简介 277

二、最新动态 278

第五部分 发展趋势与需求导向

第十三章 新的国际形势下女装业的走向 281

第一节 WTO对行业的影响与挑战 281

一、保留传统优势品种 282

二、大力提高产品附加值 282

三、调整产业结构，整合资源 283

四、加强技术质量监督机制建设 284

第二节 中国女装企业的SWOT分析 284

第三节 中国女装企业要建立“四层屏障” 290

一、屏障之一——快速反应机制的建立和完善 290

二、屏障之二——产业结构的调整 291

三、屏障之三——外国资本及国内资本市场的利用和开发 292

四、屏障之四——与国际名牌的亲密接触 294

第四节 世界女装行业的发展方向 295

一、品牌化与规模化 295

二、科技化与数字化 296

三、渠道多样化 296

四、信息化与展会化 297

第十四章 女装行业发展趋势及市场需求导向分析 298

第一节 女装市场的需求环境分析 298

一、社会经济发展情况 298

二、城市化导致的人口结构变化 300

三、城乡居民家庭可支配收入历年变化 301

第二节 女装市场发展趋势 302

一、服装产品更加细分化 302

二、女装向多品牌战略发展 303

三、服装销售人员更加专业 303

第三节 前景看好的几类市场 303

- 一、城市女性服装市场广阔 303
- 二、农村市场将被大力开发 304
- 三、中老年市场发展空间广阔 304
- 四、休闲服装继续旺销 304
- 五、个性化服务将更多地出现 304

第四节 2006-2007服装流行分析 305

- 一、2006-2007秋冬休闲女装流行趋势 305
- 二、职业女装也温柔 307

附录

附录一 国内“服装企业”的品牌策划方案 309

- 一、如何做品牌 310
- 二、品牌的延伸 314
- 三、批发型企业如何建品牌 317

附录二 2005服装销售方式的变化及趋势 319

- 一、中国服装销售渠道构成 319
- 二、2005年中国服装业市场10强 332
- 三、特许经营冲击传统模式受企业青睐 338
- 四、国外服装销售渠道对中国服装企业的启发 340
- 五、未来销售渠道趋势预测 344

附录三 网络销售 350

- 一、服装网络销售出现的必然性 350
- 二、服装网上销售的运行 355
- 三、服装网上销售的发展前景 359

附录四 2005年我国女装分类别出口数据 362

- 一、2005年针织和钩编的女式服装及衣着附件出口数据 362
- 二、2005年非针织和非钩编的女式服装及衣着附件出口数据 391

图表目录

图表：女装的基本分类 5

图表：各种档次时装的投资重心比较 9

图表：“十五”服装产量及增幅示意图 34

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 35

图表：2005年与2004年服装产量分月增长幅度对比图 36

图表：2005年1-12月服装主要产区产量增长幅度示意图 38

图表：2005年2-12月服装产品产量全国合计 40

图表：2005年2-12月革皮服装产品产量全国合计 41

图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量全国合计 41

图表：2005年2-12月针织服装产品产量全国合计 41

图表：2005年纺织服装制造累计产品销售收入 42

图表：2005年纺织服装制造累计利润总额 43

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 44

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 44

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 44

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 45

图表：2005年1-12月各类服装销售量较去年同期增长率 46

图表：2005年各类服装销售量所占比重 47

图表：2005年1-10月各类服装增幅情况 49

图表：2005年3月全国重点大型百货商场服装销售情况 49

图表：2005年4月全国重点大型百货商场服装销售情况 50

图表：2005年5月全国重点大型百货商场服装销售情况 50

图表：2005年6月全国重点大型百货商场服装销售情况 51

图表：2005年7月全国重点大型百货商场服装销售情况 52

图表：2005年8月全国重点大型百货商场服装销售情况 52

图表：2005年9月全国重点大型百货商场服装销售情况 53

图表：2005年10月全国重点大型百货商场服装销售情况 54

图表：2005年11月全国重点大型百货商场服装销售情况 54

图表：2005年12月全国重点大型百货商场服装销售情况 55

图表：2006年2月全国重点大型百货商场服装销售情况 56

图表：2006年3月全国重点大型百货商场服装销售情况 56

图表：2006年4月全国重点大型百货商场服装销售情况 57

图表：欧美各国人均GDP为1000美元时的消费结构表 63

图表：2005年4月重点大型商场东北地区女装前十位品牌市场占有率 79

图表：2005年4月重点大型商场华北地区女装前十位品牌市场占有率 79

图表：2005年4月重点大型商场华东地区女装前十位品牌市场占有率 80

图表：2005年4月重点大型商场西北地区女装前十位品牌市场占有率 80

图表：2005年4月重点大型商场西南地区女装前十位品牌市场占有率 81

图表：2005年4月重点大型商场中南地区女装前十位品牌市场占有率 81

图表：2005年7月重点大型商场华北地区女装前十位品牌市场占有率 83

图表：2005年7月重点大型商场东北地区女装前十位品牌市场占有率 83

图表：2005年7月重点大型商场华东地区女装前十位品牌市场占有率 84

图表：2005年7月重点大型商场中南地区女装前十位品牌市场占有率 84

图表：2005年7月重点大型商场西北地区女装前十位品牌市场占有率 85

图表：2005年7月重点大型商场西南地区女装前十位品牌市场占有率 85

图表：2005年10月全国女装十大主销商场 87

图表：2005年5月全国各主要商场内衣销售情况 88

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣华北地区前十位品牌市场综合占有率 88

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣东北地区前十位品牌市场综合占有率 89

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣华东地区前十位品牌市场综合占有率 89

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣中南地区前十位品牌市场综合占有率 90

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣西北地区前十位品牌市场综合占有率 90

图表：2005年12月全国大型商场女式内衣西南地区前十位品牌市场综合占有率 91

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华北地区前十位品牌市场综合占有率 91

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据东北地区前十位品牌市场综合占有率 92

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华东地区前十位品牌市场综合占有率 92

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据中南地区前十位品牌市场综合占有率 93

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西北地区前十位品牌市场综合占有率 93

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西南地区前十位品牌市场综合占有率 94

图表：2005年1-10月针织内衣裤增幅情况 94

图表：上海05年11月十大商场针织内衣品牌销售情况 94

图表：2005年1-12月纺织品服装进口额统计 95

图表：2005年1-12月纺织品服装出口额统计 98

图表：2001-2005年各月纺织服装出口对比 100

图表：2005年我纺织服装出口美欧等国创汇占份额情况 104

图表：2004-2005年度中国纺织全行业出口百强企业名单 106

图表：2005年1-12月美国服装进口国排名情况 129

图表：2005年2-3月份上海市场服装销售总计金额 135

图表：2005年2-3月份上海市场服装销售各大类对比表 136

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 136

图表：2005年3月份上海市场服装销售各大类销售额占比 137

图表：2005年3-4月份上海市场服装销售总计金额 137

图表：2005年3-4月份上海市场服装销售各大类对比表 138

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 138

图表：2005年4月份上海市场服装销售各大类销售额占比 139

图表：2005年4-5月份上海市场服装销售总计金额 139

图表：2005年4-5月份上海市场服装销售各大类对比表 140

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 141

图表：2005年5月份上海市场服装销售各大类销售额占比 141

图表：2005年5-6月份上海市场服装销售总计金额 142

图表：2005年5-6月份上海市场服装销售各大类对比表 143

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 143

图表：2005年6月份上海市场服装销售各大类销售额占比 144

图表：2005年9-10月份上海市场服装销售总计金额 144

图表：2005年10-11月份上海市场服装销售总计金额 145

图表：2005年11月上海十大商场女时装品牌销售情况 145

图表：2006年1-2月份上海市场服装销售总计金额 146

图表：2005年8月北京亿元商场女装按商场零售额排序名单 152

图表：2005年8月北京亿元商场女装按商场零售量排序名单 154

图表：2005年8月北京亿元商场女装零售额排名前十位商场的平均单价 155

图表：2005年8月北京亿元商场女装按品牌零售额排序名单 156

图表：2005年8月北京亿元商场女装按品牌零售量排序名单 157

图表：2005年8月北京亿元商场女装销售额排名前十位品牌的平均单价 158

图表：2005年10月北京亿元商场女装按品牌零售额排序名单 159

图表：2005年10月北京亿元商场女装按商场销售额排序名单 160

图表：2005年10月北京亿元商场女装按商场零售量排序名单 161

图表：2005年10月北京亿元商场女装零售额排名前十位商场的平均单价 162

图表：2005年10月北京亿元商场女装按品牌零售额排序名单 163

图表：2005年12月北京亿元商场女装品牌销售情况排序 165

图表：2006年1月北京亿元商场女装按品牌零售额排序表 166

图表：2006年3月北京亿元商场女装品牌销售情况排序 167

图表：2005年7月份武汉市亿元商场服装销售占有率排名 168

图表：2005年8月份武汉市亿元商场服装销售占有率排名 169

图表：2006年1月武汉亿元商场女装销售占有率 169

图表：2006年2月武汉亿元商场女装销售占有率 170

图表：2006年3月武汉亿元商场女装销售占有率 170

图表：服装业供应链模型 191

图表：在女装供应链中存在的问题 192

图表：2005年女装“最受欢迎品牌” 260

图表：女装产品三角形 289

图表：“十五”时期国内生产总值与增长速度 298

图表：2005年人口主要构成情况 300

图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入 301

图表：“十五”时期城乡居民生活改善情况 302

图表：2005年1月-2006年2月全国居民消费价格指数 302

图表：服装代销与买断之比较表 342

图表：2005年1月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 362

图表：2005年1月针织或钩织女西便服套装,上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 362

图表：2005年1月针织或钩编的女衬衫出口统计 363

图表：2005年1月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 364

图表：2005年2月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 364

图表：2005年2月针织或钩织女西便服套装,上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 365

图表：2005年2月针织或钩编的女衬衫出口统计 366

图表：2005年2月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 366

图表：2005年3月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 367

图表：2005年3月针织或钩织女西便服套装,上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 367

图表：2005年3月针织或钩编的女衬衫出口统计 368

图表：2005年3月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 368

图表：2005年4月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 369

图表：2005年4月针织或钩织女西便服套装,上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 369

图表：2005年4月针织或钩编的女衬衫出口统计 370

图表：2005年4月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 371

图表：2005年5月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 372

图表：2005年5月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 372

图表：2005年5月针织或钩编的女衬衫出口统计 373

图表：2005年5月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 373

图表：2005年6月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 374

图表：2005年6月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 374

图表：2005年6月针织或钩编的女衬衫出口统计 375

图表：2005年6月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 375

图表：2005年7月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 376

图表：2005年7月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 377

图表：2005年7月针织或钩编的女衬衫出口统计 378

图表：2005年7月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 378

图表：2005年8月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 379

图表：2005年8月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 379

图表：2005年8月针织或钩编的女衬衫出口统计 380

图表：2005年8月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 380

图表：2005年9月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 381

图表：2005年9月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 381

图表：2005年9月针织或钩编的女衬衫出口统计 382

图表：2005年9月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 383

图表：2005年10月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 383

图表：2005年10月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 384

图表：2005年10月针织或钩编的女衬衫出口统计 385

图表：2005年10月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 385

图表：2005年11月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 386

图表：2005年11月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 386

图表：2005年11月针织或钩编的女衬衫出口统计 388

图表：2005年11月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 388

图表：2005年12月针织或钩编女大衣,带帽防寒短上衣,风衣等出口统计 389

图表：2005年12月针织或钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤、女裤等出口统计 389

图表：2005年12月针织或钩编的女衬衫出口统计 390

图表：2005年12月针织或钩编的女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 390

图表：2005年1月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 391

图表：2005年1月非针织或非钩织女西服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 392

图表：2005年1月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 392

图表：2005年1月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 393

图表：2005年2月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 393

图表：2005年2月非针织或非钩织女西服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 394

图表：2005年2月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 395

图表：2005年2月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 395

图表：2005年3月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 396

图表：2005年3月非针织或非钩织女西服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 396

图表：2005年3月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 397

图表：2005年3月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 397

图表：2005年4月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 398

图表：2005年4月非针织或非钩织女西服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 398

图表：2005年4月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 399

图表：2005年4月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 400

图表：2005年5月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 400

图表：2005年5月非针织或非钩织女西服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 401

图表：2005年5月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 402

图表：2005年5月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 402

图表：2005年6月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 402

图表：2005年6月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计
403

图表：2005年6月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 404

图表：2005年6月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 404

图表：2005年7月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 405

图表：2005年7月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计
405

图表：2005年7月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 406

图表：2005年7月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 406

图表：2005年8月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 407

图表：2005年8月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计
408

图表：2005年8月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 408

图表：2005年8月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 409

图表：2005年9月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 409

图表：2005年9月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计
410

图表：2005年9月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 411

图表：2005年9月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 411

图表：2005年10月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 412

图表：2005年10月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计
412

图表：2005年10月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 413

图表：2005年10月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 413

图表：2005年11月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 414

图表：2005年11月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统

计 414

图表：2005年11月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 415

图表：2005年11月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 415

图表：2005年12月非针织或非钩编女大衣,斗篷、带风帽防寒短上衣,防风衣等出口统计 416

图表：2005年12月非针织或非钩织女西便服套装，上衣、裙、裙裤，长短裤及马裤等出口统计 417

图表：2005年12月非针织或非钩编的女衬衫出口统计 417
图表：2005年12月非针织或非钩编的女背心等内衣，衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计 418

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47646.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专业提供投资咨询报告、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。