



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国服装行业市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006年中国服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/47699.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](mailto: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

服装行业是纺织业中的支柱子行业，在拉动整个纺织业的经济效益方面起到极其重要作用，也是国内消费市场中的热点，更是我国对外出口贸易获得外汇顺差的主要产业之一。回顾2005年，我国实际完成服装总产量465亿件，比上年增长11.2%，其中梭织服装产量170亿件，比上年增长13.3%；针织服装产量295亿件，比上年增长10.1%。企业绩效持续增长，2005年规模以上企业利润总额增幅高达33.09%，是“十五”以来增长最快的一年。但在规模以上企业整体绩效持续增长的同时，中小企业的亏损面却在不断扩大，占中小企业总数的20%。在高利润与亏损面不断扩大之间，市场在预示着什么？作为全球最大的纺织品生产和出口国，我国与发达国家纺织业的相互依存度高，纺织品出口是拉动我国外贸出口的重要力量之一。2005年，我国服装出口贸易摩擦不断，但仍创造历史最高记录。2005年纺织品和服装出口总值是1175.35亿美元，比上年增长20.69%，占全国外贸出口总值的15.42%。2005年，世界各国取消了纺织品和服装进口配额，全球纺织品和服装贸易永远告别配额时代，全面回归自由化，进入“后配额时代”。后配额时代，会对我国的服装行业带来什么新的机遇和挑战？中国服装产业不仅规模世界第一，而且制造水平跃居国际主流市场的首要位置，已成为世界最大的服装生产国、服装消费国，但中国服装品牌却淹没在众多的国际品牌之中。纵观中国服装品牌所走过的20年，难道中国服装品牌生命周期平均只有1.5年？中国服装应该怎么发展自有品牌？展望2006年，国内市场，随着城乡居民收入水平的提高，国内纺织品服装市场需求将继续保持较快增长；国际市场，随着中美、中欧纺织品贸易问题的妥善解决，企业生产经营的可预见性增强，纺织品服装出口仍将保持稳定增长。面对国内外一片大好的形势，掌控未来发展趋势，成为服装企业制胜的关键。2006年服装业将会出现什么新的趋势？“十一五”开局之年市场将会发生什么新的变化呢？本研究咨询报告依据中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全球纺织、国家经贸委、国家统计局、国家海关总署、中国行业研究网等以及国内外相关刊物杂志的基础信息，对我国服装业市场的供给与需求状况、行业发展状况、进出口贸易变化、服装业竞争格局等进行了详细的分析。重点突出了服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，中国服装业将采取的应对措施。报告根据服装业细分的主要产品类别，如男装、女装、童装、西服、内衣等进行系统地分析，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，是服装生产、贸易、零售、纺织企业等相关单位准确了解和把握目前服装业现状和发展，规避风险，投资、发展、决策的有力助手。

第一部分 服装行业发展综述分析 第一章 中国服装行业发展回顾和分类、特点 1 第一节 中国服装业发展回顾 1 一、服装业发展的三个阶段 二、我国是服装消费大国也是出口大国 2 三、服装企业中民营企业是主体 2 四、产业集

群成为服装业跨越性发展的重要特征 3 五、依靠技术进步实现产业升级 3 第二节 中国服装行业分类和几大特征 4 一、中国服装行业的分类情况 4 二、2005年服装行业的重要特征 6 第三节 服装业投资特性分析 11 一、近年服装业快速发展 11 二、赢利能力领先整个纺织业 13 三、提升产品附加值是服装竞争的焦点之一 13 四、进入壁垒/退出机制 16 五、中国服装出口的主要贸易壁垒 18 六、服装业的主要风险 24 七、当前服装业投资的判断和预测 25 八、2005年纺织固定资产投资情况分析 25 第二部分 经济运行与市场需求分析 第二章 2005年度服装业分析 27 第一节 2005年服装行业经济运行现状分析 27 一、2005服装行业产销情况分析 27 二、2005年国内服装类市场销售情况简析 32 第二节 2005年服装行业经济运行情况 35 一、行业效益保持在较高增长水平 35 二、市场供需形势 40 三、产品价格走势 47 四、行业投资高位调整 48 第三节 2005年服装行业经济运行分析 49 第三章 市场需求分析 53 第一节 世界服装市场贸易的特点 53 一、主要出口国与主要进口国之间贸易摩擦增加 53 二、出口国之间的矛盾进一步激化 53 三、后配额时代服装企业如何突破发展 54 四、我纺织品服装走向世界的重大障碍 56 第二节 消费者分析 58 一、消费者群体规模及其收入状况简要分析 58 二、内地中产消费者消费特征分析 58 第三节 影响服装需求的其他因素分析 59 一、社会文化 59 二、流行趋势 62 三、服装的基本功能与特征 62 四、商品名称 64 五、商标 64 六、商品价格 65 七、商品广告 66 八、消费者收入 67 第三部分 细分产品市场及外贸分析 第四章 服装行业主要细分产品市场分析 69 第一节 2006年我国服装市场情况 69 第二节 男装 73 一、中国男装市场概况 73 二、2005男装品牌市场销售情况 74 三、2006年海派男装极待重振 93 四、浙江男装, 雄霸"江湖" 95 五、男装市场趋势 96 第三节 女装 98 一、2005年中国女装市场状况分析 98 二、目前中国女装行业整体的发展特点 100 三、中国女装品牌: 区域割据南强北弱 101 四、女装品牌的消费者分析 108 五、女装品牌存在的问题 109 六、2006年女装市场发展趋势 110 第四节 童装 111 一、2005年中国童装行业运行特点和06年走势 111 二、2005年全国大型零售企业童装市场销售情况 117 三、童装市场营销策略研究 119 四、童装市场将成为中国最有增长性的市场 120 第五节 内衣 120 一、中国内衣行业的发展回顾 120 二、中国内衣状况 122 三、内衣品牌情况 126 四、中国女性内衣品牌消费情况 133 五、内衣销售渠道变革 134 六、全球最大内衣厂将在义乌出现 136 第六节 羽绒服装 137 一、羽绒服装品牌效应闪现 137 二、羽绒服装质量教人难放心 137 三、波斯登羽绒服一周零售额突破3亿元 139 第七节 休闲服装 140 一、休闲服装成为服装市场的新亮点 140 二、休闲服装品牌市场销售情况 140 三、休闲服装市场新特点 142 第八节 职业装 144 一、职业装的作用 144 二、职业装的品种 145 三、职业装的发展历程 146 四、2005中国职业装行业的十大热点新闻 147 五、品牌化是职业装的发展趋势 151 第五章 服装业外贸分析 154 第一节 2006年1-2月服装进出口情况 154 一、2006年1月份纺织品服装进口情况 154 二、2006年1月份纺织品服装出口情况 156 三、2006年各地纺织品服装出口情况 159 第二节 2005年服装出口分析 161 一、全年出

口创历史新高 163 二、一般贸易比重继续增加 166 三、浙粤江沪鲁超百亿美元 167 四、民营企业成为出口第一主力 168 五、欧美跃居出口目标市场前两位 168 六、纺织制成品出口增长最快 171 七、大类服装进口单价上升 172 第三节 2005年服装进口分析 175 第四节 加入WTO对中国服装市场竞争格局的影响 177 一、世界经济一体化背景下的内外市场变化 177 二、中国服装市场竞争更加激烈 177 三、市场的重新分配和服装企业的加剧重组 178 四、经营方式的转变和服装人才结构的调整 178 五、加快服装业的调整 179 六、“设限”对服装出口贸易造成的影响 180 七、后配额时代，对中国纺织业是个机会 183 八、中国纺织大胆“走出去” 186 第四部分 区域市场及竞争格局分析 第六章 服装业重点区域市场与销售渠道分析 187 第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析 187 一、产业集群概述 187 二、中国纺织产业为何集群发展 189 三、中国服装产业集聚模式 191 四、产业集聚和中国服装产业的竞争力 199 五、我国纺织集群试点地区达90家 200 六、2006年产业集群将彰显对纺织业发展的贡献 201 第二节 广东省 203 一、广东省服装业总体发展概况 203 二、广东省主要服装生产地区分析 209 第三节 浙江省 221 一、浙江省服装业总体发展概况 221 二、浙江省主要服装生产地区分析 226 第四节 上海市 228 一、上海服装制造业生产特点和存在的问题 228 二、入世后发展机遇 233 三、上海服装销售情况 234 第五节 江苏省 236 一、集群效应造优势 236 二、名牌战略见起色 240 三、外向发展添活力 240 第六节 山东省 242 一、山东服装业特点 242 二、韩国服装七成山东造 246 第七节 服装销售渠道分析 247 一、中国服装销售渠道构成 247 二、2005年中国服装业市场10强 261 三、特许经营冲击传统模式受企业青睐 267 四、国外服装销售渠道对中国服装企业的启发 269 五、未来销售渠道趋势预测 273 第七章 服装业竞争格局分析 279 第一节 世界服装行业竞争格局分析 279 一、世界服装市场竞争日趋激烈 279 二、全球纺织品贸易进入“秩序重建期” 279 三、发达国家把握着世界高档服装市场的控制权 282 四、中国服装市场内外品牌分析 283 第二节 国内服装市场竞争格局分析 287 一、服装产业综合竞争力因素分析和存在的问题 287 二、中国服装市场总体竞争格局 290 三、主要服装领先品牌及市场占有率 292 第三节 我国服装品牌出击世界的策略 301 一、服装行业的竞争要素分析 301 二、入世后服装市场变化 304 三、服装市场应对策略 305 第四节 服装行业后配额时代的竞争格局预测 310 一、后配额时代我国纺织服装行业竞争分析 310 二、亚洲仍将处于世界纺织服装出口主导地位 314 三、取消配额后我国的服装行业会有较大的变化 315 四、企业的品牌竞争力解困之道 318 第八章 中国服装业国际竞争力分析 320 第一节 2006年中国主要出口市场分析 320 一、我国服装出口市场前十位 320 二、香港 321 三、日本 326 四、美国 327 五、韩国 338 六、欧盟 339 七、俄罗斯 341 八、法国 344 第二节 中国主要贸易竞争对手分析 345 一、印度服装业 345 二、土耳其服装业 348 三、巴西服装业 350 第五部分 领先企业及发展趋势分析 第九章 服装业领先企业分析 353 第一节 服装业百强和名牌产品企业名单 353 一、服装业利润总额百强企业名单 353 二、服装业产品销售收入百强企业名单 355 三

、中国名牌产品生产企业名单 359 第二节 雅戈尔集团股份有限公司 364 一、企业基本情况 364 二、企业经营分析 365 三、市场策略和竞争优势分析 367 四、企业未来发展目标 368 第三节 上海茉织华股份有限公司 371 一、企业基本情况 371 二、企业经营分析 372 第四节 宁波杉杉股份有限公司 373 一、企业基本情况 373 二、企业经营情况分析 374 三、市场策略及其竞争优势分析 375 第五节 江苏红豆实业股份有限公司 378 一、企业基本情况 378 二、企业经营情况分析 381 三、企业未来发展目标 384 第六节 上海开开实业股份有限公司 384 一、企业基本情况 384 二、企业经营情况分析 386 三、市场策略及其竞争优势分析 386 第七节 福建七匹狼制衣实业有限公司 387 一、企业发展概况 387 二、企业经营情况分析 388 三、企业发展战略 389 第十章 服装行业趋势分析 391 第一节 中国服装市场发展趋势 391 一、服装市场更加细分化 391 二、农村市场将被大力开发 391 三、老年市场发展空间广阔 391 四、休闲类服装继续看好 392 五、服装商品进一步向个性化发展 392 第二节 各类服装时尚趋势预测 392 一、女装 392 二、男装 395 三、西服 398 四、童装 399 第三节 服装的流行趋势 403 第六部分 规模预测及发展建议 第十一章 服装需求分析 409 第一节 中国服装市场需求规模及预测 409 一、2006年中国服装消费变化趋势 409 二、2006年我国服装市场将继续保持较快增长 409 第二节 服装需求发展趋势 410 一、季节 模糊趋势 410 二、安全环保趋势 411 三、个性化趋势 413 四、简洁化趋势 414 五、形式降级趋势 415 六、国际同化趋势 416 七、舒适化趋势 417 八、轻量化趋势 417 九、功能化趋势 417 第十二章 服装行业SWOT因素分析与产业发展建议 418 第一节 服装行业SWOT因素分析 418 一、中国服装业竞争力的三大优势 418 二、中国纺织服装业国际竞争力的影响因素分析 419 三、服装企业面对的外贸竞争环境和对策 422 第二节 中国保持和提高纺织服装业竞争力的策略建议 425 一、改进行业管理模式 425 二、企业管理科学化 426 三、抓好纺织原料发展，逐步放开原料市场 427 四、努力推进战略重组和产业升级 427 五、实施国家宏观调控和鼓励非国有经济发展 428 第三节 一体化后的珠三角与长三角的服装业前景 428 第四节 整合优势资源使东西部服装业共同发展 431 一、发挥东部市场优势转变西部经销模式 431 二、挖掘东部产业集群资源，组建西部品牌营销网络 432 三、中国服装业可通过产业西进缓解成本压力 433 四、借鉴东部管理经验，西部实施创新战略 437 第五节 西南地区成为服装产业开发的新亮点 438 一、西南服装市场的开发潜力 438 二、加紧建设产业基地 439 三、抢占西南市场的先机 440 四、破解四大“症结” 441 第十三章 中国服装业的品牌战略 443 第一节 中国服装品牌发展现状 443 一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年 443 二、中国服装品牌生命周期 450 三、国际品牌淹没中国品牌 453 四、中国服装品牌发展困难 456 第二节 中国服装品牌发展战略 457 一、服装品牌的精神 457 二、中国服装品牌化提升瓶颈与破解 460 三、中国服装品牌发展应从细微处做起 463 四、应对国际服装品牌的战略 465 第三节 中国服装业营销战略 467 一、理论指导营销服装市场营销概论和综述 467 二、从渠道转制谈服装企业由批发型向品牌型过渡 472 三、服装企业营

销模式转型：如何改造品牌 477 图表目录 图表：2004年全国经济普查纺织业主要数据 2 图表：纺织服装分类(部分)注释表 5 图表：2005年与2004年服装产量分月增长幅度对比图 7 图表：服装主要产区产量增长幅度示意图 9 图表：“十五”服装产量及增幅示意图 12 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 13 图表：2005年2-12月服装产品产量全国合计 27 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量全国合计 27 图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量全国合计 28 图表：2005年2-12月针织服装产品产量全国合计 28 图表：2005年纺织服装制造累计产品销售收入 29 图表：2005年纺织服装制造累计利润总额 30 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 30 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 31 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 31 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 32 图表：2005年1-10月各类服装增幅情况 33 图表：2005年1-11月纺织行业总体生产情况 35 图表：2005年1-11月服装行业总体生产情况 36 图表：2005年1-11月纺织业行业总体销售情况 36 图表：2005年1-11月服装业行业总体销售情况 37 图表：2005年1-11月纺织业行业利润总额情况 37 图表：2003-2005年我国棉、化纤纺织及印染精加工业亏损情况比较 38 图表：2003-2005年我国棉、化纤纺织及印染精加工业盈利情况比较 38 图表：2003-2005年我国纺织制成品业企业亏损情况 39 图表：2003-2005年我国纺织制成品业盈利情况比较 39 图表：2003-2005年我国纺织服装制造业亏损情况比较 40 图表：2003-2005年我国纺织服装制造业盈利情况比较 40 图表：2005年11月主要纺织产品产量增长情况 41 图表：2005年1-11月主要服装产品产量 41 图表：2004-2005年纺织行业工业销售情况 42 图表：2004-2005年纺织行业产成品情况 42 图表：2004-2005年服装行业工业销售情况 43 图表：2004-2005年服装行业产成品情况 43 图表：2005年1-11月主要纺织品出口情况 45 图表：2005年1-11月主要纺织品进口情况 47 图表：2005年1-11月纺织工业产品出厂价格指数 48 图表：2005年1-11月纺织业累计固定资产投资 48 图表：2004-2005年服装业累计固定资产投资 49 图表：2005年7月全国重点大型百货商场服装销售情况 69 图表：2005年8月全国重点大型百货商场服装销售情况 69 图表：2005年9月全国重点大型百货商场服装销售情况 70 图表：2005年10月全国重点大型百货商场服装销售情况 71 图表：2005年11月全国重点大型百货商场服装销售情况 71 图表：2005年12月全国重点大型百货商场服装销售情况 72 图表：中南地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 74 图表：西北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 75 图表：西南地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 76 图表：华北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 77 图表：东北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 78 图表：华东地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜男西装品牌 79 图表：中南地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌 80 图表：西北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌 81 图表：西南地区2005年度市场占

有率前十位排行榜上榜西裤品牌 82 图表：华东地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌 83 图表：东北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌 84 图表：华北地区2005年度市场占有率前十位排行榜上榜西裤品牌 85 图表：2005年12月中南地区男西装前十位品牌市场占有率 86 图表：2005年12月西北地区男西装前十位品牌市场占有率 87 图表：2005年12月西南地区男西装前十位品牌市场占有率 88 图表：2005年12月华北地区男西装前十位品牌市场占有率 89 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 90 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 90 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 91 图表：2005年10月全国大型商场男西服中南地区前十位品牌市场综合占有率情况 91 图表：2005年10月全国大型商场男西服西北地区前十位品牌市场综合占有率情况 92 图表：2005年10月全国大型商场男西服西南地区前十位品牌市场综合占有率情况 92 图表：浙江知名男装企业的主导产品及其产品线延伸表 95 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 105 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 106 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 106 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 107 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 107 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 108 图表：2005年11月华北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 112 图表：2005年11月东北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 113 图表：2005年11月华东地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 113 图表：2005年11月中南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 114 图表：2005年11月西北地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 114 图表：2005年11月西南地区童装市场销售前十位品牌市场综合占有率 115 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量全国合计 117 图表：2005年5月全国重点大型零售企业童装品牌销售月度监测资料 118 图表：2005年5月全国各主要商场内衣销售情况 133 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量全国合计 139 图表：2005年9月夹克衫按商场零售量排序前十位主销商场 141 图表：2005年10月西裤十大主销商场 150 图表：2005年2-12月衬衫产品产量全国合计 151 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量全国合计 151 图表：2006年1-01月纺织品服装进口额统计 154 图表：2006年1-01月纺织品服装出口额统计 157 图表：2005年1-12月纺织品服装出口额统计 162 图表：2001-2005年各月纺织服装出口对比 164 图表：2005年1-7月我国纺织服装进出口增长情况 164 图表：2005年1-7月我国服装行业出口总额 165 图表：2005年1-7月我国服装行业增长情况 165 图表：1997-2004我国服装出口不同贸易方式比重情况 166 图表：2005年我纺织服装出口美欧等国创汇占份额情况 170 图表：2004-2005年度中国纺织全行业出口百强企业名单 172 图表：2005年1-12月纺织品服装进口额统计 175 图表：



贝克曼产业地点类型表 188 图表：内部和外部规模经济的连续统一体表 188 图表：浙江主要服装产业集聚区表 192 图表：其他省市主要服装产业集聚表 193 图表：上海都市型服装产业表 195 图表：政府与区域产业集聚表 197 图表：产业集聚综合竞争力和传统竞争力之比较表 200 图表：2006年广东服装及衣着附件出口情况 205 图表：2005年2-12月服装产品产量广东省合计 206 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量广东省合计 207 图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量广东省合计 207 图表：2005年2-12月针织服装产品产量广东省合计 207 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量广东省合计 208 图表：2005年2-12月衬衫产品产量广东省合计 208 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量广东省合计 209 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量广东省合计 209 图表：2005年2-12月服装产品产量浙江省合计 223 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量浙江省合计 223 图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量浙江省合计 224 图表：2005年2-12月针织服装产品产量浙江省合计 224 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量浙江省合计 224 图表：2005年2-12月衬衫产品产量浙江省合计 225 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量浙江省合计 225 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量浙江省合计 226 图表：2005年2-12月服装产品产量上海市合计 230 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量上海市合计 231 图表：2005年2-12月针织服装产品产量上海市合计 231 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量上海市合计 231 图表：2005年2-12月衬衫产品产量上海市合计 232 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量上海市合计 232 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量上海市合计 233 图表：上海05年12月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序 234 图表：上海05年11月十大商场十大类服装销售情况 235 图表：上海05年11月十大商场品牌销售情况 235 图表：2005年2-12月服装产品产量江苏省合计 237 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量江苏省合计 237 图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量江苏省合计 237 图表：2005年2-12月针织服装产品产量江苏省合计 238 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量江苏省合计 238 图表：2005年2-12月衬衫产品产量江苏省合计 239 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量江苏省合计 239 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量江苏省合计 239 图表：2005年2-12月服装产品产量山东省合计 243 图表：2005年2-12月革皮服装产品产量山东省合计 243 图表：2005年2-12月毛皮服装产品产量山东省合计 244 图表：2005年2-12月针织服装产品产量山东省合计 244 图表：2005年2-12月儿童服装产品产量山东省合计 245 图表：2005年2-12月衬衫产品产量山东省合计 245 图表：2005年2-12月西服及西服套装产品产量山东省合计 245 图表：2005年2-12月羽绒服装产品产量山东省合计 246 图表：服装代销与买断之比较表 270 图表：2005年1-7月我国四大贸易伙伴进出口同比增长情况 320 图表：2005年1-12月美国进口中国各种主要纺织品服装统计 327 图表：2005年1-12月美国化纤制服装进口国排名情况 328 图表：2005年1-12月美国棉纺织品进口国排名情况 329 图表：2005年1-12月美国化纤纺织品进口国排名情况 330 图表：2005年1-12

月美国毛纺织品进口国排名情况 331 图表：2005年1-12月美国毛制服装进口国排名情况 332 图表：2005年1-12月美国纺织品服装进口国排名情况 333 图表：2005年1-12月美国服装进口国排名情况 334 图表：2004年服装行业"利润总额"百强企业名单 353 图表：2004年服装行业"产品销售收入"百强企业名单 355 图表：连续十年进入服装行业百强企业名单 358 图表：2004-2005年度中国服装品牌风格大奖名单 359 图表：2004-2005年度中国服装品牌品质大奖名单 359 图表：2004-2005年度中国服装品牌策划大奖名单 360 图表：2004-2005年度中国服装品牌创新大奖名单 361 图表：2004-2005年度中国服装品牌潜力大奖名单 361 图表：2004-2005年度中国服装品牌营销大奖名单 362 图表：2004-2005年度中国服装品牌公众大奖名单 362 图表：2004-2005年度中国服装品牌价值大奖名单 363 图表：2005年度雅戈尔集团股份有限公司利润构成表 366 图表：2005年度雅戈尔集团股份有限公司经营能力表 367 图表：2005年度上海莱织华股份有限公司利润构成表 372 图表：2005年度上海莱织华股份有限公司经营能力表 372 图表：2005年度宁波杉杉股份有限公司利润构成表 374 图表：2005年度宁波杉杉股份有限公司经营能力表 374 图表：2005年度江苏红豆实业股份有限公司利润构成表 383 图表：2005年度江苏红豆实业股份有限公司经营能力表 384 图表：2005年度上海开开实业股份有限公司利润构成表 386 图表：2005年度上海开开实业股份有限公司经营能力表 386 图表：2005年度福建七匹狼制衣实业有限公司利润构成表 389 图表：2005年度福建七匹狼制衣实业有限公司经营能力表 389 图表：欧美各国人均GDP为1000美元时的消费结构表 409 图表：中国服装制造业劳动力成本 419 图表：单位劳动力增加值产出水平比较 420 略.....（如需详细目录，请来电索取）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47699.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。