



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007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

《2007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/57279.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

2007年中国服装行业市场分析及发展趋势研究报告

目录

第一部分 服装行业综述 1

第一章 中国服装行业发展和分类、特点 1

第一节 中国服装业发展回顾 1

一、服装业的综合发展分析 1

二、我国的服装业生产与消费的发展分析 2

三、服装企业特性分析 5

四、服装业发展缺陷分析 7

五、中国服装业发展趋势 9

第二节 中国服装行业分类和几大特征 11

一、2006年中国服装行业的综合境况 11

二、2006年服装行业的重要特征 13

第三节 服装业投资特性分析 16

一、近年服装业快速发展 16

二、供过于求行业利润微降 18

三、提升产品附加值是服装竞争的焦点之一 19

四、进入壁垒/退出机制 20

五、中国服装出口的主要贸易壁垒 22

六、服装业的主要风险 23

第二部分 经济运行与市场需求分析 26

第二章 2006年度服装业分析 26

第一节 2005/2006年服装行业经济运行现状分析 26

一、2006服装行业格局情况分析 26

二、2006年行业经济效益及产品价格分析 30

三、服装零售市场比列分析 35

第二节 2006年服装行业数据统计与特点分析 38

一、2006年服装出口统计分析 38

二、2006年服装行业格局新调整 50

第三节 2006年服装行业经济运行情况 52

- 一、2006年我国纺织行业经济运行情况 52
- 二、2006年我国服装品牌销售方式的变化及趋势 54
- 第三章 市场需求分析 56
 - 第一节 世界服装市场贸易的特点 56
 - 第二节 解构服装消费心理 58
 - 一、自然情境对消费者的影响 58
 - 二、社会阶层对消费者的影响 60
 - 三、家庭对消费者的影响 62
 - 第三节 2006年我国服装消费调查 64
 - 一、2006年我国服装消费调查总结 64
 - 二、2006年我国服装消费调查结果特点分析与总结 67
 - 三、各类型消费者购买行为特征 69
 - 四、消费者购物十种心理 72
- 第三部分 细分产品市场及外贸分析 76
- 第四章 服装行业主要细分产品市场分析 76
 - 第一节 2006年我国服装市场情况 76
 - 一、2006年服装行业经济效益变化 76
 - 二、全国重点大商场服装市场销售情况 77
 - 第二节 男装 79
 - 一、中国男装市场概况 79
 - 二、2006男装品牌市场销售情况 80
 - 三、2006年男装品牌发展情况 82
 - 四、男装市场趋势 90
 - 第三节 女装 93
 - 一、2006年中国女装市场状况分析 93
 - 二、女装销售特点 95
 - 三、女装市场发展趋势 97
 - 三、2007年秋冬女装流行趋势 103
 - 第四节 童装 105
 - 一、2006年童装市场情况简析 105
 - 二、童装市场存在的问题和建议 108
 - 三、童装企业经济效益发展水平 109

四、童装市场营销策略研究	110
五、童装市场发展趋势	111
第五节 内衣	115
一、中国内衣行业的发展回顾	115
二、中国内衣状况	115
三、中国内衣行业发展趋势	121
第六节 羽绒服装	125
一、我国羽绒服市场现状	125
二、洋品牌竞争国内市场	125
第七节 休闲服装	127
一、休闲服装市场现状及特点分析	127
二、休闲服装市场新特点	128
第八节 职业装	129
一、职业装的作用	129
二、职业装的品种	131
三、职业装市场前景展望	131
四、我国职业装市场未来发展趋势	133
第五章 服装业外贸分析	135
第一节 2006年服装出口分析	135
一、2006年服装进出口情况	135
二、不同的商品结构服装出口数量、金额和价格比较	136
三、服装主要出口国家（地区）	140
第二节 2006年纺织品服装贸易分析	140
一、2006年纺织服装贸易综合情况	140
二、2006年服装出口数据统计	143
第三节 综合分析我国服装贸易所处国际环境	144
一、欧洲绿色壁垒与中国纺织品出口	144
二、中国与法国之间的服装贸易	147
三、中国与美洲国家纺织品服装贸易摩擦趋势	151
四、2007年后国际纺织品服装市场趋势	154
第四部分 区域市场及竞争格局分析	160
第六章 服装业重点区域市场与销售渠道	160

第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析 160

- 一、我国服装产业集群现状 160
- 二、我国纺织集群试点地区达90家 163
- 三、我国服装集群的未来发展 164

第二节 广东省 170

- 一、广东省服装业总体发展概况 170
- 二、广东省服装企业现状 170

第三节 浙江省 173

- 一、浙江省服装产业现状 173
- 二、浙江省服装出口状况 175
- 三、浙江服装企业的品牌战略 176

第四节 上海市 179

- 一、上海市服装市场分析 179
- 二、上海服装企业剖析 180

第五节 江苏省 182

- 一、集群效应造优势 182
- 二、名牌战略见起色 184
- 三、全省蓬勃发展 184

第六节 山东省 186

- 一、山东省的品牌之路 186
- 二、2006年的山东省服装 188
- 二、山东省服装产业困境分析及发展建议 188

第七章 服装业竞争格局分析 192

第一节 世界服装行业竞争格局分析 192

- 一、世界服装产业综合竞争力分析 192
- 二、世界市场贸易形式分析 194
- 三、中国服装市场品牌分析 196

第二节 国内服装市场竞争格局分析 198

- 一、我国服装行业竞争力分析 198
- 二、中国服装市场总体竞争格局 199

第三节 我国服装品牌出击世界的策略 201

- 一、我国服装品牌国际化分析 201

二、入世后中国服装品牌与国际品牌竞争及优劣势分析	203
三、我国服装品牌应对国际品牌之策略	208
第四节 服装行业后配额时代的竞争格局预测	210
一、后配额时代我国服装业存在的缺陷	210
二、2006年亚洲仍将处于世界纺织服装出口主导地位	211
三、2006年取消配额后我国的服装行业会有较大的变化	213
四、企业的品牌竞争力解困之道	215
第八章 中国服装业国际竞争力分析	217
第一节 2006年中国主要出口市场分析	217
一、2006年我国服装出口市场前十位	217
二、香港	218
三、日本	220
四、美国	221
五、韩国	223
六、欧盟	224
七、俄罗斯	225
八、澳大利亚	229
第二节 中国主要贸易竞争对手分析	231
一、印度服装业	231
二、土耳其服装业	232
第五部分 领先企业及趋势分析	235
第九章 服装业领先企业分析	235
第一节 服装业百强和名牌产品企业名单	235
第二节 雅戈尔集团股份有限公司	239
一、企业基本概况	239
二、2006年企业经营情况分析	241
三、市场策略和竞争优势分析	245
第三节 上海茉织华股份有限公司	247
一、企业基本概况	247
二、2006年企业经营情况分析	248
三、茉织华公司的经营战略和未来发展	252
第四节 宁波杉杉股份有限公司	253

- 一、企业基本概况 253
- 二、杉杉主要产品 255
- 三、2006年企业经营情况分析 255
- 四、杉杉体制改革 259
- 五、杉杉多元化经营战略 263
- 六、品牌升级战略管理 264
- 七、绿色营销战略 266
- 八、杉杉组合营销策略 271
- 第五节 江苏红豆实业股份有限公司 272
 - 一、企业基本概况 272
 - 二、2006年企业经营情况分析 273
 - 三、红豆服装产品开发动向 278
 - 四、红豆公司的发展策略 279
 - 五、“三大创新”是红豆发展的不竭源泉 282
- 第六节 上海开开实业股份有限公司 285
 - 一、企业基本概况 285
 - 二、2006年企业经营情况分析 286
 - 三、开开的经营模式 288
- 第七节 福建七匹狼制衣实业有限公司 289
 - 一、企业发展概况 289
 - 二、2006年企业经营情况分析 291
 - 三、企业发展战略 296
- 第十章 服装行业趋势分析 298
 - 第一节 中国服装行业发展趋势 298
 - 一、中国纺织服装业发展趋势 298
 - 二、行业发展趋势预测 299
 - 第二节 中国服装市场发展趋势 300
 - 一、销售人员综合素质提高 300
 - 二、农村市场将被大力开发 300
 - 三、老年市场发展空间广阔 301
 - 四、休闲类服装继续看好 301
 - 五、服装商品进一步向个性化发展 301

第三节 各类服装时尚趋势预测	302
一、女装	302
二、男装	302
三、西服	303
四、衬衫	304
五、童装	305
六、羽绒服	305
七、羊绒衫	306
八、T恤衫	307
第四节 服装的流行趋势	309
一、2006/2007年中国时装流行趋势	309
二、2006/2007秋冬中国女装流行趋势	311
三、2006/2007秋冬中国男装流行趋势	313
第五节 服装需求发展趋势	314
一、季节模糊趋势	314
二、安全环保趋势	315
三、个性化趋势	316
四、品牌化趋势	317
第六节 服装未来渠道发展趋势	317
一、复合营销网络	317
二、实施品牌经营	318
三、与零售业结成联盟	318
第六部分 规模预测与发展建议	320
第十一章 服装需求	320
第一节 2006年市场需求统计	320
一、社会经济发展状况	320
二、2006年国民收入状况	320
三、零售消费统计	322
第二节 中国服装市场需求规模与预测	325
一、我国服装总体需求规模	325
二、2006年我国服装市场分析	326
第十二章 服装业分析与产业发展建议	328

第一节 SWOT分析 328

- 一、中国服装业竞争力的优势 328
- 二、中国纺织服装业竞争力的劣势 328
- 三、服装业面临的机会 329
- 四、中国服装业所面对的威胁 329

第二节 中国服装行业“五种模型”分析 330

- 一、产业内部竞争状态 330
- 二、要素供给条件 331
- 三、市场需求状况 332
- 四、新入者的威胁 332
- 五、相关产业及替代品发展 332

第三节 中国保持和提高纺织服装业竞争力的策略建议 333

- 一、改进行业管理模式 333
- 二、企业管理科学化 333
- 三、抓好纺织原料发展 334
- 四、努力推进战略重组和产业升级 335
- 五、实施国家宏观调控和鼓励非国有经济发展 335

第四节 中国服装出口贸易壁垒及对策 336

- 一、出口贸易壁垒分析 336
- 二、企业扩大出口策略 338
- 三、纺织品保护主义及应对策略 340

第五节 中国服装国际市场开拓战略分析 343

- 一、在欧美等国际市场创建自己的品牌 343
- 二、在全球市场上收购当地的产品品牌 343
- 三、收购拥有全球分销渠道的零售企业 344

第六节 中国服装业的品牌战略 344

- 一、品牌授权演绎市场营销新模式 344
- 二、中国服装品牌营销策略 346
- 三、企业品牌战略 348

第七节 中国服装网络销售策略 349

- 一、服装网络销售出现的必然性 349
- 二、服装网上销售的运行 354

三、服装网上销售的发展前景 359

图表目录

- 1980年-2006年我国与部分国家服装出口增长状况 1
- 中国纺织服装产品出口结构表 2
- 2006年中国人口主要构成情况 3
- 历年居民衣着品消费价格指数一览表(上年为100) 3
- 上海市十家商场2006年服装销售状况 5
- 2006年服装制造销售收入前十家企业 6
- 1997-2006年梭织服装产量增长幅度示意图 14
- 2006年服装制造业主要经济指标完成情况 26
- 2006年服装行业生产运行情况分析 30
- 2006年全国各地服装产量统计表 31
- 社会商品零售总额增长示意图 33
- 2006年纺织服装制造业主要经济指标完成情况对比 34
- 2006年纺织服装制造业主要经济指标完成情况 35
- 2006年全国大型商场服装市场销售情况 37
- 2006年我国服装出口地区情况 38
- 2006年服装产品销量增长变化比较 39
- 1997年-2006年我国服装出口统计比较 40
- 近几年我国出口前五大市场服装平均价格对比 41
- 我国服装出口各大洲总值表 42
- 1997年-2006年我国服装出口贸易经济比较 43
- 服装出口品类表 44
- 近几年前五省市出口服装平均单价对比 46
- 近几年来套头衫出口情况 47
- 1997-2006年服装出口平均单价变化情况 49
- 服装出口贸易方式 50
- 2006年服装主产区产量比重示意图 51
- 2006年消费者购买服装时最重视的五个因素 67
- 2006年各类服装数量增长示意图 76
- 2006年全国大型商场服装市场销售情况 77

我国服装结构示意图 79

服装制造产量 80

品牌认知度与购买行为 82

2006年女装品牌综合占有率排名 95

2006年北京市场女装按品牌零售额排名 97

2002—2006年我国童装市场产量及未来市场预测 105

北京市36家亿元商场童装价格调查 108

2002-2006年童装类企业年人均利润变化情况及行业内比较 109

2002-2006年童装类企业年产值利润率变化情况(%) 110

童装产品消费能力调查 111

2006年各种服饰出口一览 135

我国服装出口各大洲总值 136

2006年服装出口分类别统计 136

2006年我国梭织服装出口前十位地区 137

2006年我国针织服装出口前十位地区 138

2006年各品类梭织服装增幅一览 139

2006年我国服装出口到各国家和地区贸易额居前十位的国家和地区 140

浙江省服装企业品牌多元化情况 178

2006年上海服装市场各月销售情况 180

我国服装出口十大贸易伙伴比重 217

香港服装及衣服配件整体出口情况 218

美国按进口金额排列前五名的国家和地区 221

美国按进口数量排列前五名的国家和地区 221

1996-2006年俄罗斯服装市场概况 227

近几年俄罗斯进出口纺织品服装情况 228

近几年我出口俄罗斯纺织服装情况 228

2006年服装行业“利润总额”百强企业名单 235

2006中国名牌公示服装类企业上榜名单 237

2006年雅戈尔集团股份有限公司主要会计数据和财务指标 242

2006年雅戈尔集团股份有限公司主营业务分行业收入情况 242

2006年雅戈尔集团股份有限公司主要产品业收入情况 243

2006年雅戈尔集团股份有限公司主营业务分地区统计情况 243

2006年雅戈尔集团股份有限公司主要会计数据和财务指标 244

2006年雅戈尔集团股份有限公司主营业务收入 244

2006年雅戈尔集团股份有限公司主营业务分地区情况表 245

2006年上海茉织华股份有限公司主要会计数据和财务指标 248

2006年上海茉织华股份有限公司分行业收入情况表 249

2006年上海茉织华股份有限公司主营业务分行业利润情况表 249

2006年上海茉织华股份有限公司主营业务分行业分地区收入情况表 249

2006年上海茉织华股份有限公司主营业务分行业分地区利润情况表 250

2006年上海茉织华股份有限公司主要会计数据和财务指标 250

2006年上海茉织华股份有限公司主营业务分行业、产品情况表 251

2006年上海茉织华股份有限公司主营业务分地区情况 251

2006年宁波杉杉股份有限公司主要会计数据和财务指标 255

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分行业收入情况表 256

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分行业利润情况表 256

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分产品收入情况表 256

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分产品利润情况表 256

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分地区收入情况表 257

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分地区利润情况表 257

2006年宁波杉杉股份有限公司主要会计数据和财务指标 258

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分行业、产品情况表 258

2006年宁波杉杉股份有限公司主营业务分地区情况 259

江苏红豆实业股份有限公司2006年度主要会计数据 273

江苏红豆实业股份有限公司2006年主要会计数据和财务指标 273

江苏红豆实业股份有限公司2006年主营业务分行业情况表 274

江苏红豆实业股份有限公司2006年主营业务分产品情况表 275

江苏红豆实业股份有限公司2006年主营业务分地区情况 275

江苏红豆实业股份有限公司2006年主要财务数据和指标 276

江苏红豆实业股份有限公司2006年经营情况按产品分类 277

江苏红豆实业股份有限公司2006年经营情况按地区分类 278

江苏红豆实业股份有限公司2006年主营业务收入情况 278

2006年开开实业公司主要财务数据 286

2006年开开实业公司主营业务分行业情况 286

2006年开开实业公司主营业务分地区情况表 287
上海开开实业股份有限公司2006年主要会计数据和财务指标 287
上海开开实业股份有限公司2006年主营业务收入 288
上海开开实业股份有限公司2006年主营业务分地区情况表 288
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主营业务分行业、产品情况 293
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主营业务分地区情况 293
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主要会计数据 294
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主要会计数据和财务指标 294
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主营业务分行业情况 295
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主营业务分产品资料 295
福建七匹狼实业股份有限公司2006年主营业务分地区资料 295
2006年国民收入状况 321
2006年城乡消费品零售额 322
2006年我国居民消费价格水平变化比较 324
2006年居民消费价格指数涨跌分析 325

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57279.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。