



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预测报告

一、调研说明

《2006年中国男性时装行业市场分析及发展趋势预测报告》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/57294.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

2006年中国男性时装行业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

目 录

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 国内服装市场分析及发展趋势研究报告 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、企业基本情况	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、企业基本情况	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、企业基本情况	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、企业基本情况	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、企业基本情况	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、企业基本情况	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、企业基本情况	450
二、市场策略及其竞争优势分析	451
第九节 虎豹集团	456
一、企业基本情况	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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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：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服或便服套装、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服或便服套装、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服或便服套装、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

【英文版价】 12000元 【英文电子】 13000元

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57294.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。