

2009-2012年女装行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年女装行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/5840758407.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

服装行业算得上是个永恒的朝阳产业，衣食住行排在首位。而我国是世界上最大的服装消费国，尤其是女装，因为时尚、潮流性的诱导，让女人更新衣橱的频率也越来越高。每当走进一家家大型百货商场、购物中心、服装商城，眼中闪现最多的是女装的“身影”，她们占据了大多数商场的整整一层，甚至是两层。近十年中国女装的发展是令人惊讶的，产量、内销、出口都保持着较高的增长率，成绩斐然。然而，中国女装正在面临的考验也是十分严峻的：市场占有总量的扩大，源自利润空间的压缩；女装市场的日益繁荣，伴随着一些企业的亏损或濒临亏损，更有甚者亏损已经达到20%以上等等。同时，在中国的时尚界，女装也远远没有达到女装那么强烈的品牌效应，伴随着女装品牌的似乎就是女性那种与生俱来的“娇美却也柔弱”，无论是定位、渠道及售后等基本功多数远没有女装来的扎实。品牌的核心价值就是表达顾客心目中的价值，达成互动认同，是顾客购买的理由。虽然国内主要城市对中、高档品牌女装的需求在不断的增加，并且形成了一定的规模，但是不断增加的中小女装企业，大多对于品牌的重视程度不够，以低质无创造性模仿为主，使得中低档市场供过于求。且女装品牌的竞争多在价格上做文章，使得市场竞争进入“恶性循环”。这种重复定位可以获得短期利益，节省设计成本并可以暂时回避市场风险，但是无法形成与其他品牌区分的品牌风格、品牌个性甚至品牌文化。

随着国际服装休闲潮流的经久不衰，休闲类女装将继续热销，休闲风格的设计理念将逐渐渗透到服装市场的各个领域，使传统的女装体现出更浓厚的现代社会休闲色彩。现代社会办公室女性在紧张工作之余渴望回归大自然轻松自由的心境，也为休闲女装的旺销奠定了基础。服装已经成为表达自我个性及自我追求的外在显示，选择自己喜欢的个性化服装是一种主流时尚。色彩搭配和款式设计已成为影响女装销售的关键因素。另外，个性化服务将逐渐深入，除量体裁衣、量身定做以外，还将出现专门设计等深层次的个性化服务，满足不同层次的女性消费者需要。日渐繁忙的工作，促使人们追求更加舒适、休闲、有品位的生活方式。在这种生活方式继续改变的影响下，女性们对于服装的需求也会有相应的变化。穿着趋向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化。从市场消费的情况来看，以天然原料(如羊绒、纯棉、真丝、麻)为原料的服装将继续为女性所青睐。女装的款式也从过去的朴素、大方、实惠转向追求自然、舒适、浪漫、个性等。女性更加追求借以服装显示自己的文化层次和品味。随着新兴产业的发展、受教育程度的提高、多元文化的发展，年轻一代女性在经济上的实力在不断的增加，人们的消费观念也在不断变化，品牌意识更加强烈。配合多种不同需求的消费群体，女装品牌的细分也会不断的增加。品牌效应将会更加明显。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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、国内外相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国女装行业的行业发展现状、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，对今后我国女装产业的发展做出了精确的预测。同时，本报告也对女装产业的特点，女装产业的投资环境进行了分析。报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较分析，为女装生产企业和经销商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 女装行业发展概述

第一节 女装定义及分类

一、女装的定义

二、女装的种类

三、女装的特性

第二节 女装行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 女装行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球女装市场发展分析

第一节 2008年全球女装市场分析

一、2008年全球女装市场回顾

二、2008年全球女装市场环境

三、2008年全球女装产销分析

四、2008年全球女装流行趋势

第二节 2009年全球女装市场分析

一、2009年全球女装需求分析

二、2009年欧美女装需求分析

三、2009年全球女装产销分析

四、2009年中外女装市场对比

第三节 主要国家地区女装市场分析

一、2008-2009年美国女装市场分析

二、2008-2009年欧洲女装市场分析

三、2008-2009年日本女装市场分析

四、2008-2009年韩国女装市场分析

五、2008-2009年其他国家女装市场

第三章 我国女装行业发展现状

第一节 我国女装行业发展现状

一、我国女装行业发展现状

二、我国女装市场特点分析

三、我国女装设计现状分析

第二节 全国女装市场分析

一、2008年全国女装市场规模分析

二、2009年全国女装市场变化趋势

第三节 女装市场需求分析

一、2008年女装市场销量分析

二、2009年女装市场销量预测

第四节 女装市场价格分析

一、女装市场价格影响因素

二、2008年女装市场价格走势

三、2009年女装市场价格走势

第五节 2008-2009年女装行业发展分析

一、2008-2009年女装业产销存运行分析

二、2008-2009年女装行业利润情况分析

三、2008-2009年女装行业发展周期分析

四、2009-2012年女装行业发展机遇分析

五、2009-2012年女装行业利润增速预测

第六节 对中国女装市场的分析及思考

一、女装市场特点

二、女装市场分析

三、女装市场变化的方向

四、中国女装产业发展的新思路

五、对中国女装产业发展的思考

第四章 女装行业经济运行分析

第一节 2008-2009年女装产量分析

一、2008年女装产量分析

二、2009年1-4月女装产量分析

第二节 2008-2009年女装行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年女装行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-4月女装行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国女装行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第五章 我国女装行业进出口分析

第一节 我国女装进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国女装出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国女装进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年女装进口预测
- 四、2009年女装出口预测

第六章 女装细分市场分析

第一节 孕妇装

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 女性内衣

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 婚纱

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 旗袍

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 女裤

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 高级女装

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第七章 中国女装行业消费市场分析

第一节 中国女装消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 女装消费市场状况分析

一、女装行业消费特点

二、女装消费者分析

三、女装消费结构分析

四、女装消费的市场变化

五、女装市场的消费方向

第三节 女装市场消费需求分析

一、女装市场的消费需求变化

二、女装行业的需求分析

三、2009年女装品牌市场消费需求分析

第八章 女装区域市场发展分析

第一节 北京

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 上海

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 广州

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 深圳

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 成都

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第九章 女装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国女装行业竞争格局综述

一、2008年女装行业集中度

二、2008年女装行业竞争程度

三、2008年女装企业与品牌数量

四、2008年女装行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年女装行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外女装竞争分析

二、2008-2009年我国女装市场竞争分析

三、2008-2009年我国女装市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要女装企业动向

五、2009年国内女装拟在建项目分析

第十章 女装企业竞争策略分析

第一节 女装市场竞争策略分析

一、2009年女装市场增长潜力分析

二、2009年女装主要潜力品种分析

三、现有女装产品竞争策略分析

四、潜力女装品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 女装企业竞争策略分析

一、金融危机对女装行业竞争格局的影响

二、金融危机后女装行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国女装市场竞争趋势

四、2009-2012年女装行业竞争格局展望

五、2009-2012年女装行业竞争策略分析

六、2009-2012年女装企业竞争策略分析

第十一章 女装行业模式及策略分析

第一节 女装营销策略分析

一、女装营销渠道分析

二、女装品牌渠道建设策略分析

三、女装存货的管理消化方案

四、哥弟女装市场细分化策略

第二节 女装品牌企业发展策略分析

一、女装品牌发展策略

二、中国女装行业品牌走势分析

三、女装品牌代理策略

四、女装品牌终端经营策略

第三节 中高档女装企业市场策略分析

一、中高档中年女装策略

二、高级女装经营战略

三、高级女装品牌经营法则

第十二章 国外女装品牌竞争分析

第一节 范思哲 (VERSACE)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 古琦(GUCCI)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 VEROMODA

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 埃斯普瑞 (ESPRIT)

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 ONLY

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十三章 女装重点企业竞争分析

第一节 北京白领时装有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 上海英模特制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 东莞东越服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 武汉红人服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 阿依莲有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 邦宸国际有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 雅戈尔有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十四章 女装行业发展趋势分析

第一节 我国女装行业前景与机遇分析

一、我国女装行业发展前景

二、我国女装发展机遇分析

三、2009年女装的发展机遇分析

四、金融危机对女装行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国女装市场趋势分析

一、2008-2009年女装市场趋势总结

二、2009-2012年女装发展趋势分析

三、2009-2012年女装市场发展空间

四、2009-2012年女装产业政策趋向

五、2009-2012年女装技术革新趋势

六、2009-2012年女装价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十五章 未来女装行业发展预测

第一节 未来女装需求与消费预测

一、2009-2012年女装产品消费预测

二、2009-2012年女装市场规模预测

三、2009-2012年女装行业总产值预测

四、2009-2012年女装行业销售收入预测

五、2009-2012年女装行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国女装行业供需预测

一、2008-2012年中国女装供给预测

二、2009-2012年中国女装产量预测

三、2009-2012年中国女装需求预测

四、2009-2012年中国女装供需平衡预测

五、2009-2012年中国女装产品价格预测

六、2009-2012年主要女装产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 女装行业投资现状分析

第一节 2008年女装行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月女装行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十七章 女装行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年女装行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内女装技术现状
- 二、2009年女装技术发展分析
- 三、2009-2012年女装技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 纺织行业振兴规划

- 一、纺织行业振兴规划概述
- 二、纺织行业振兴规划细则
- 三、纺织行业振兴规划主要任务
- 四、纺织行业振兴规划主要工程
- 五、纺织行业振兴规划主要措施
- 六、纺织行业振兴规划的意义与作用
- 七、纺织行业振兴规划对女装行业的影响

第十八章 女装行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 女装行业投资效益分析

- 一、2008-2009年女装行业投资状况分析
- 二、2009-2012年女装行业投资效益分析
- 三、2009-2012年女装行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年女装行业的投资方向
- 五、2009-2012年女装行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响女装行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响女装行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响女装行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响女装行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国女装行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国女装行业发展面临的机遇分析

第五节 女装行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年女装行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年女装行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年女装行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年女装行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年女装行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年女装行业其他风险及控制策略

第十九章 女装行业投资战略研究

第一节 女装行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国女装品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、女装实施品牌战略的意义
- 三、女装企业品牌的现状分析
- 四、我国女装企业的品牌战略
- 五、女装品牌战略管理的策略

第三节 女装企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 女装行业投资战略研究

- 一、2009年服装行业投资战略
- 二、2009年女装行业投资战略

三、2009-2012年女装行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：女装产业链分析

图表：国际女装市场规模

图表：国际女装生命周期

图表：2003-2008年中国女装行业市场规模

图表：2002-2008年全球女装产业市场规模

图表：2006-2008年女装重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国女装行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国女装行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国女装行业资产情况分析

图表：2007-2008年女装产品进口数量比较

图表：2007-2008年女装进口金额趋势比较

图表：2007-2008年女装进口数量趋势比较

图表：2007-2008年女装出口金额趋势比较

图表：2007-2008年女装出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口女装数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口女装金额省市地区

图表：2007-2008年中国女装发展能力分析

图表：2007-2008年中国女装竞争力分析

图表：2009-2012年中国女装产能预测

图表：2009-2012年中国女装消费量预测

图表：2009-2012年中国女装市场前景预测

图表：2009-2012年中国女装市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国女装发展前景预测

图表：2008年1-12月女装产量全国合计

图表：2008年1-12月女装产量北京市合计

图表：2008年1-12月女装产量天津市合计

图表：2008年1-12月女装产量河北省合计

图表：2008年1-12月女装产量山西省合计

图表：2008年1-12月女装产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月女装产量吉林省合计

图表：2008年1-12月女装产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月女装产量上海市合计

图表：2008年1-12月女装产量江苏省合计

图表：2008年1-12月女装产量浙江省合计

图表：2008年1-12月女装产量安徽省合计

图表：2008年1-12月女装产量福建省合计

图表：2008年1-12月女装产量江西省合计

图表：2008年1-12月女装产量山东省合计

图表：2008年1-12月女装产量河南省合计

图表：2008年1-12月女装产量湖北省合计

图表：2008年1-12月女装产量湖南省合计

图表：2008年1-12月女装产量广东省合计

图表：2008年1-12月女装产量广西区合计

图表：2008年1-12月女装产量海南省合计

图表：2008年1-12月女装产量重庆市合计

图表：2008年1-12月女装产量四川省合计

图表：2008年1-12月女装产量贵州省合计

图表：2008年1-12月女装产量云南省合计

图表：2008年1-12月女装产量陕西省合计

图表：2008年1-12月女装产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月女装产量新疆区合计

图表：2008年1-12月女装产量内蒙古合计

图表：2009年1-4月女装产量全国合计

图表：2009年1-4月女装产量北京市合计

图表：2009年1-4月女装产量天津市合计

图表：2009年1-4月女装产量河北省合计

图表：2009年1-4月女装产量山西省合计

图表：2009年1-4月女装产量辽宁省合计

图表：2009年1-4月女装产量吉林省合计

图表：2009年1-4月女装产量黑龙江合计

图表：2009年1-4月女装产量上海市合计

图表：2009年1-4月女装产量江苏省合计

图表：2009年1-4月女装产量浙江省合计

图表：2009年1-4月女装产量安徽省合计

图表：2009年1-4月女装产量福建省合计

图表：2009年1-4月女装产量江西省合计

图表：2009年1-4月女装产量山东省合计

图表：2009年1-4月女装产量河南省合计

图表：2009年1-4月女装产量湖北省合计

图表：2009年1-4月女装产量湖南省合计

图表：2009年1-4月女装产量广东省合计

图表：2009年1-4月女装产量广西区合计

图表：2009年1-4月女装产量海南省合计

图表：2009年1-4月女装产量重庆市合计

图表：2009年1-4月女装产量四川省合计

图表：2009年1-4月女装产量贵州省合计

图表：2009年1-4月女装产量云南省合计

图表：2009年1-4月女装产量陕西省合计

图表：2009年1-4月女装产量甘肃省合计

图表：2009年1-4月女装产量新疆区合计

图表：2009年1-4月女装产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月服装行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月服装行业收入前十家企业

图表：2008年5月服装行业收入前十家企业

图表：2008年8月服装行业收入前十家企业

图表：2008年11月服装行业收入前十家企业

图表：2009年1-4月服装行业经济指标全国合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-4月服装行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月女装进口数据

图表：2008年1季度女装进口数据

图表：2008年1月女装进口数据

图表：2008年2月女装进口数据

图表：2008年3月女装进口数据

图表：2008年2季度女装进口数据

图表：2008年4月女装进口数据

图表：2008年5月女装进口数据

图表：2008年6月女装进口数据

图表：2008年3季度女装进口数据

图表：2008年7月女装进口数据

图表：2008年8月女装进口数据

图表：2008年9月女装进口数据

图表：2008年4季度女装进口数据

图表：2008年10月女装进口数据

图表：2008年11月女装进口数据

图表：2008年12月女装进口数据

图表：2008年1-12月女装出口数据

图表：2008年1季度女装出口数据

图表：2008年1月女装出口数据

图表：2008年2月女装出口数据

图表：2008年3月女装出口数据

图表：2008年2季度女装出口数据

图表：2008年4月女装出口数据

图表：2008年5月女装出口数据

图表：2008年6月女装出口数据

图表：2008年3季度女装出口数据

图表：2008年7月女装出口数据

图表：2008年8月女装出口数据

图表：2008年9月女装出口数据

图表：2008年4季度女装出口数据

图表：2008年10月女装出口数据

图表：2008年11月女装出口数据

图表：2008年12月女装出口数据

图表：2009年1-4月女装进口数据

图表：2009年1季度女装进口数据

图表：2009年1月女装进口数据

图表：2009年2月女装进口数据

图表：2009年3月女装进口数据

图表：2009年2季度女装进口数据

图表：2009年4月女装进口数据

图表：2009年1-4月女装出口数据

图表：2009年1季度女装出口数据

图表：2009年1月女装出口数据

图表：2009年2月女装出口数据

图表：2009年3月女装出口数据

图表：2009年2季度女装出口数据

图表：2009年4月女装出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/5840758407.html>