2009-2010年中国服装行业市场分析与投资预测报告

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《2009-2010年中国服装行业市场分析与投资预测报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3639236392.html

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

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

摘要

纺织服装工业是我国国民经济传统支柱产业和重要的民生产业，也是国际竞争优势明显的产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等方面发挥着重要作用。加快振兴纺织服装工业，必须以自主创新、技术改造、淘汰落后、优化布局为重点，推进结构调整和产业升级，巩固和加强对就业和惠农的支撑地位，推进我国纺织工业由大到强的转变。2009年，国务院常务会议审议并原则通过纺织工业和装备制造业调整振兴规划。财政部、国家税务总局发布《关于提高纺织品、服装出口退税率的通知》，明确从2009年2月1日起将纺织品、服装出口退税率由14%提高到15%。

由于国际金融危机向实体经济和全球的漫延还在继续，2009年我国服装行业面临的外需环境会更加严峻，但随着国家扩大内需和支持出口等一系列政策效应的显现，预计2009年我国规模以上服装企业仍将保持一定增长，但行业总体仍较困难。在全球金融海啸、消费需求下降的背景下，中国的纺织服装市场是稳定的，消费是逐步上升的。这说明，纺织服装业是永恒产业、朝阳产业，满足国内市场不断增长的消费需求是纺织服装产业发展的主要拉动力。

从服装市场目前的总体供求情况看，已经是处于一种饱和甚至供大于求的状态，随着金融危机的影响不断加深，外贸出口型服装企业以及服装加工企业都会在内销品牌的方向上寻找出路，同时，国外的服装企业由于受到金融危机的影响，势必会出现向中国市场进军的势头，这将会使服装行业竞争程度更加激烈。因此，2009年开始内销品牌的数量将会有爆发式的增长，尤其到2009年下半年内销品牌的数量将会达到一个高峰。服装行业在2009年将会出现比较大的动荡。

对于服装行业而言，“十一五”发展的重点任务是：加大、加快服装自主品牌建设，吸纳国际化设计人才，提高产品设计能力；加强产品设计和市场推广；积极寻找国际市场突破口，利用国际化营销手段，提高自有品牌出口比重，力争到2010年形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌；积极推广使用先进服装设备，到“十一五”末行业国际先进水平设备比重要达到50%，劳动生产率提高到70000元/人年。可以预见，“十一五”期间，中国服装行业必将迎来一个充满生机的全新发展时期。面对快速增长的服装市场，我国服装企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略呢？另外，中国服装行业从业者，包括来华投资经营的外商也必须时刻了解、研究自身所处的市场环境，才能审时度势，掌握趋势，在不断遇到新情况、不断解决新问题中，得以发展、壮大。2009年，在金融风暴的经济背景下，服装行业的发展形势将会怎样呢？

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国服装协会等单位提供的大量资料，对我国服装市场的发展现状、细分市场、区域市场、进出口、竞争格局、重点企业、发展趋势及战略等进行了深入。在对我国服装整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定

量方法对我国服装行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目 录

第一章 金融风暴对行业的影响及应对策略
第一节 金融风暴对服装行业的影响
一、经济危机下中国服装行业的增长情况
二、金融风暴下服装品牌的发展策略
三、危机之下服装业分化加剧
四、金融危机对服装市场销售影响较大
第二节 金融风暴对服装行业区域市场的影响
一、金融风暴对新疆服装行业的影响
二、金融风暴对成都服装行业的影响
三、金融风暴对广州服装行业的影响
四、金融风暴对东莞服装行业的影响
五、金融风暴对青岛服装行业的影响
六、金融风暴对温州服装行业的影响
第三节 金融危机形势下的纺织服装企业竞争策略
一、金融危机形势下行业的发展困局
二、借鉴韩国的成功经验
三、金融危机形势下行业的扩张
四、金融危机形势下行业的发展格局
五、掌握主动外贸企业转内销
第二章 2008-2009年我国服装业发展概括
第一节 2008-2009年我国服装业运行
一、2008年我国服装行业运行情况
二、2008年全国鞋帽纺织服装产业及鞋帽服装企业产值情况
三、2008年全国主要服装材料产量情况
四、2008年纺织服装行业利好政策
五、2008年中国服装零售市场
六、2009年我国大型零售企业服装零售量
七、2009年我国纺织服装行业技术性贸易壁垒
八、2009年网购服装渐成气候
九、2009年纺织服装业并无实质好转
第二节 中国纺织服装产业转移
一、应从更高层面，审视纺织服装业内的产业转移
二、承接东南沿海地区纺织服装产业的转移应具备战略视角

三、产业转移，机遇与挑战并存
第三节 我国纺织服装业升级问题
一、从全球价值链角度看纺织服装业驱动力和产业升级
二、我国纺织服装业在全球价值链中的地位和挑战
三、我国纺织服装业发展升级的建议
第四节 服装行业发展存在的问题
一、产品质量问题
二、生产过剩问题
三、品牌意识较淡薄
四、没有强有力的产业集群
五、国际化道路尚处于初级阶段
第五节 服装行业的成长模式
一、从“娃娃”开始做品牌
二、走国际化的道路
三、在细分市场里突破
四、让“不相干”的虚拟起来
五、做大设计师品牌
第六节 服装市场走势预测与利润
一、日益注重品牌服装的连锁经营
二、销售价格与行业利润继续走低
第三章 2008-2009年中国纺织服装制造经营数据
第一节 2008-2009年中国纺织服装制造产销情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造产成品
二、2008-2009年中国纺织服装制造工业总产值（当年价格）
三、2008-2009中国纺织服装制造产品销售收入
第二节 2008-2009年中国纺织服装制造成本费用情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造产品销售成本
二、2008-2009年中国纺织服装制造产品销售费用
三、2008-2009年中国纺织服装制造管理费用
四、2008-2009年中国纺织服装制造财务费用
第三节 2008-2009年中国纺织服装制造资产负债情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造资产总计
二、2008-2009中国纺织服装业负债合计
三、2008-2009年中国纺织服装制造资产负债率
四、2008-2009年中国纺织服装制造资本保值增值率

第四节 2008-2009年中国纺织服装制造规模情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造企业单位数
二、2008-2009年中国纺织服装制造全部从业人员平均人数
第五节 2008-2009年中国纺织服装制造效益情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造利润总额
二、2008-2009年中国纺织服装制造产值利税率
三、2008-2009年中国纺织服装制造成本费用利润率
四、2008-2009年中国纺织服装制造资金利税率
五、2008-2009年中国纺织服装制造产成品资金占用率
第六节 2008-2009年中国纺织服装制造亏损情况
一、2008-2009年中国纺织服装制造亏损单位数
二、2008-2009年中国纺织服装制造亏损企业亏损总额
第七节 2008-2009年纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
一、2008年纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
二、2009年纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
第四章 2008-2009年服装业市场需求
第一节 2008-2009年我国服装市场需求
一、2008年纺织服装内销的新终端
二、2008年服装外销与内销市场需求情况
三、2008-2009年纺织业需求增长情况
第二节 2009年我国服装市场需求预测
一、金融危机影响下服装消费走势
二、2009年纺织服装外销市场发展预测
三、2009年中国纺织内需市场展望
第三节 影响服装需求的其他因素
一、社会文化
二、流行趋势
三、服装的基本功能与特征
四、商品名称
五、商标
六、商品价格
七、商品广告
八、消费者收入
第四节 中国服装市场供需平衡
一、品牌童装市场

二、环保服装市场
三、具有特殊功能的服装
四、老年服装
五、内衣市场
六、农村市场
七、睡衣市场
第五节 10大城市服装品牌消费调查
一、重视自我追求个性
二、打折成了市场的“命门”
三、洋品牌表现强劲
四、不断创新乃大势所趋
第五章 中国服装业营销
第一节 服装品牌事件营销的“七种武器”
一、明星效应
二、赛事赞助
三、公益营销
四、制造焦点
五、危机处理
六、体育营销
七、事件整合
第二节 中国服装销售渠道
一、我国服装销售渠道的模式
二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
三、服装产业渠道销售之痛
第三节 服装蓝海营销要素
一、模式创新是大势所趋
二、准确的品类定位
三、品牌文化的建设不容忽视
四、产品的设计要符合潮流
五、渠道竞争需要转变方式
第四节 现代服装企业的市场营销策略
一、准确定位受众群体
二、扩展多元化的国际市场
三、建立庞大有序的营销模式
第六章 2008-2009年中国服装业主要细分市场分析

第一节 女装
一、中国女装行业现状
二、2008年国际巨头激战女装主战场
三、2009年女装零售市场流行色彩展望
四、女装产业存在的问题
五、女装品牌渠道建设
六、中国女装未来发展趋势
七、高级女装品牌经营法则
八、女装三大市场营销策略
第二节 男装
一、北京市场品牌男装数据
二、2008年中国男装高端市场
三、2008年中国男装品牌经营策略及效果
四、2009年中国男装品牌优势预测
五、2009年男装潮流的特性预测
六、中国男装品牌竞争核心
七、国内男装B2C路发展
第三节 童装
一、2008年童装产业运行基本概况
二、2008年童装市场特征
三、2008年童装产业加大内销比例
四、2009年童装市场价格及需求预测
五、2009年童装企业应对金融风暴的策略
六、2009年童装市场整体发展趋势
七、童装市场生产销售状况及消费趋势
第四节 内衣
一、国内内衣市场特点
二、中国内衣市场现状
三、中国内衣市场年均增长
四、亚洲内衣市场近年来增长迅速
五、2008年北京市场品牌保暖内衣调查
六、中国男士内衣市场调研及投资
七、中国内衣业市场潜力
第五节 运动服装
一、运动服装市场

二、运动服装的营销方式
四、2009年运动品牌服饰发展预测
五、2010年全球运动与健身服装市场预测
第六节 羽绒服装
一、2008年羽绒服装产量
二、2008年羽绒服装企业的竞争力
三、中国羽绒服产业大势
四、我国羽绒服装质量检验标准与国外差距
五、中国羽绒服发展趋势预测
第七节 休闲服装
一、2008年针织服装产量
二、休闲服装业挑战之下寻求出路
三、休闲服装的品牌规划
四、休闲服装终端促销
五、我国休闲服装企业“过冬”对策
第八节 职业装
一、2008-2009年西服及西服套装产量
二、2008-2009年衬衫产量
三、职业装市场
四、中国职业装行业在变化中求创新求发展
五、促进职业装市场的健康发展
第七章 2008-2009年服装产业集群及主要省市发展情况
第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力
一、我国服装产业集群概况
二、服装产业集群发展进步
三、影响服装产业集群发展的重要因素
四、服装产业集群发展建议
第二节 东部沿海纺织服装企业西迁分布
一、东部沿海纺织服装西迁现状
二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性
三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果
四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况
五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路
第三节 2008-2009年广东省服装市场
一、2008-2009年广东省服装业经济运行

二、2008年广东省服装进出口数据统计
三、2008-2009年广东服装出口
四、广东服装企业发展现状
五、广东服装业品牌发展
第四节 2008-2009年江苏省服装市场
一、2008-2009年江苏省服装业经济运行
二、2008年江苏服装进出口数据统计
三、2008-2009年江苏省纺织品服装出口
四、江苏服装产业集群竞争力
第五节 2008-2009年浙江省服装市场
一、2008-2009年浙江省服装业经济运行
二、2008年浙江省进出口数据统计
三、2008年浙江省纺织品服装出口
四、浙江服装企业的品牌战略
第六节 2008-2009年福建省服装市场
一、2008-2009年福建省服装业经济运行
二、2008年福建服装进出口数据统计
三、2009年福建纺织服装出口
四、2009年福建省服装三大基地抱团拓市
第七节 2008-2009年山东省服装市场
一、2008-2009年山东省服装业经济运行
二、2008年山东服装进出口数据统计
三、山东纺织服装出口企业出现新转机
四、2009年1月山东服装出口情况
第八节 2008-2009年上海市服装市场
一、2008-2009年上海市服装业经济运行
二、2008年上海服装进出口数据统计
三、2008年上海纺织服装出口情况
第八章 2008-2009年服装业进出口贸易
第一节 经济危机下我国纺织服装的出口状况
第二节 2008年我国纺织服装进出口
一、2008年我国纺织服装出口的主要特点
二、2008年我国纺织品服装进出口数据统计
三、2008年纺织服装进出口贸易走势回顾
第三节 2009年我国服装出口状况

一、我国服装出口美国险象环生
二、2009年上半年中国棉纺织品及棉制服装出口预测
三、2009年2月纺织服装出口掉进“冰窖”
四、我国服装出口增速下滑未拉低欧美日市场份额
第四节 2009-2012年世界纺织服装贸易发展预测
一、2009-2012年世界纺织服装贸易发展预测
二、2010年全球折扣店服装零售额预测
第九章 2008-2009年我国服装主要出口市场
第一节 2008-2009年欧盟服装市场
一、金融危机对欧洲服装业的影响
二、2008年纺织服装出口欧盟面临增速下滑
第二节 2008-2009年法国服装市场
一、法国服装工业基本情况
二、2008年法国服装服饰类产品销售额大幅下降
三、2008年法国纺织服装销售
四、2008年法国纺织服装贸易发展状况
第三节 2008年意大利服月日装市场
一、意大利纺织服装工业概况
二、2008年意大利服装对中国出口大幅上涨
三、意大利纺织服装企业在华积极开展合作活动
第四节 2008年俄罗斯服装市场
一、中国服装将加快开发俄罗斯服装市场
二、2008年投资俄罗斯服装市场风险
三、中国服装如何打进俄罗斯
第五节 2008-2009年美国服装市场
一、2008美国服装进口
二、2009年美国从中国和全球进口纺织服装类别统计
三、美国服装销售情况
第六节 2008年日本服装市场
一、日本人对中国制造服装满意度调查
二、日本纺织品服装市场消费特点
三、日本提出纺织服装产业战略目标
四、日本服装产业现状及动向
第七节 2008-2009年香港服装市场
一、2008年香港纺织服装制品出口货值下跌

二、2009年香港和内地在金融海啸中联手开拓国际服装市场
三、香港服装业因新劳动合同法重整经营策略
第八节 非洲各国纺织服装发展现状及我国出口机遇
一、全球化浪潮洗礼非洲服装产业
二、南非
三、埃及
四、肯尼亚
五、莱索托
六、突尼斯
七、投资非洲服装业机会
第十章 2008-2009年我国服装出口主要竞争对手
第一节 2008年印度服装市场
一、印度服装业
二、2008年印度服装市场稳定发展
三、印度政府为服装工业度身定造振兴措施
四、2010年印度纺织服装世界市场份额预提升
第二节 2008年巴西服装市场
一、巴西纺织服装业向世界市场进军
二、巴西提高服装等三类产品关税以应对中国竞争
第三节 2008-2009年泰国服装市场
一、2008年泰国纺织业出口日本总额
二、2009年泰国服装业出口预测
第四节 2008-2009年越南服装市场
一、中国企业掘金越南纺织服装业
二、越纺织服装行业成为投资热点
三、2009年越南提出拯救服装纺织业三大措施
四、2020年服装和纺织工业发展战略
第五节 2008年韩国服装市场
一、2008年韩国服装市场增速放缓
二、四大利器凸显韩国服装牢固控制女装市场
三、2008年韩国纺织服装企业向印度转移
四、韩国服装产业加快向海外转移步伐
第六节 2008-2009年土耳其服装市场
一、2008年土耳其继续对中国产品进口设限
二、2009年2月1日土耳其纺织服装进口登记措施生效

第十一章 我国纺织品服装出口对策
第一节 我国服装制品出口SWOT
一、内部优势
二、内部劣势
三、外部机会
四、外部威胁
五、SWOT对策措施
第二节 中国纺织服装业出口市场多元化战略效果
一、中国纺织品服装出口市场多元化格局
二、中国纺织服装业出口市场多元化战略效果
第三节 我国服装产品出口绿色壁垒的新趋势与对策
一、纺织服装行业绿色壁垒的新趋势与中国企业的状态
二、针对纺织服装绿色壁垒的对策
第四节 我国服装业出口发展的对策建议
一、促使出口市场多元化，开拓新兴市场
二、构建国际营销网络
三、打造拥有自主知识产权的国际品牌，建立新的比较优势
四、走整合之路，扩大企业规模
第十二章 服装业竞争格局
第一节 纺织服装行业竞争力发展状况
一、竞争力发展总态势
二、非国企是最具竞争力的群体
三、毛纺是前进步伐最快的行业
四、山东是竞争力最强的省份
五、美国是竞争最激烈的地方
六、集群是最富潜力的竞争模式
第二节 服装品牌提高市场综合竞争力的策略
一、市场大环境与行业基本状况
二、产业链上下游的开发、管理与维护
三、企业自身内部的营运管理
第三节 中国服装业竞争的发展趋势
一、高科技竞争
二、品牌竞争
三、渠道竞争
四、管理竞争

五、创新竞争
六、人力资源竞争
七、理念竞争
八、资讯竞争
九、竞争的弱化
第十三章 服装业部分优势企业简介
第一节 雅戈尔集团股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年财务
第二节 江苏红豆实业股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年财务
第三节 中国服装股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年财务
第四节 波司登股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年经营业绩
三、品牌价值与战略
第五节 美特斯邦威集团有限公司
一、企业概况
二、虚拟的品牌经营模式
第六节 报喜鸟服饰股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年财务
第七节 宁波杉杉股份有限公司
一、企业概况
二、2007-2008年财务
第八节 庄吉集团有限公司
一、企业概况
二、发展战略
第九节 福建柒牌集团有限公司
一、企业概况
二、发展历程
三、发展方向

第十节 罗蒙集团股份有限公司
一、企业概况
二、品牌
第十一节 海澜集团公司
一、企业概况
二、经营
三、创新举措
四、营销战略
第十四章 服装业发展趋势
第一节 2009年服装销售渠道的变化趋势
一、2009年聚焦零售渠道变化
二、2009年探寻专业市场走向
第二节 2009-2012年纺织服装行业发展预测
一、2009-2010年服装面料流行趋势前瞻
二、2010年世界品牌服装市场预测
三、未来服装连锁成主流趋势
四、2012年服装业的增长预测
第三节 21世纪全球服装发展趋势预测
一、专用设备的功能趋向集成化
二、特种服装的门类越来越多
三、服装的设计研究趋于个性化
四、时装款式更趋向于个性化
五、先进的粘合技术不断发展
六、电子商务技术在服装界广泛应用
第四节 服装品牌发展的趋势
第五节 服装需求发展趋势
一、季节模糊趋势
二、安全环保趋势
三、个性化趋势
四、简洁化趋势
五、形式降级趋势
六、国际同化趋势
七、舒适化趋势
八、轻量化趋势
九、功能化趋势

第十五章 中国服装业的品牌战略
第一节 服装企业品牌定位策略
一、品牌完整定位体系
二、品牌定位过程中应注意的问题
第二节 服装品牌经营战略
一、品牌经营的核心思想
二、品牌经营的条件
三、实施服装品牌经营战略的模式
第三节 出口服装实施名牌战略
一、要积极调整服装企业组织结构和产品结构
二、要切实提高出口服装设计水平
三、要加强服装面料的开发研究
四、要努力建设出口服装行业快速反应机制
第四节 服装品牌提升的战略
一、联手战略
二、挑战战略
三、密集渗透战略
四、搭乘战略
第五节 中国服装应对国际品牌战略
一、质的及加工工艺是服装品牌外在的气质
二、引领潮流的设计是服装品牌的生命力
三、文化内涵是品牌的灵魂
第十六章 中国服装业投资策略分析
第一节 服装业投资特性
一、服装行业景气度
二、服装行业赢利能力
三、服装行业进入壁垒和退出机制
四、中国服装出口的主要贸易壁垒
五、服装业的主要风险
六、当前服装业投资的判断和预测
七、2008年纺织服装业投资情况
第二节 服装行业投资前景
一、服装行业投资前景
二、防静电服装市场前景看好
三、针织服装发展新趋势

四、智能服装的时尚化通道
五、纺织服装专业市场仍是当前国内投资热点
六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势
第三节 中国纺织服装企业投资海外策略
一、成本高企压力增大
二、海外投资另辟蹊径
三、配套缺陷阻碍发展
四、全盘考虑转换思维
第四节 中国服装业投资机会及策略
一、服装市场投资
二、运动服装市场投资
三、整合给品牌服装企业带来投资机会
四、2009纺织服装投资策略
部分图表目录
图表 2009年1-2月我国西服及西服套装产量
图表 2009年1-2月我国衬衫产量
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产成品
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造工业总产值（当年价格）
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产品销售收入
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产品销售成本
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产品销售费用
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造管理费用
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造财务费用
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造资产总计
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造负债合计
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造资产负债率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造资本保值增值率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造企业单位数
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造全部从业人员平均人数
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造利润总额
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产值利税率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造成本费用利润率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造资金利税率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造产成品资金占用率
图表 2009年1-2月中国纺织服装制造亏损单位数

图表 2009年1-2月中国纺织服装制造亏损企业亏损总额
图表 2009年美国从中国和全球进口纺织服装类别统计
图表 2009年1月纺织品服装出口金额统计表
图表 2008年全国服装进出口金额
图表 2008年上海市纺织服装制造业主要经济指标
图表 2008-2009年上海市羽绒服装产量
图表 2008-2009年上海市针织服装产量
图表 2008-2009年上海市儿童服装产量
图表 2008-2009年上海市衬衫产量
图表 2008-2009年上海市西装及西装套服产量
图表 2008-2009年上海市梭织服装产量
图表 2008-2009年上海市服装产量
图表 2008年山东服装进出口金额
图表 2008年山东服装进出口数量
图表 2008年山东省纺织服装制造业主要经济指标
图表 2008-2009年山东省羽绒服装产量
图表 2008-2009年山东省针织服装产量
图表 2008-2009年山东省儿童服装产量
图表 2008-2009年山东省衬衫产量
图表 2008-2009年山东省西装及西装套服产量
图表 2008-2009年山东省梭织服装产量
图表 2008-2009年山东省服装产量
图表 2008福建服装进出口金额
图表 2008年福建服装进出口数量
图表 2008年福建省纺织服装制造业主要经济指标
图表 2008-2009年福建省羽绒服装产量
图表 2008-2009年福建省针织服装产量
图表 2008-2009年福建省儿童服装产量
图表 2008-2009年福建省衬衫产量
图表 2008-2009年福建省西装及西装套装产量
图表 2008-2009年福建省梭织服装产量
图表 2008-2009年福建省服装产量
图表 2008年浙江服装进出口金额
图表 2008年浙江服装进出口数量
图表 2008年浙江省纺织服装制造业主要经济指标

图表 2008-2009年浙江省羽绒服装产量
图表 2008-2009年浙江省针织服装产量
图表 2008-2009年浙江省儿童服装产量
图表 2008-2009年浙江省衬衫产量
图表 2008-2009年浙江省西装及西装套装产量
图表 2008-2009年浙江省梭织服装产量
图表 2008-2009年浙江省服装产量
图表 2008年江苏服装进出口金额
图表 2008年江苏服装进出口数量
图表 2008年江苏省纺织服装制造业主要经济指标
图表 2008-2009年江苏省羽绒服装产量
图表 2008-2009年江苏省针织服装产量
图表 2008-2009年江苏省儿童服装产量
图表 2008-2009年江苏省衬衫产量
图表 2008-2009年江苏省西装及西装套装产量
图表 2008-2009年江苏省梭织服装产量
图表 2008-2009年江苏省服装产量
图表 2008广东省服装进出口金额
图表 2008广东省服装进出口数量
图表 2008年广东省纺织服装制造业主要经济指标
图表 2008-2009年广东省羽绒服产量
图表 2008-2009年广东省针织服装产量
图表 2008-2009年广东省儿童服装产量
图表 2008-2009年广东省衬衫产量
图表 2008-2009年广东省西装及西装套装产量
图表 2008-2009年广东省梭织服装产量
图表 2008-2009年广东省服装产量
图表 2008年1-12月我国衬衫产量
图表 2008年1-12月我国西服及西服套装产量
图表 2008年1-12月全国鞋帽纺织服装业产值情况
图表 2008年1-12月全国纱及布的产量情况
图表 2008年中国纺织服装制造产成品
图表 2008年中国纺织服装制造工业总产值（当年价格）
图表 2008年中国纺织服装制造产品销售收入
图表 2008年中国纺织服装制造产品销售成本

图表 2008年中国纺织服装制造产品销售费用
图表 2008年中国纺织服装制造管理费用
图表 2008年中国纺织服装制造财务费用
图表 2008年中国纺织服装制造资产总计
图表 2008年中国纺织服装制造负债合计
图表 2008年中国纺织服装制造资产负债率
图表 2008年中国纺织服装制造资本保值增值率
图表 2008年中国纺织服装制造企业单位数
图表 2008年中国纺织服装制造全部从业人员平均人数
图表 2008年中国纺织服装制造利润总额
图表 2008年中国纺织服装制造产值利税率
图表 2008年中国纺织服装制造成本费用利润率
图表 2008年中国纺织服装制造资金利税率
图表 2008年中国纺织服装制造产成品资金占用率
图表 2008年中国纺织服装制造亏损单位数
图表 2008年中国纺织服装制造亏损企业亏损总额
图表 2008年2月纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年5月纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年8月纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年11月纺织服装制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年梭织婴儿装出口同比情况
图表 2008年大商场童装销售数量同比情况
图表 2008年1-12月红豆股份主要财务指标
图表 2008年前三季度中国服装主营收入和营业利润
图表 2008年前三季度中国服装净利润和每股收益
图表 2008年前三季度中国服装总资产和负债
图表 2008年前三季度中国服装主要财务指标
图表 2008年波司登主要财务指标
图表 2008年前三季度报喜鸟主营收入和营业利润
图表 2008年前三季度报喜鸟净利润和每股收益
图表 2008年前三季度报喜鸟总资产和负债
图表 2008年前三季度报喜鸟主要财务指标
图表 2008年1-12月杉杉股份主要财务指标
图表 2007-2008年童装产量增幅示意图
图表 2006年我国纺织品服装出口地区分布

图表 2005年非国有企业在行业中的地位
图表 2005年非国有企业与全行业水平的比较
图表 2005年毛纺行业工业经济效益评价
图表 2005年山东、江苏、浙江、广东四省经济运行状况与全国平均的比较
图表 2005年对美出口纺织品服装产品
图表 2005年美国进口排名前三甲的情况
图表 2005-2008年雅戈尔成长性
图表 2005-2008年雅戈尔经营能力
图表 2005-2008年雅戈尔盈利能力
图表 2005-2008年雅戈尔偿债能力
图表 2008年1-12月雅戈尔主要财务指标
图表 2005-2008年红豆股份成长性
图表 2005-2008年红豆股份经营能力
图表 2005-2008年红豆股份盈利能力
图表 2005-2008年红豆股份偿债能力
图表 2005-2008年杉杉股份成长性
图表 2005-2008年杉杉股份经营能力
图表 2005-2008年杉杉股份盈利能力
图表 2005-2008年杉杉股份偿债能力
图表 消费者大脑对初次接触的服装辩识比例图
图表 新产品消费者权重与个性特征
图表 我国女装市场居前五位的品牌市场占有率

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3639236392.html