

# 2009-2012年男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](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年男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：<https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/5840358403.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：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

2008年是中国男装发展的拐点，产业升级、结构调整更多是出于产业环境剧变的压力；而在2009年，这些升级和调整将更加主动和更具目标性。08年是我国服装行业发展史上极不寻常的一年，行业进入了新的发展时期。在前所未有的复杂多变环境下，产业加速升级和产业新格局日渐清晰。国际、国内需求不足暴露出了行业多年来粗放型发展沉积的问题；新劳动合同法实施、原材料和石油价格大起大落、人民币升值、能源价格上涨考验着行业的承受能力；国家产业经济政策导向的变化促使行业加速战略调整步伐。在内外交困的外部环境压力下，行业发展从规模扩张开始走上由大国向强国转变的升级发展之路。在全球性金融危机环境下，中国男装产业也遇到了前所未有的考验，迎来了新的历史发展时期。2008年产业外部环境围绕着一个“变”字，中国男装产业则围绕着“流”字应对。资源、资本、人才、订单、市场乃至实体都在择优的流动中重置。在危机面前，中国男装产业表现出优良的抗风险能力、灵活应变能力和抗压弹性。2008年男装产业整体表现出产业资源和要素的三项变化：素质的提升、集中度的提高、资源和要素区位的移动。

2009年中国男装产业升级步伐将继续加快，进入服装大国向服装强国的阶段性过度期。中国将要在未来建设一个拥有完善的、先进的、坚实的、畅通高效的产业生态链基础；拥有市场导向能力的产品设计研发能力；拥有具备国际市场影响力的品牌和企业；掌握全球化营销网络渠道；拥有强大先进的加工生产能力；拥有在功能协作、市场分割、档次品类等多层次严密交织而互补的立体区域格局和产业格局的辐射全球的高效的产业构架。“规划之年”也将成为发展前路的探索之年。国际国内需求变化和中国男装产业发展相匹配的要求，使2009年成为中国由服装大国向服装强国转身的转折点。年初纺织振兴规划的出台无疑将成为探路未来纺织服装强国的第一份可行性规划。2008年是中国男装产业发展的拐点，产业升级、结构调整更多是出于产业环境急剧变化的压力。而2009年的产业升级和结构调整将更加主动和更具有目标性。全行业、各地方、各企业将从不同层面对行业未来发展之路进行深入研究、理性规划。行业规划更注重发展导向性和目标性、地区规划将在区域优势性和差异性基础上兼顾与其他地区的协调、企业规划要更加注重中长期发展定位和发展战略。

在2009年，提高劳动生产率、节能降耗、差异化产品生产等方面的设备投入将再掀高潮。目前，企业生存发展亟待解决的两个问题是降低成本和差异化竞争。控制和降低成本成为各企业重点攻关的课题。引进先进设备从而提高劳动生产率、采用节能降耗设备节约能源使用成本的做法，已经在男装产业中悄然兴起。同时，市场变化驱动差异化竞争。差异化一方面表现于产品研发设计，另一方面要依靠专业、专门设备制作完成。对于这类设备的引进使用也将在产业内更加普遍。而市场细分和企业整合都将在2009年加速。2009年，中国男装市场将在拉动内需政策的鼓舞下加速发展。市场细分将向纵深发展，从产品品类、产品档次、产品功能、产品营销模式、产品功能、服务人群分类、服务区域分割等各个方面加以细分。企业将更加注重挖掘新市场，产品研发更具明确针对性。市场细分并不意味着企业和品

牌将大量增加，相反，随着精细划分而区间有效需求变窄，竞争将更加激烈，淘汰性更强。在这种情况下，企业整合的加速在所难免。未来两三年将成为中国男装企业的整合之年，通过企业资本、品牌的实质性整合，形成联动上下游产业的纵横交错的产业集团，形成服装品牌集团、服装零售业集团等多种新的企业形式，并可能通过资本纽带逐步整合国际资源。面向未来，中国男装产业需要充分调动社会各方面的积极性和创造性，不断地务实创新和与时俱进。以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源得到充分发挥的新型产业化道路，实现产业又好又快发展。

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，对我国男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，对今后我国男装产业的发展做出了精确的预测。同时，本报告也对男装产业的特点，男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，为男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 男装行业发展概述

###### 第一节 男装定义及分类

###### 一、男装的定义

###### 二、男装的种类

###### 三、男装的特性

###### 第二节 男装行业的界定

###### 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 男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 全球男装市场发展分析

## 第一节 2008年全球男装市场分析

一、2008年全球男装市场回顾

二、2008年全球男装市场环境

三、2008年全球男装产销分析

四、2008年全球男装流行趋势

## 第二节 2009年全球男装市场分析

一、2009年全球男装需求分析

二、2009年欧美男装需求分析

三、2009年全球男装产销分析

四、2009年中外男装市场对比

## 第三节 主要国家地区男装市场分析

一、2008-2009年美国男装市场分析

二、2008-2009年欧洲男装市场分析

三、2008-2009年日本男装市场分析

四、2008-2009年韩国男装市场分析

五、2008-2009年其他国家男装市场

## 第三章 我国男装行业发展现状

### 第一节 我国男装行业发展现状

一、我国男装行业发展现状

二、我国男装市场特点分析

三、我国男装设计现状分析

### 第二节 全国男装市场分析

一、2008年全国男装市场规模分析

二、2009年全国男装市场变化趋势

### 第三节 男装市场需求分析

一、2008年男装市场销量分析

二、2009年男装市场销量预测

### 第四节 男装市场价格分析

一、男装市场价格影响因素

二、2008年男装市场价格走势

三、2009年男装市场价格走势

### 第五节 2008-2009年男装行业发展分析

一、2008-2009年男装业产销存运行分析

二、2008-2009年男装行业利润情况分析

三、2008-2009年男装行业发展周期分析

四、2009-2012年男装行业发展机遇分析

五、2009-2012年男装行业利润增速预测

第六节 对中国男装市场的分析及思考

一、男装市场特点

二、男装市场分析

三、男装市场变化的方向

四、中国男装产业发展的新思路

五、对中国男装产业发展的思考

第四章 男装行业经济运行分析

第一节 2008-2009年男装产量分析

一、2008年男装产量分析

二、2009年1-4月男装产量分析

第二节 2008-2009年男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年男装行业主要经济指标分析

三、2009年1-4月男装行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国男装行业绩效分析

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 我国男装行业进出口分析

第一节 我国男装进口分析

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 我国男装出口分析

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 我国男装进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年男装进口预测

#### 四、2009年男装出口预测

### 第六章 男装细分及关联市场分析

#### 第一节 西服行业

- 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 衬衫行业

- 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 T恤行业

- 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 领带行业

- 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 缝制设备行业

- 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 服装面料行业

- 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 中国男装行业消费市场分析

### 第一节 中国男装消费者收入分析

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 男装消费市场状况分析

一、男装行业消费特点

二、男装消费者分析

三、男装消费结构分析

四、男装消费的市场变化

五、男装市场的消费方向

### 第三节 男装市场消费需求分析

一、男装市场的消费需求变化

二、男装行业的需求分析

三、2009年男装品牌市场消费需求分析

## 第八章 男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 男装行业产业群分析

### 第一节 中国男装产业集群与男装名城

一、我国服装行业产业集群情况分析

二、男装产业集群情况分析概况

三、中国男装名城之广东省惠州市惠城区分析

四、中国男装名城之山东省诸城市分析

五、中国男装加工名城之山东省郯城县分析

六、中国男装名城之河北省容城县分析

七、中国男装名城之浙江省瑞安市分析

### 第二节 2008年闽派男装发展分析

一、2008-2009年闽派男装上市路线分析

二、2008-2009年福建男装品牌集体发力一线城市

三、2008-2009年闽派男装竞争市场分析

四、闽派男装创新营销模式

五、闽派男装拉开高端营销布局

### 第三节 2008-2009年其他男装发展分析

## 第十章 男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 中国男装行业竞争格局综述

一、2008年男装行业集中度

二、2008年男装行业竞争程度

三、2008年男装企业与品牌数量

## 四、2008年男装行业竞争格局分析

## 第四节 2008-2009年男装行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外男装竞争分析

二、2008-2009年我国男装市场竞争分析

三、2008-2009年我国男装市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要男装企业动向

五、2009年国内男装拟在建项目分析

## 第十一章 男装企业竞争策略分析

### 第一节 男装市场竞争策略分析

一、2009年男装市场增长潜力分析

二、2009年男装主要潜力品种分析

三、现有男装产品竞争策略分析

四、潜力男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 男装企业竞争策略分析

一、金融危机对男装行业竞争格局的影响

二、金融危机后男装行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国男装市场竞争趋势

四、2009-2012年男装行业竞争格局展望

五、2009-2012年男装行业竞争策略分析

六、2009-2012年男装企业竞争策略分析

## 第十二章 男装行业模式及策略分析

### 第一节 中国男装的销售渠道构成

一、男装分销传统渠道方式

## 二、男装销售渠道新方式

### 三、中国服装销售渠道存在问题

#### 第二节 中国男装的电视秀场策略分析

##### 一、栏目特型与男装媒介策略

##### 二、栏目与品牌的契合度分析

##### 三、男装利用栏目的媒体策略

##### 四、男性服装营销的临门一脚

#### 第三节 男装研发模式及营销分析

##### 一、男装研发模式分析

##### 二、中国男装文化新营销分析

##### 三、男装直销模式变革分析

#### 第四节 男装品牌运作策略分析

##### 一、男装品牌运作风险分析

##### 二、男装品牌运作机会分析

##### 三、男装品牌畅通的传播策略和宣传渠道

## 第十三章 男装重点企业竞争分析

### 第一节 雅戈尔集团股份有限公司

#### 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 江苏红豆实业股份有限公司

#### 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 宁波杉杉股份有限公司

#### 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 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

#### 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 山东新郎希努尔集团

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 福建柒牌集团有限公司

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 福建七匹狼实业股份有限公司

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 庄吉集团有限公司

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

##### 第九节 劲霸男装股份有限公司

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

##### 第十节 浙江太子龙服饰有限公司

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

### 第三部分 行业前景预测

## 第十四章 男装行业发展趋势分析

### 第一节 我国男装行业前景与机遇分析

#### 一、我国男装行业发展前景

二、我国男装发展机遇分析

三、2009年男装的发展机遇分析

四、金融危机为男装带来的机遇

第二节 2009-2012年中国男装市场趋势分析

一、2008-2009年男装市场趋势总结

二、2009-2012年男装发展趋势分析

三、2009-2012年男装市场发展空间

四、2009-2012年男装产业政策趋向

五、2009-2012年男装技术革新趋势

六、2009-2012年男装价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十五章 未来男装行业发展预测

第一节 未来男装需求与消费预测

一、2009-2012年男装产品消费预测

二、2009-2012年男装市场规模预测

三、2009-2012年男装行业总产值预测

四、2009-2012年男装行业销售收入预测

五、2009-2012年男装行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国男装行业供需预测

一、2008-2012年中国男装供给预测

二、2009-2012年中国男装产量预测

三、2009-2012年中国男装需求预测

四、2009-2012年中国男装供需平衡预测

五、2009-2012年中国男装产品价格预测

六、2009-2012年主要男装产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 男装行业投资现状分析

第一节 2008年男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月男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 男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年男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、国内男装技术现状

二、2009年男装技术发展分析

三、2009-2012年男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男装行业的影响

第十八章 男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 男装行业投资效益分析

一、2008-2009年男装行业投资状况分析

二、2009-2012年男装行业投资效益分析

三、2009-2012年男装行业投资趋势预测

四、2009-2012年男装行业的投资方向

五、2009-2012年男装行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第四节 影响男装行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响男装行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响男装行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响男装行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国男装行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国男装行业发展面临的机遇分析

## 第五节 男装行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年男装行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年男装行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年男装行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年男装行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年男装行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年男装行业其他风险及控制策略

# 第十九章 男装行业投资战略研究

## 第一节 男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 对我国男装品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、男装实施品牌战略的意义

三、男装企业品牌的现状分析

四、我国男装企业的品牌战略

五、男装品牌战略管理的策略

第三节 男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 男装行业投资战略研究

一、2009年服装行业投资战略

二、2009年男装行业投资战略

三、2009-2012年男装行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：男装产业链分析

图表：国际男装市场规模

图表：国际男装生命周期

图表：2003-2008年中国男装行业市场规模

图表：2002-2008年全球男装产业市场规模

图表：2006-2008年男装重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国男装行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国男装行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国男装行业资产情况分析

图表：2007-2008年男装产品进口数量比较

图表：2007-2008年男装进口金额趋势比较

图表：2007-2008年男装进口数量趋势比较

图表：2007-2008年男装出口金额趋势比较

图表：2007-2008年男装出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口男装数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口男装金额省市地区

图表：2007-2008年中国男装发展能力分析

- 图表：2007-2008年中国男装竞争力分析
- 图表：2009-2012年中国男装产能预测
- 图表：2009-2012年中国男装消费量预测
- 图表：2009-2012年中国男装市场前景预测
- 图表：2009-2012年中国男装市场价格走势预测
- 图表：2009-2012年中国男装发展前景预测
- 图表：2008年1-12月男装产量全国合计
- 图表：2008年1-12月男装产量北京市合计
- 图表：2008年1-12月男装产量天津市合计
- 图表：2008年1-12月男装产量河北省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量山西省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量辽宁省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量吉林省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量黑龙江合计
- 图表：2008年1-12月男装产量上海市合计
- 图表：2008年1-12月男装产量江苏省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量浙江省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量安徽省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量福建省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量江西省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量山东省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量河南省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量湖北省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量湖南省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量广东省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量广西区合计
- 图表：2008年1-12月男装产量海南省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量重庆市合计
- 图表：2008年1-12月男装产量四川省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量贵州省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量云南省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量陕西省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量甘肃省合计
- 图表：2008年1-12月男装产量新疆区合计
- 图表：2008年1-12月男装产量内蒙古合计

- 图表：2009年1-4月男装产量全国合计
- 图表：2009年1-4月男装产量北京市合计
- 图表：2009年1-4月男装产量天津市合计
- 图表：2009年1-4月男装产量河北省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量山西省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量辽宁省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量吉林省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量黑龙江合计
- 图表：2009年1-4月男装产量上海市合计
- 图表：2009年1-4月男装产量江苏省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量浙江省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量安徽省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量福建省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量江西省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量山东省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量河南省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量湖北省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量湖南省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量广东省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量广西区合计
- 图表：2009年1-4月男装产量海南省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量重庆市合计
- 图表：2009年1-4月男装产量四川省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量贵州省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量云南省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量陕西省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量甘肃省合计
- 图表：2009年1-4月男装产量新疆区合计
- 图表：2009年1-4月男装产量内蒙古合计
- 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月男装进口数据  
图表：2008年1季度男装进口数据  
图表：2008年1月男装进口数据  
图表：2008年2月男装进口数据  
图表：2008年3月男装进口数据  
图表：2008年2季度男装进口数据  
图表：2008年4月男装进口数据  
图表：2008年5月男装进口数据  
图表：2008年6月男装进口数据  
图表：2008年3季度男装进口数据

图表：2008年7月男装进口数据

图表：2008年8月男装进口数据

图表：2008年9月男装进口数据

图表：2008年4季度男装进口数据

图表：2008年10月男装进口数据

图表：2008年11月男装进口数据

图表：2008年12月男装进口数据

图表：2008年1-12月男装出口数据

图表：2008年1季度男装出口数据

图表：2008年1月男装出口数据

图表：2008年2月男装出口数据

图表：2008年3月男装出口数据

图表：2008年2季度男装出口数据

图表：2008年4月男装出口数据

图表：2008年5月男装出口数据

图表：2008年6月男装出口数据

图表：2008年3季度男装出口数据

图表：2008年7月男装出口数据

图表：2008年8月男装出口数据

图表：2008年9月男装出口数据

图表：2008年4季度男装出口数据

图表：2008年10月男装出口数据

图表：2008年11月男装出口数据

图表：2008年12月男装出口数据

图表：2009年1-4月男装进口数据

图表：2009年1季度男装进口数据

图表：2009年1月男装进口数据

图表：2009年2月男装进口数据

图表：2009年3月男装进口数据

图表：2009年2季度男装进口数据

图表：2009年4月男装进口数据

图表：2009年1-4月男装出口数据

图表：2009年1季度男装出口数据

图表：2009年1月男装出口数据

图表：2009年2月男装出口数据

图表：2009年3月男装出口数据

图表：2009年2季度男装出口数据

图表：2009年4月男装出口数据

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/5840358403.html>