

# 2008年中国服装市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2008年中国服装市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200807/3496.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 全球化与中国服装市场

- 1.1 全球化服装业的“转型”;
- 1.2 全球化服装潮流竞争与信息技术
- 1.3 全球化与中国服装品牌分析
- 1.4 全球化与服装营销模式分析
- 1.5 全球化与服装技术竞争出路

### 第二章 2007-2008年服装产业运行现状

- 2.1 2007-2008年服装行业总体情况
  - 2.1.1 2007年服装行业总体情况
    - 2.1.1.1 2007年服装产业结构
    - 2.1.1.2 2007年服装产业效益
    - 2.1.1.3 2007年服装产业外资
    - 2.1.1.4 2007年服装市场销售
    - 2.1.1.5 2007年服装市场贸易
    - 2.1.1.6 2007年服装市场特点
  - 2.1.2 2008年一季度服装行业总体情况
    - 2.1.2.1 生产分析
    - 2.1.2.2 效益分析
    - 2.1.2.3 投资分析
    - 2.1.2.4 市场销售
    - 2.1.2.5 贸易分析
    - 2.1.2.6 市场特点
- 2.2 2007-2008年纺织服装产业生产运行数据
  - 2.2.1 2007年纺织服装产业生产运行数据
    - 2.2.1.1 2007年中国纺织服装产业生产产值统计分析
    - 2.2.1.2 2007年中国纺织服装制造企业评价指标统计分析
    - 2.2.1.3 2007年中国纺织服装制造企业盈亏情况分析
    - 2.2.1.4 2007年中国纺织服装制造企业资产负债指标分析
    - 2.2.1.5 2007年中国纺织服装制造企业产销存统计分析
  - 2.2.2 2008年纺织服装产业生产运行数据

- 2.2.2.1 2008年中国纺织服装产业生产产值统计分析
- 2.2.2.2 2008年中国纺织服装制造企业评价指标统计分析
- 2.2.2.3 2008年中国纺织服装制造企业盈亏情况分析
- 2.2.2.4 2008年中国纺织服装制造企业资产负债指标分析
- 2.2.2.5 2008年中国纺织服装制造企业产销存统计分析

### 第三章 2007年中国服装行业分地区市场运行情况分析

#### 3.1 华东地区纺织服装市场运行情况分析

- 3.1.1 行业规模
- 3.1.2 成长性
- 3.1.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.1.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.1.5 偿债能力（资本负债率、负债）

#### 3.2 华南地区纺织服装市场运行情况分析

- 3.2.1 行业规模
- 3.2.2 成长性
- 3.2.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.2.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.2.5 偿债能力（资本负债率、负债）

#### 3.3 华北地区纺织服装市场运行情况分析

- 3.3.1 行业规模
- 3.3.2 成长性
- 3.3.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.3.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.3.5 偿债能力（资本负债率、负债）

#### 3.4 东北地区纺织服装市场运行情况分析

- 3.4.1 行业规模
- 3.4.2 成长性
- 3.4.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.4.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.4.5 偿债能力（资本负债率、负债）

#### 3.5 西北地区纺织服装市场运行情况分析

- 3.5.1 行业规模
- 3.5.2 成长性
- 3.5.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.5.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.5.5 偿债能力（资本负债率、负债）
- 3.6 西南地区纺织服装市场运行情况分析
- 3.6.1 行业规模
- 3.6.2 成长性
- 3.6.3 经营能力（应收帐款/销售收入）
- 3.6.4 盈利能力（利润/同比增长）
- 3.6.5 偿债能力（资本负债率、负债）

#### 第四章 2007-2008年中国服装市场进出口分析

- 4.1 2007年1-12月全国纺织服装进口分析
- 4.1.1 进口分析
- 4.1.2 出口分析
- 4.1.3 出口结构分析
- 4.1.4 出口区域分析
- 4.1.5 出口企业类型分析
- 4.2 2008年1-4月中国纺织服装进出口分析
- 4.2.1 进口分析
- 4.2.2 出口分析
- 4.3 2008年各地区情况分析
- 4.3.1 浙江
- 4.3.2 江苏
- 4.3.3 广东

#### 第五章 2007-2008年男装市场

- 5.1 2007年中国男装产业发展分析
- 5.1.1 发展现状
- 5.1.2 投资分析
- 5.1.3 市场格局

#### 5.1.4 市场特征

#### 5.1.5 中日男装产业比较

### 5.2 2007-2008年京城男装销售总体状况

#### 5.2.1 2007年京城男西服销售总体状况

#### 5.2.2 2008年第一季度京城男西服销售总体状况

## 第六章 2007-2008年女装市场

### 6.1 2007-2008年中国女装现状分析

#### 6.1.1 2007年京城女装市场分析

#### 6.1.2 2008年京城女装市场分析

### 6.2 各地区发展分析

#### 6.2.1 深圳

#### 6.2.2 广州

#### 6.2.3 杭州

#### 6.2.4 北京

#### 6.2.5 武汉

### 6.3 女装的市场发展趋势

#### 6.3.1 产品更加细分化

#### 6.3.2 多品牌战略发展

#### 6.3.3 销售人员专业化

### 6.4 女装前景市场

#### 6.4.1 城市市场

#### 6.4.2 农村市场

#### 6.4.3 中老年市场

#### 6.4.4 休闲服市场

#### 6.4.5 个性化服务市场

## 第七章 2007-2008年童装市场

### 7.1 2007年童装市场分析

#### 7.1.1 2007年童装市场现状

#### 7.1.2 2007年童装前十位品牌市场占有率

#### 7.1.3 中国童装在国际上的地位

## 7.2 2007-2008年中国童装消费现状

### 7.2.1 童装消费现状

### 7.2.2 童装消费特点

## 7.3 童装市场营销策略分析

### 7.3.1 市场环境分析

### 7.3.2 营销策略分析

## 7.4 2008年中国童装营销商机

## 第八章 2007-2008年内衣市场

### 8.1 中国内业现状

#### 8.1.1 内衣市场发展现状

#### 8.1.2 2007年内衣品牌市场特点

#### 8.1.3 2007中美内衣零售市场比较

### 8.2 中国内衣行业销售模式及变革

#### 8.2.1 中国内衣销售模式

#### 8.2.2 中国内衣的变革

### 8.3 内衣消费者购买行为分析

#### 8.3.1 影响消费者购买行为的因素

#### 8.3.2 内衣购买行为分析

### 8.4 中国内衣企业发展建议

#### 8.4.1 发展策略

#### 8.4.2 渠道突围

#### 8.4.3 联手培育市场

#### 8.4.4 培养专业人才

#### 8.4.5 进军国际市场

## 第九章 2007-2008年休闲装市场

### 9.1 闲服装市场现状

### 9.2 休闲定位与个性经营

### 9.3 休闲服市场竞争分析

#### 9.3.1 竞争现状

#### 9.3.2 竞争战略

### 9.3.3 特色竞争

## 第十章 2007-2008年职业装市场

### 10.1 市场现状分析

### 10.2 市场特点与问题

#### 10.2.1 市场特点分析

#### 10.2.2 市场中存在的问题

### 10.3 2007年中国职业装行业十大要事

### 10.4 中国职业装结构分析

## 第十一章 重点区域市场分析

### 11.1 广东省服装业市场分析

#### 11.1.1 2008年1季度广东服装贸易

#### 11.1.2 2008年广东省服装批发市场调查

##### 11.1.2.1 广州市区板块

##### 11.1.2.2 广州白马服装市场

##### 11.1.2.3 沙东有利国际服装批发市场

#### 11.1.3 中山市沙溪板块

##### 11.1.3.1 水牛城商业广场

##### 11.1.3.2 中山市沙溪休闲广场

##### 11.1.3.3 中山市龙瑞小商品批发市场

#### 11.1.4 增城新塘板块

##### 11.1.4.1 新塘国际牛仔服装城商场

#### 11.1.5 虎门服装批发市场板块

##### 11.1.5.1 富民服装批发市场

##### 11.1.5.2 黄河时装城

#### 11.1.6 服装批发市场经营成功的要素

### 11.2 浙江省服装业市场分析

#### 11.2.1 产业现状

#### 11.2.2 产业隐患及对策

#### 11.2.3 产业品牌战略

### 11.3 上海市服装业市场分析



## 11.4 江苏省服装业市场分析

### 11.4.1 产业现状

### 11.4.2 2007年江苏省服装行业分析

## 11.5 福建省服装业市场

### 11.5.1 产业现状

### 11.5.2 2007年福建省服装行业分析

### 11.5.3 产业存在问题及策略

## 第十二章 中国服装业竞争分析

### 12.1 行业竞争现状

### 12.2 服装业竞争层次分析

### 12.3 产业竞争力影响因素

### 12.4 后配额时代我国纺织服装行业竞争分析

### 12.5 中国主要贸易竞争对手分析

### 12.6 我国纺织服装行业国际竞争优势

### 12.7 2008年中国服装业国际竞争力分析

#### 12.7.1 国际竞争力现状

#### 12.7.2 强劲国际竞争力原因分析

## 第十三章 优势企业分析

### 13.1 服装业百强和名牌产品企业

#### 13.2 雅戈尔集团股份有限公司

##### 13.2.1 品牌竞争

##### 13.2.2 企业发展

##### 13.2.3 行业地位

##### 13.2.4 竞争优势

##### 13.2.5 经销渠道

##### 13.2.6 企业经营分析

#### 13.3 宁波杉杉股份有限公司

##### 13.3.1 品牌竞争

##### 13.3.2 企业发展

##### 13.3.3 行业地位

- 13.3.4 竞争优势
- 13.3.5 经销渠道
- 13.3.6 企业经营分析
- 13.4 江苏红豆实业股份有限公司
  - 13.4.1 品牌竞争
  - 13.4.2 企业发展
  - 13.4.3 行业地位
  - 13.4.4 竞争优势
  - 13.4.5 经销渠道
  - 13.4.6 企业经营分析
- 13.5 龙头股份有限公司
  - 13.5.1 品牌竞争
  - 13.5.2 企业发展
  - 13.5.3 行业地位
  - 13.5.4 竞争优势
  - 13.5.5 经销渠道
  - 13.5.6 企业经营分析
- 13.6 上海开开实业股份有限公司
  - 13.6.1 品牌竞争
  - 13.6.3 行业地位
  - 13.6.4 竞争优势
  - 13.6.5 经销渠道
  - 13.6.6 企业经营分析
- 13.7 凯诺科技股份有限公司
  - 13.7.1 品牌竞争
  - 13.7.2 企业发展
  - 13.7.3 行业地位
  - 13.7.4 竞争优势
  - 13.7.5 经销渠道
  - 13.7.6 企业经营分析

- 14.1 消费者类型分析
  - 14.1.1 消费者类型
  - 14.1.2 消费购物与生活方式
- 14.2 消费者购买男装心理分析
  - 14.2.1 购买者心理因素
  - 14.2.2 男装销售以女人为中心
- 14.3 女性服装的消费者分析
  - 14.3.1 消费阶层分析
  - 14.3.2 不同年龄消费者分析
- 14.4 中国品牌服装消费调查分析
  - 14.4.1 重视自我追求个性
  - 14.4.2 打折成了市场“命门”
- 14.5 中国消费者服饰购买习惯调查
- 14.6 服装市场的消费者调查分析
  - 14.6.1 消费者购买心理
  - 14.6.2 服装市场消费者行为
- 14.7 10大城市服装品牌消费调查
- 14.8 农村服装消费市场调查
- 14.9 日本消费者对服装满意度调查

## 第十五章 中国服装业销售渠道

- 15.1 渠道现状分析
  - 15.1.1 销售渠道构成
  - 15.1.2 各服装销售渠道特点对比
  - 15.1.3 终端控制能力
  - 15.1.4 销售渠道之痛
- 15.2 销售渠道的构建
- 15.3 中国服装分销零售渠道
  - 15.3.1 分销零售信息化建设
  - 15.3.2 杉杉渠道变革分析
- 15.4 解决服装企业营销渠道变形方式

## 第十六章 服装业的品牌战略

### 16.1 经营战略

#### 16.1.1 中国服装品牌生命周期

#### 16.1.2 国际品牌淹没中国品牌

### 16.2 服装业的核心品牌战略

#### 16.2.1 服装品牌走出国门难点

#### 16.2.2 国内服装品牌的缺陷

#### 16.2.3 进入国际市场品牌要点

### 16.3 浙江服装企业的品牌战略

#### 16.3.1 综合性品牌战略

#### 16.3.2 多品牌战略

### 16.4 中国服装品牌营销战略

## 第十七章 中国服装行业政策环境

### 17.1 中国服装行业相关政策环境分析

#### 17.1.1 服装行业最新政策动态

#### 17.1.2 服装行业最新国际动态

#### 17.1.3 服装行业新标准

### 17.2 WTO对中国服装市场影响

#### 17.2.1 “人世”给中国服装行业带来的机遇

#### 17.2.2 加入WTO的不利因素

#### 17.2.3 入世对策

### 17.3 人民币升值对我国服装行业的影响

## 第十八章 服装行业投资分析

### 18.1 2008年纺织固定资产投资情况分析

#### 18.1.1 2008年前四月纺织固定资产投资

#### 18.1.2 投资关注的问题

#### 18.1.3 有关措施建议

### 18.2 纺织服装投资机会

### 18.3 亚洲各国纺织业投资分析

#### 18.3.1 巴基斯坦

18.3.2 柬埔寨

18.3.3 越南

18.3.4 尼泊尔

## 第十九章 2008-2010中国服装业发展趋势及预测

19.1 未来十年中国纺织服装业的发展前景

19.1.1 产业特性

19.1.2 产业优势

19.1.3 国际竞争力

19.1.4 历史性机遇

19.1.5 出口形势

19.1.6 2008年男装流行趋势综合预测

19.2 未来十年中国职业装产业走向

19.3 2008-2010中国西服行业趋势预测

19.3.1 区域分布趋势变化分析

19.3.2 营销模式趋势变化分析

19.3.3 品牌趋势变化分析

19.3.4 品质趋势变化分析

19.3.5 价格定位趋势变化分析

19.4 童装销售渠道的发展趋势

19.5 2008年服装行业职场预测

19.5.1 童装市场预测

19.5.2 08/09年女装流行元素预测

19.5.3 未来10年中国内衣市场预测

19.5.4 内衣市场未来发展分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3496.html>