

# 2010-2015年中国女装行业 市场供需分析及投资方向研究咨询报告

## 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

《2010-2015年中国女装行业市场供需分析及投资方向研究咨询报告》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/201012/55621.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

### &rarr;内容简介

我国女性的美丽消费每年已达千亿元。在当代女性的实际个人消费构成中，服装占35.4%，美容占2.9%，书籍、电影、CD占11%，交际、旅游占8.4%，进修占8.1%，饮食交通占8%。用于购买服装服饰的花费排在第一位。从大众休闲服、运动服、淑女服再到时尚性品牌，中国的女装市场正进入一个全新的多元时尚阶段，除了ONLY、MORGAN等外资品牌占主流地位外，本土女装品牌也对多元时尚跃跃欲试。在中国女装市场居前十位的品牌中，前五名全部为国外品牌。国内女装品牌主要集中在广州、深圳、温州、杭州等地。全国女装业产量、内销、出口多年保持高速增长势头。但是，由于女装市场淘汰率过高，因此在全国女装市场日益繁荣的同时，不少企业不断的亏损或濒临倒闭。我国制造的女装数量已超过世界各国产量的总和，并占据着全球20%的市场。中国女装行业的市场竞争格局，正由过去的降价竞争快速变成款式、时尚、销售环境等综合因素的竞争。面对全新的市场环境，只有在价值取向、行为准则、职业素养、任职能力等方面发现不足和缺陷，女装企业才能生存和发展。在大多数女装徘徊在打折与走量之中时，也有部分品牌能够脱颖而出成为其中的佼佼者。

服装市场瞬息万变，女装更是如此。近几年中国女装将出现品牌数量减少、单品牌质量提高并会出现一批非常优质的品牌的趋势。而在终端市场上，品牌商直接与强势百货商场联姻、品牌商直接与优秀终端加盟商合作。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。未来女装将向多品牌战略发展。伴随着市场的开拓，女装行业多重商机将会越来越明显。女装是服装销售的主力。近年来我国女装业发展很快，与国际先进水平相比我国的差距也在逐渐缩小。女装业正在品牌经营的道路上向产业升级的方向发展，女装生产经营企业日臻成熟，其表现为：女装经营者品牌经营的理念越来越强，企业生产经营的综合水平在不断提高，优秀企业和企业家不断涌现。中国是服装大国，更是世界上最大的女性服装消费国。随着中国服装行业的发展及中国人均收入水平的提高，女装行业正在快速发展，女装行业也同时存在着巨大的市场机遇。

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、中国服装协会、中国纺织工业协会、全国商业信息中心、国内外相关服装报刊杂志等公布和提供的大量资料，对我国女装行业发展现状、市场发展、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。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。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS第一部分 行业发展分析

第一章 2010年中国女装行业发展分析 1

第一节 2010年中国女装行业发展状况 1

一、中国女装行业概况 1

二、中国女装的发展状况 6

三、中国女装产业存在的问题 8

第二节 2010年中国女装行业发展分析 12

一、中国女装企业知识产权纠纷分析 12

二、中国女装产业发展困扰因素分析 14

三、中国女装高档化发展分析 15

第三节 2010年中国服装行业发展分析 16

一、2010年中国服装行业发展状况 16

二、2010年中国服装品牌企业发展状况 19

三、2010年中国服装行业发展趋势 22

四、2010年中国服装行业的主基调 27

五、2010年中国服装行业的发展机遇 29

六、2010年中国服装行业面临的问题 32

第二章 2010年中国服装行业经济运行分析 35

第一节 2009-2010年中国服装行业经济运行情况 35

一、2009年中国服装行业经济运行分析 35

二、2010年中国服装行业经济运行分析 43

第二节 2009-2010年中国服装行业经济指标分析 47

一、2009-2010年全国服装产量 47

二、2009-2010年全国服装工业销售产值 53

三、2009-2010年全国服装制造利润总额 59

四、2009-2010年服装出厂价格指数情况 65

## 第二部分 市场发展分析

### 第三章 2010年国际女装市场分析 71

#### 第一节 俄罗斯女装市场分析 71

- 一、俄罗斯服装市场现状 71
- 二、俄罗斯女装市场流行趋势 72
- 三、俄罗斯人对中国品牌的消费态度 73

#### 第二节 意大利女装市场分析 75

- 一、意大利女装市场发展情况 75
- 二、意大利女装进出口基本情况 79
- 三、意大利女装市场走势 80
- 四、意大利女装企业对中国市场开拓 81

#### 第三节 法国女装市场分析 83

- 一、法国女装市场概况 83
- 二、法国女装市场进出口情况 85
- 三、法国女装生产情况 85
- 四、法国女装消费者分析 86
- 五、法国女装市场进入分析 88
- 六、对中国进口服装产品的限制措施 89

#### 第四节 韩国女装市场分析 91

- 一、韩国女装市场的引导者 91
- 二、韩国女服装品牌市场分析 92

#### 第五节 其他国家女装市场分析 93

- 一、美国女装市场分析 93
- 二、日本女装市场分析 94

### 第四章 2010年中国女装市场分析 101

#### 第一节 2010年中国女装市场分析 101

- 一、中国女装行业市场现状 101
- 二、中国女装行业市场分析 102
- 二、中国女装市场发展情况 106
- 四、中国女装市场构成 107
- 五、中国女装的市场需求 108

#### 第二节 2010年中国女装品牌分析 109

- 一、中国女装品牌分布 109
- 二、中国女装市场品牌发展状况 109
- 三、中国品牌女装市场分析 110
- 四、中国女装品牌消费趋势分析 111
- 五、国内外女装品牌竞争分析 112
- 第三节 2010年中国女装消费市场分析 115
  - 一、中高档中年女装消费市场分析 115
  - 二、中国女装消费市场的发展潜力 117
  - 三、中国女装消费顾客分析 118
- 第四节 中国服装市场分析 120
  - 一、2009年服装消费市场销售状况 120
  - 二、2010年中国服装市场销售情况分析 121
  - 三、2010年中国服装网购市场分析 124
  - 四、2010年中国服装市场趋势分析 124
  - 五、2010年中国服装零售市场销售形势 126
- 第五章 女装细分市场分析 129
  - 第一节 中国女装细分市场分析 129
    - 一、服装市场细分 129
    - 二、中国女装市场细分 132
    - 三、中国成熟女装市场细分 135
    - 四、新形势下丝绸女装发展分析 137
  - 第二节 2010年中国职业女装市场分析 140
    - 一、中国职业女装市场分析 140
    - 二、中国职业女装市场销售分析 142
    - 三、中国职业服装市场需求情况 143
    - 四、中国职业女装市场前景 146
  - 第三节 2010年中国女性内衣市场分析 148
    - 一、中国女性内衣市场发展的动力 148
    - 二、中国女性内衣消费特点分析 149
    - 三、中国女性内衣市场新目标 152
    - 四、中国女性内衣细分趋势明显 154
    - 五、中国高档女性内衣市场销售特征与趋势分析 157

第四节 运动休闲女装市场分析	162
第六章 中国女装区域市场分析	165
第一节 杭州女装分析	165
一、杭派女装	165
二、杭派女装的现状	169
三、杭派女装的优势	172
四、杭州女装市场分析	173
五、深圳女装与杭州女装比较	177
第二节、深圳女装分析	180
一、深圳国内外女装品牌竞争	180
二、深圳女装打响区域品牌战	181
三、深圳女装的经营状况	185
四、深圳高端女装谋求升级发展	195
第三节 其他女装市场分析	196
一、2009年北京女装市场分析	196
二、郑州女装业现状分析	201
三、泉州女装业现状分析	203
第四节 2009-2010年全国各区市场销售情况	204
一、2009年11月女装市场销售分析	204
二、2010年2月女装市场销售分析	206
三、2010年5月女装市场销售分析	208
四、2010年6月女装市场销售分析	210
第七章 2010年中国女装进出口分析	213
第一节 2010年中国女装出口分析	213
一、2010中国我国服装出口情况	213
二、2010年泉州服装出口情况	217
三、英国服装需求情况	218
四、日本对进口服装要求	219
第二节 2009-2010年欧美对华纺织品服装召回情况分析	221
一、欧盟REPA系统对华纺织品服装的实施情况	221
二、美国消费品安全委员会（CPSC）对华纺织品服装的实施情况	224
第三节 影响中国服装出口的因素分析	227

一、绿色壁垒对我国服装出口的影响	227
二、中国服装品牌对服装出口的影响	228
三、服装质量对服装出口的影响	229
四、反倾销对我国服装出口的影响	230
五、环保对我国服装出口的影响	230
第八章 女装产业链分析	233
第一节 2010年中国纺织产业发展分析	233
一、2010年中国纺织产业现状	233
二、中国纺织产业主要问题	235
三、2009-2010年纺织原料价格分析	236
四、2010年上海纺织服装行业经济运行	237
第二节 2010年中国面料行业分析	240
一、中国面料市场分析	240
二、2010中国面料市场流行趋势	243
三、浙江面料市场错位竞争	245
四、休闲面料市场分析	250
五、中国面料市场价格趋势	252
第三节 国内外面料市场分析	253
一、国内面料市场竞争情况	253
二、国外服装面料的现状和发展趋势	256
三、国内服装面料现状及发展方向	258
四、中国女装面料全方位演绎时尚内涵	261
第三部分 市场营销分析	
第九章 2010年中国女装市场营销分析	267
第一节 中国服装信息化分析	267
一、服装企业信息化应用现状与问题	267
二、解决服装信息化困境的对策	268
三、华东服装行业信息化管理需求分析	270
第二节 中国女装市场运营分析	277
一、中国服装市场运营分析	277
二、中国女装市场销售特点	278
三、中国女装品牌经营现状及发展分析	279



第三节 中国女装市场营销分析	284
一、女装视觉营销	284
二、女装顾客数据库建设	286
三、女装行业营销新渠道模式	287
四、中高档中年女装市场营销策略分析	288
第四部分 行业竞争分析	
第十章 2010年女装行业竞争分析	291
第一节 2010年中国女装市场竞争分析	291
一、中国女装市场竞争情况分析	291
二、中国女装企业竞争现状分析	291
三、中国女装市场进入多元化竞争	293
第二节 中国女装市场上国际品牌	295
一、国际女装品牌进入中国的方式	295
二、国际女装品牌的优势	296
三、韩国服装市场中的主流进军中国市场	299
四、中国女装品牌面临国际多元化竞争市场策略	303
第三节 中国女装品牌竞争分析	304
一、中国女装品牌竞争分析	304
二、中国女装品牌市场竞争进入细分时代	307
第四节 中国女装竞争策略	308
一、中国服装提高国际市场竞争力	308
二、中国服装品牌提高市场综合竞争力	310
三、中国女装市场竞争策略	312
第五节 国外女装在华竞争分析	316
一、韩国美伊恋品牌服装在华女装市场竞争	316
二、法国芭碧妮娅在华女装市场竞争分析	317
三、菲格迪娅在中国女装市场竞争分析	318
四、箩伦诗在华高端女装市场竞争分析	320
五、韩国左娜拉在华女装市场竞争状况	320
第十一章 女装重点竞争企业分析	323
第一节 哥弟	323
一、企业基本概述	323

二、企业营销分析	323
第二节 ONLY	324
一、企业基本概述	324
二、企业品牌定位	325
三、企业品牌特点	326
四、企业营销渠道分析	327
第三节 ETAM	328
一、企业基本概述	328
二、2010年企业经营状况	332
第四节 歌莉娅	332
一、企业基本概述	332
二、企业营销策略	333
三、企业品牌建设	335
第五节 太平鸟	338
一、企业基本概述	338
二、企业经营范围	338
三、企业发展历程	340
第六节 CCSTORY	342
一、企业基本概述	342
二、企业价格定位	343
三、企业产品品质要求	343
四、企业目标顾客	343
五、企业品牌建设	344
第七节 CHANEL	346
一、企业基本概述	346
二、企业品牌建设	347
三、企业在中国情况	349
第八节 VERSACE	351
一、企业基本概述	351
二、企业在中国市场战略	354
三、金融危机下企业发展状况分析	356
四、2009年公司在亚洲市场扩张分析	358

## 第九节 CK 358

### 一、企业基本概述 358

### 二、企业品牌分析 360

## 第十节 其他女装企业 362

### 一、LV 362

### 二、Dior 364

### 三、Prada 364

### 四、KENZO 365

### 五、Gucci 366

### 六、Valentino 368

## 第五部分 行业发展趋势

## 第十二章 2010-2015年中国女装行业发展趋势 375

### 第一节 2010-2015年中国女装行业发展趋势 375

#### 一、2010-2015年中国服装行业发展趋势 375

#### 二、2010-2015年中国女装市场发展趋势 377

#### 三、2011女装运动休闲流行趋势 378

#### 四、中国高级女装品牌市场发展趋势分析 380

### 第二节 2010-2015年中国女装面料发展趋势 386

#### 一、2010-2015年中国纺织面料流行趋势 386

#### 二、2011女装色彩及面料趋势分析 387

### 第三节 未来中女装行业发展方向 387

#### 一、中国女装开创个性时尚新时代 387

#### 二、中国服装企业未来发展方向 394

## 第六部分 营销策略与投资分析

## 第十三章 中国女装行业营销策略分析 397

### 第一节 女装营销策略分析 397

#### 一、女装营销渠道分析 397

#### 二、女装品牌渠道建设策略分析 399

#### 三、女装存货的管理消化方案 403

### 第二节 女装品牌企业发展策略分析 404

#### 一、女装品牌发展策略 404

#### 二、中国女装行业品牌走势分析 407

三、女装品牌代理策略	410
四、女装品牌终端经营策略	411
第十四章 中国女装投资分析	415
第一节 中国女装市场赢利分析	415
一、中国女装盈利趋于社会平均利润值	415
二、国内女装高端化成盈利增长点	421
第二节 中国女装投资前景分析	422
一、时尚潮流的中高档女装前景	422
二、中国女装市场商机分析	423
三、女装行业面临发展机遇	429
第三节 中国女装投资经营分析	430
一、女装店在选址时应注意哪些问题	430
二、服装店选址要注意商圈的选择	431
三、折扣女装店前期投资分析及运作	433
四、加盟女装注意事项	435
第四节 中国女装投资分析	436
一、女装消费市场投资契机	436
二、女装行业投资分析	437

## 图表目录

图表：在知识产权的保护中应当承担主要责任的调查情况	12
图表：知识产权普及情况	13
图表：服装企业知识产权纠纷情况	13
图表：服装企业解决知识产权纠纷态度分析	14
图表：2003-2009年服装行业生产情况	36
图表：2009年1-11月份规模以上企业完成服装产量情况	36
图表：2007-2009年消费品及衣着消费增长情况	40
图表：大商场服装销售增幅情况	40
图表：2009年1-11月全国消费价格指数	41
图表：2006-2009年服装消费价格指数变化情况	41
图表：大型零售店商业企业产品价格指数月变化情况	42
图表：2009年1-11月份我国服装进口情况	42
图表：2009年1-11月份我国服装出口情况	43

图表：2009-2010年全国服装产量 47  
图表：2009-2010年北京服装产量 47  
图表：2009-2010年天津服装产量 47  
图表：2009-2010年河北服装产量 47  
图表：2009-2010年山西服装产量 48  
图表：2009-2010年内蒙古服装产量 48  
图表：2009-2010年辽宁服装产量 48  
图表：2009-2010年吉林服装产量 48  
图表：2009-2010年黑龙江服装产量 48  
图表：2009-2010年上海服装产量 49  
图表：2009-2010年江苏服装产量 49  
图表：2009-2010年浙江服装产量 49  
图表：2009-2010年安徽服装产量 49  
图表：2009-2010年福建服装产量 49  
图表：2009-2010年江西服装产量 50  
图表：2009-2010年山东服装产量 50  
图表：2009-2010年河南服装产量 50  
图表：2009-2010年湖北服装产量 50  
图表：2009-2010年湖南服装产量 50  
图表：2009-2010年广东服装产量 51  
图表：2009-2010年广西服装产量 51  
图表：2009-2010年海南服装产量 51  
图表：2009-2010年重庆服装产量 51  
图表：2009-2010年四川服装产量 51  
图表：2009-2010年贵州服装产量 52  
图表：2009-2010年云南服装产量 52  
图表：2009-2010年陕西服装产量 52  
图表：2009-2010年甘肃服装产量 52  
图表：2009-2010年青海服装产量 52  
图表：2009-2010年宁夏服装产量 53  
图表：2009-2010年新疆服装产量 53  
图表：2009-2010年全国服装工业销售产值 53

图表：2009-2010年北京服装工业销售产值 53  
图表：2009-2010年天津服装工业销售产值 53  
图表：2009-2010年河北服装工业销售产值 54  
图表：2009-2010年山西服装工业销售产值 54  
图表：2009-2010年内蒙古服装工业销售产值 54  
图表：2009-2010年辽宁服装工业销售产值 54  
图表：2009-2010年吉林服装工业销售产值 54  
图表：2009-2010年黑龙江服装工业销售产值 55  
图表：2009-2010年上海服装工业销售产值 55  
图表：2009-2010年江苏服装工业销售产值 55  
图表：2009-2010年浙江服装工业销售产值 55  
图表：2009-2010年安徽服装工业销售产值 55  
图表：2009-2010年福建服装工业销售产值 56  
图表：2009-2010年江西服装工业销售产值 56  
图表：2009-2010年山东服装工业销售产值 56  
图表：2009-2010年河南服装工业销售产值 56  
图表：2009-2010年湖北服装工业销售产值 56  
图表：2009-2010年湖南服装工业销售产值 57  
图表：2009-2010年广东服装工业销售产值 57  
图表：2009-2010年广西服装工业销售产值 57  
图表：2009-2010年海南服装工业销售产值 57  
图表：2009-2010年重庆服装工业销售产值 57  
图表：2009-2010年四川服装工业销售产值 58  
图表：2009-2010年贵州服装工业销售产值 58  
图表：2009-2010年云南服装工业销售产值 58  
图表：2009-2010年陕西服装工业销售产值 58  
图表：2009-2010年甘肃服装工业销售产值 58  
图表：2009-2010年青海服装工业销售产值 59  
图表：2009-2010年宁夏服装工业销售产值 59  
图表：2009-2010年新疆服装工业销售产值 59  
图表：2009-2010年全国服装制造利润总额 59  
图表：2009-2010年北京服装制造利润总额 59

图表：2009-2010年天津服装制造利润总额 60

图表：2009-2010年河北服装制造利润总额 60

图表：2009-2010年山西服装制造利润总额 60

图表：2009-2010年内蒙古服装制造利润总额 60

图表：2009-2010年辽宁服装制造利润总额 60

图表：2009-2010年吉林服装制造利润总额 61

图表：2009-2010年黑龙江服装制造利润总额 61

图表：2009-2010年上海服装制造利润总额 61

图表：2009-2010年江苏服装制造利润总额 61

图表：2009-2010年浙江服装制造利润总额 61

图表：2009-2010年安徽服装制造利润总额 62

图表：2009-2010年福建服装制造利润总额 62

图表：2009-2010年江西服装制造利润总额 62

图表：2009-2010年山东服装制造利润总额 62

图表：2009-2010年河南服装制造利润总额 62

图表：2009-2010年湖北服装制造利润总额 63

图表：2009-2010年湖南服装制造利润总额 63

图表：2009-2010年广东服装制造利润总额 63

图表：2009-2010年广西服装制造利润总额 63

图表：2009-2010年海南服装制造利润总额 63

图表：2009-2010年重庆服装制造利润总额 64

图表：2009-2010年四川服装制造利润总额 64

图表：2009-2010年贵州服装制造利润总额 64

图表：2009-2010年云南服装制造利润总额 64

图表：2009-2010年陕西服装制造利润总额 64

图表：2009-2010年甘肃服装制造利润总额 65

图表：2009-2010年青海服装制造利润总额 65

图表：2009-2010年宁夏服装制造利润总额 65

图表：2009-2010年新疆服装制造利润总额 65

图表：2009年1月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 65

图表：2009年2月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年3月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年4月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年5月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年6月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年7月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 66

图表：2009年8月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2009年9月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2009年10月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2009年11月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2009年12月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2010年1月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 67

图表：2010年2月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年3月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年4月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年5月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年6月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年7月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 68

图表：2010年8月纺织服装、鞋、帽制造业出厂价格指数 69

图表：2004-2007年意大利女装产业销售收入变化图 75

图表：2004-2007年意大利女装产业产值变化图 76

图表：2004-2007年意大利女装产业实现贸易顺差变化图 76

图表：2004-2007年意大利国内市场女装消费金额变化图 77

图表：意大利按营业收入排名前十位的女装企业 78

图表：意大利按净利润排名前十位的女装企业 78

图表：2009年以来全国百家重点大型零售企业各月服装类商品零售额同比增速 127

图表：2010年1-6月全国百家重点大型零售企业各类服装零售量累计增速 128

图表：2009年11月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 204

图表：2009年11月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 205

图表：2009年11月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率 205

图表：2009年11月华中女装市场排名前十品牌市场综合占有率 205

图表：2009年11月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率 206

图表：2009年11月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 206

图表：2010年2月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 206



图表：2010年2月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 207

图表：2010年2月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率 207

图表：2010年2月华中女装市场排名前十品牌市场综合占有率 207

图表：2010年2月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率 208

图表：2010年2月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 208

图表：2010年5月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 208

图表：2010年5月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 209

图表：2010年5月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率 209

图表：2010年5月华中女装市场排名前十品牌市场综合占有率 209

图表：2010年5月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率 210

图表：2010年5月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 210

图表：2010年6月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 210

图表：2010年6月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 211

图表：2010年6月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率 211

图表：2010年6月华中女装市场排名前十品牌市场综合占有率 211

图表：2010年6月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率 212

图表：2010年6月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率 212

图表：2006-2010年上半年欧盟对华通报产品数量变化趋势 222

图表：2009年欧盟产品通报前10位的国家（地区） 222

图表：2010年上半年欧盟产品通报前10位的国家（地区） 222

图表：2008-2010年上半年欧盟召回纺织服装类产品增长情况 223

图表：2009-2010年上半年欧盟REPA召回纺织品服装原因情况 224

图表：2009-2010年上半年美国CPSC召回通报国家（地区）情况 225

图表：2008-2010年上半年美国召回纺织服装类产品增长情况 225

图表：2009-2010年上半年美国召回纺织服装类产品分类分布情况 226

图表：2009年美国召回纺织服装类产品原因情况 227

图表：2010年纺织业工业增加值增速情况 233

图表：2010年国内棉花价格情况 233

图表：2010年纺织业投资增长情况 234

图表：2008年7月-2010年6月上海规模以上企业工业生产总值走势 238

图表：2008年7月-2010年6月上海规模以上企业出口交货值完成情况 239

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201012/55621.html>