

2013-2017年中国服装行业产销需求与发展前景预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：环境与现状篇	13
1.1 中国服装行业发展环境分析	14
1.1.1 服装行业定义及分类.....	14
1.1.2 服装行业统计标准.....	15
(1) 服装行业统计部门和统计口径.....	15
(2) 服装行业统计方法.....	15
(3) 服装行业数据种类.....	15
1.1.3 服装行业发展环境分析.....	17
(1) 政策环境分析.....	17
(2) 经济环境分析.....	19
(3) 社会环境分析.....	20
1.2 中国服装行业发展现状分析	22
1.2.1 中国服装行业发展状况分析.....	22
(1) 中国服装行业发展总体概况.....	22
(2) 中国服装行业发展主要特点.....	23
(3) 服装行业经营情况分析.....	24
1) 服装行业经营效益分析.....	24
2) 服装行业盈利能力分析.....	25
3) 服装行业运营能力分析.....	25
4) 服装行业偿债能力分析.....	26
5) 服装行业发展能力分析.....	26
1.2.2 服装行业经济指标分析.....	27
(1) 服装行业经济效益影响因素.....	27
(2) 服装行业主要经济指标分析.....	28
(3) 不同规模企业经济指标分析.....	30
(4) 不同性质企业经济指标分析.....	35
1.2.3 服装行业供需平衡分析.....	44
(1) 全国服装行业供给情况分析.....	44
1) 全国服装行业总产值分析.....	44
2) 全国服装行业产成品分析.....	45
(2) 各地区服装行业供给情况分析.....	45
1) 总产值排名前10个地区分析.....	45
2) 产成品排名前10个地区分析.....	46
(3) 全国服装行业需求情况分析.....	47
1) 全国服装行业销售产值分析.....	47
2) 全国服装行业销售收入分析.....	48
(4) 各地区服装行业需求情况分析.....	48
1) 销售产值排名前10个地区分析.....	48
2) 销售收入排名前10个地区分析.....	50
(5) 全国服装行业产销率分析.....	51
1.3 重点地区服装行业发展分析	52
1.3.1 服装行业的区域结构特征.....	52
(1) 行业区域结构总体特征.....	52
(2) 行业区域集中度分析.....	55
(3) 行业区域分布特点分析.....	57
(4) 行业企业数的区域分布.....	57
(5) 行业规模指标的区域分布.....	58
(6) 行业效益指标的区域分布.....	59
1.3.2 广东省服装行业发展分析.....	60
(1) 广东省服装行业发展规划及配套措施.....	60
(2) 广东省服装行业在行业中的地位变化.....	61

(3) 广东省服装行业经济运行状况分析.....	61
1.3.3 浙江省服装行业发展分析.....	63
(1) 浙江省服装行业发展规划及配套措施.....	63
(2) 浙江省服装行业在行业中的地位变化.....	64
(3) 浙江省服装行业经济运行状况分析.....	64

……另有6家企业分析

第2章：竞争与并购篇	84
2.1 中国服装行业市场竞争分析	85
2.1.1 国内服装行业竞争格局分析.....	85
(1) 不同性质企业间的竞争格局.....	85
(2) 不同规模企业间的竞争格局.....	85
(3) 不同区域间的竞争格局分析.....	86
2.1.2 外资服装品牌在中国的扩张分析.....	86
(1) 国际服装品牌竞争力状况.....	87
(2) 外资品牌在中国的布局分析.....	88
(3) 外资品牌的扩张风险分析.....	90
2.1.3 服装行业竞争结构分析.....	91
(1) 现有企业间的竞争分析.....	91
1) 同业竞争者的竞争强度.....	91
2) 同业竞争者的竞争层次.....	92
(2) 行业潜在进入威胁分析.....	93
(3) 供应商议价能力分析.....	95
(4) 下游客户议价能力.....	96
(5) 服装行业竞争环境小结.....	97
2.2 中国服装行业并购整合分析	98
2.2.1 服装行业并购整合阶段.....	98
2.2.2 服装行业并购整合情况.....	98
(1) 行业并购总体情况.....	98
1) 并购总金额.....	98
2) 并购案件数.....	99
3) 平均并购金额.....	99
(2) 海内外并购情况.....	99
1) 国内并购.....	99
2) 海外并购.....	101
3) 外资并购.....	103
2.2.3 服装行业并购整合动因分析.....	103
(1) 实现多品牌战略.....	104
(2) 通往高端化、国际化.....	104
(3) 巩固、提升市场地位.....	104
(4) 借壳上市.....	105
2.2.4 服装行业并购整合特征分析.....	105
(1) 资本助力.....	105
(2) 并购方式多样化.....	105
(3) 跨国并购增多.....	106
第3章：市场与前景篇	107
3.1 中国服装行业国际贸易市场分析	108
3.1.1 服装行业国际经济环境分析.....	108
(1) 2012年全球经济对本行业的影响.....	108
(2) 2012年主要国家经济运行态势.....	108
3.1.2 服装行业国际贸易政策环境分析.....	109
(1) 中国纺织品进出口关税调整情况.....	109
1) 出口退税调整政策.....	109
2) 进口关税调整政策.....	110
(2) 主要国家对华纺织品贸易政策分析.....	110
1) 美国纺织品贸易壁垒分析.....	110
2) 中美纺织品贸易摩擦情况.....	111
3) 主要国家对华纺织品贸易政策动向.....	111

(3) 国际服装行业贸易政策趋势展望.....	112
3.1.3 中国服装行业出口形势分析.....	113
(1) 服装进出口总体情况.....	113
(2) 主要出口目的国分析.....	113
(3) 主要出口产品分析.....	115
3.1.4 中国主要纺织服装出口市场分析.....	117
(1) 美国纺织服装市场分析.....	117
(2) 英国纺织服装市场分析.....	118
(3) 意大利纺织服装市场分析.....	119
(4) 德国纺织服装市场分析.....	120
(5) 法国纺织服装市场分析.....	121
(6) 日本纺织服装市场分析.....	121
3.1.5 中国纺织服装行业海外营销策略分析.....	122
(1) 纺织服装企业海外市场营销策略分析.....	122
(2) 海外市场营销案例分析——波司登集团.....	124
3.2 中国服装行业主要产品市场分析.....	126
3.2.1 按消费人群划分的细分产品市场分析.....	126
(1) 中国男装市场发展分析.....	126
1) 男装行业市场规模.....	126
2) 男装行业生命周期.....	126
3) 男装行业利润水平.....	128
4) 男装行业存货水平.....	128
5) 男装市场竞争格局.....	129
6) 男装市场渠道结构.....	131
(2) 中国女装市场发展分析.....	132
1) 女装行业市场规模.....	132
2) 女装行业生命周期.....	133
3) 女装行业利润水平.....	135
4) 女装行业存货水平.....	136
5) 女装市场竞争格局.....	137
6) 女装市场渠道结构.....	140
(3) 中国童装市场发展分析.....	142
1) 童装行业市场规模.....	142
2) 童装行业生命周期.....	143
3) 童装行业利润水平.....	143
4) 童装市场竞争格局.....	144
5) 童装市场渠道结构.....	145
3.2.2 按穿着场合划分的细分产品市场分析.....	146
(1) 中国休闲服市场分析.....	146
1) 休闲服行业市场规模.....	146
2) 休闲服行业生命周期.....	146
3) 休闲服行业利润水平.....	147
4) 休闲服行业存货水平.....	148
5) 休闲服市场竞争格局.....	149
6) 休闲服市场渠道结构.....	151
(2) 中国运动服市场分析.....	152
1) 运动服行业市场规模.....	152
2) 运动服行业生命周期.....	153
3) 运动服行业利润水平.....	153
4) 运动服行业存货水平.....	154
5) 运动服市场竞争地位.....	155
6) 运动服市场渠道结构.....	155
3.2.3 中国内衣及其细分产品市场分析.....	157
(1) 中国内衣市场分析.....	157
1) 内衣行业市场规模.....	157
2) 内衣行业生命周期.....	157
3) 内衣行业利润水平.....	159
4) 内衣行业存货水平.....	160
5) 内衣市场竞争格局.....	160

6) 内衣市场渠道结构.....	162
(2) 中国文胸市场分析.....	170
1) 文胸市场规模与容量.....	170
2) 文胸市场竞争格局.....	170
3) 文胸市场消费特点.....	171
4) 文胸市场营销策略.....	175
(3) 中国内裤市场分析.....	176
1) 内裤市场规模与容量.....	176
2) 内裤市场竞争格局.....	176
3) 内裤市场消费特点.....	177
4) 内裤市场营销策略.....	178
(4) 中国保暖内衣市场分析.....	179
1) 保暖内衣市场发展阶段.....	179
2) 保暖内衣市场竞争格局.....	180
3) 保暖内衣市场消费特点.....	180
4) 保暖内衣市场营销策略.....	182
(5) 中国塑身内衣市场分析.....	183
1) 塑身内衣市场规模与容量.....	183
2) 塑身内衣市场竞争格局.....	184
3) 塑身内衣市场消费特点.....	184
4) 塑身内衣市场营销策略.....	185
(6) 中国家居服市场分析.....	186
1) 家居服市场规模与容量.....	186
2) 家居服市场竞争格局.....	186
3) 家居服市场消费特点.....	188
4) 家居服市场营销策略.....	189
3.3 中国服装行业原材料市场分析.....	191
3.3.1 棉原料市场分析.....	191
(1) 国内棉花市场供给分析.....	191
1) 棉花供给总量分析.....	191
2) 棉花供给区域分布.....	191
3) 全国棉花单产情况.....	192
4) 国内棉花供给变化影响因素分析.....	194
(2) 国内棉花市场需求分析.....	195
1) 棉农棉花销售情况.....	195
2) 国内棉花市场需求分析.....	195
3) 国内外棉花市场价格分析.....	196
3.3.2 麻原料市场分析.....	200
(1) 全球麻原料供给分析.....	200
1) 主要麻纺原料供给情况.....	200
2) 麻纺原料供给的国家分布.....	202
3) 中国麻类作物的国际地位分析.....	203
(2) 中国麻类种植面积与主要产区.....	204
(3) 国内麻类作物产量变化与影响因素.....	206
1) 中国麻类作物产量变化情况.....	206
2) 麻类作物产量变化影响因素.....	208
(4) 中国农村居民麻类销售情况.....	209
1) 麻原料销售量变化.....	209
2) 麻原料收购价格变化.....	209
(5) 中国麻原料进出口市场分析.....	210
1) 麻原料进出口总额分析.....	210
2) 麻纺原料进口价格分析.....	210
(6) 国内外麻原料价格变化影响因素.....	212
3.3.3 服装面料市场分析.....	214
(1) 服装面料行业发展状况分析.....	215
1) 行业发展规模分析.....	215
2) 行业供给状况分析.....	216
3) 行业需求状况分析.....	217
4) 行业经营利润分析.....	218

(2) 服装面料主要产品市场供需分析.....	220
1) 坯布市场供需现状分析.....	220
2) 棉布市场供需现状分析.....	223
3) 麻布市场供需现状分析.....	226
4) 其他面料产品主产区分析.....	231
3.3.4 服装原材料市场对本行业的影响分析.....	234
(1) 原料供给对本行业的影响分析.....	234
(2) 面料供给对本行业的影响分析.....	234
3.4 中国服装行业发展趋势与前景预测.....	236
3.4.1 服装行业竞争趋势前瞻.....	236
(1) 市场细化，竞争加剧.....	236
(2) 竞争日趋国际化.....	236
(3) 竞争手段多样化.....	236
(4) 转战二三线城市.....	236
(5) 电商竞争更加激烈.....	237
(6) 建立快速反应的运营体系是新趋势.....	237
3.4.2 服装行业并购整合趋势前瞻.....	238
(1) 并购规模：并购将继续保持活跃状态.....	238
(2) 并购主体：品牌服装将成为行业并购的主体.....	238
(3) 并购方式：继续上演大鱼吃小鱼.....	239
3.4.3 主要产品市场发展趋势与前景预测.....	239
(1) 男装市场发展趋势前瞻.....	239
(2) 女装市场发展前景预测.....	241
(3) 童装市场发展趋势与前景.....	242
(4) 休闲服市场发展趋势与前景.....	243
(5) 运动服市场发展趋势与前景.....	245
(6) 内衣市场发展趋势与前景.....	245
(7) 其他服装产品发展趋势.....	247
第4章：企业商业模式案例篇.....	249
4.1 典型服装企业商业模式案例分析.....	250
4.1.1 传统模式下企业面临的问题分析.....	250
(1) 产品严重过剩.....	250
(2) 经营成本上升.....	251
(3) 对外贸易份额下滑.....	251
(4) 企业经营同质化.....	252
(5) 消费者需求变化.....	252
4.1.2 中国服装行业SPA模式分析.....	253
(1) 服装业SPA模式发展.....	253
1) 国外SPA模式的发展.....	253
2) 国内SPA模式的发展.....	253
(2) SPA模式的运作特点.....	254
1) SPA模式特征.....	254
2) SPA四大模块.....	254
3) SPA模式结构.....	255
4) SPA基本思路.....	256
(3) SPA模式案例一：ZARA商业模式分析.....	257
1) 公司商业模式简图.....	257
2) 公司产品目标客户.....	259
3) 公司产品特色分析.....	259
4) 公司价值配置分析.....	260
5) 公司SPA模式经营效果.....	264
(4) SPA模式案例二：H&M商业模式分析.....	266
1) 公司经营特色分析.....	266
2) 公司产品系列分析.....	267
3) 公司价值配置分析.....	267
4) 公司SPA模式经营效果.....	269
(5) SPA商业模式小结.....	271
1) SPA模式的价值主张.....	271
2) SPA模式的盈利来源.....	271

3) SPA模式成功核心因素.....	272
4) SPA模式的运作策略.....	273
4.1.3 中国服装行业虚拟经营模式分析.....	276
(1) 虚拟经营实质与特征.....	277
(2) 服装行业虚拟经营必要性.....	278
(3) 案例一：耐克虚拟经营模式分析.....	279
1) 公司模式转型历程.....	279
2) 公司产品市场定位.....	279
3) 公司虚拟经营方式.....	279
4) 公司关键资源能力.....	281
5) 公司虚拟经营效果.....	283
(4) 案例二：李宁虚拟经营模式分析.....	283
1) 公司发展简介分析.....	283
2) 公司产品定位分析.....	283
3) 公司业务系统分析.....	284
4) 公司虚拟经营方式.....	284
5) 公司关键资源能力.....	285
6) 公司虚拟经营效果.....	288
(5) 虚拟经营模式小结.....	289
1) 虚拟经营的价值主张.....	289
2) 虚拟经营的盈利来源.....	289
3) 虚拟经营成功核心因素.....	290
(6) 实施虚拟经营的策略建议.....	290
1) 虚拟经营的战略安排.....	290
2) 虚拟经营的实施路径.....	292
3) 虚拟经营供应商开发.....	292
4) 虚拟经营的管理创新.....	294
5) 虚拟经营风险及控制.....	295
4.1.4 服装行业价值链延展模式分析.....	298
(1) 价值链延展模式特征.....	298
(2) 案例：雅戈尔全产业链模式分析.....	299
1) 公司背景介绍.....	299
2) 公司商业模式分析.....	300
3) 全产业链模式布局战略.....	300
4) 全产业链模式资源支撑.....	302
5) 全产业链模式经营成果.....	304
6) 全产业链模式的新挑战.....	305
(3) 价值链延展模式小结.....	307
1) 价值链延展模式的价值主张.....	307
2) 价值链延展模式的盈利来源.....	307
(4) 价值链延展模式运作策略.....	307
1) 价值链延展基本条件.....	307
2) 价值链延展实现路径.....	308
3) 价值链延展策略选择.....	308
4.1.5 服装行业电子商务模式分析.....	311
(1) 中国服装电子商务发展历程.....	311
(2) 案例一：“凡客”模式分析.....	312
1) 公司发展历程简介.....	312
2) 公司目标市场与定位.....	313
3) 公司业务系统分析.....	313
4) 公司商业模式运作.....	314
5) 公司商业模式启发.....	317
(3) 案例二：“七匹狼”模式分析.....	318
1) 公司发展历程简介.....	318
2) 公司目标市场与定位.....	318
3) 公司电子商务实现步骤.....	319
4) 公司经营业绩分析.....	320
(4) 服装B2C模式运作策略与建议.....	321
1) 服装B2C的优势与挑战.....	321

2) 服装B2C的运营关键要素.....	323
3) 传统品牌企业进入电商策略.....	324

图表目录

图表1: 服装产品的分类.....	14
图表2: 中国企业的市场主体分类.....	16
图表3: 中国不同所有制性质企业的划分.....	16
图表4: 近年来我国纺织服装行业相关政策法规.....	17
图表5: 2012年我国主要地区人均GDP情况(单位:元,美元).....	20
图表6: 2008-2012年我国城镇居民人均可支配收入(单位:元,%).....	21
图表7: 1995-2012年我国城镇居民消费结构情况(单位:%).....	21
图表8: 2007-2012年我国服装行业销售额及同比增速(单位:亿元,%).....	22
图表9: 我国服装行业的生命周期阶段.....	23
图表10: 我国服装行业发展的主要特点.....	23
图表11: 2011-2012年服装行业经营效益分析(单位:家,人,万元,%).....	25
图表12: 2011-2012年中国服装行业盈利能力分析(单位:%).....	25
图表13: 2011-2012年中国服装行业运营能力分析(单位:次).....	26
图表14: 2011-2012年中国服装行业偿债能力分析(单位:%,倍).....	26
图表15: 2011-2012年中国服装行业发展能力分析(单位:%).....	26
图表16: 我国服装行业经济效益的主要影响因素.....	27
图表17: 2011-2012年服装行业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	29
图表18: 2011-2012年中国大型服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	30
图表19: 2011-2012年中国中型服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	31
图表20: 2011-2012年中国小型服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	32
图表21: 2010-2012年不同规模企业数量比重变化趋势图(单位:%).....	33
图表22: 2010-2012年不同规模企业资产总额比重变化趋势图(单位:%).....	34
图表23: 2010-2012年不同规模企业销售收入比重变化趋势图(单位:%).....	34
图表24: 2010-2012年不同规模企业利润总额比重变化趋势图(单位:%).....	35
图表25: 2011-2012年国有服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	35
图表26: 2011-2012年集体服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	36
图表27: 2011-2012年股份合作服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	37
图表28: 2011-2012年股份制服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	38
图表29: 2011-2012年私营服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	39
图表30: 2011-2012年外商和港澳台投资服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	41
图表31: 2011-2012年其它性质服装企业主要经济指标分析表(单位:万元,人,家,%).....	42
图表32: 2010-2012年不同性质企业数量比重变化趋势图(单位:%).....	43
图表33: 2010-2012年不同性质企业资产总额比重变化趋势图(单位:%).....	43
图表34: 2010-2012年不同性质企业销售收入比重变化趋势图(单位:%).....	44
图表35: 2010-2012年不同性质企业利润总额比重变化趋势图(单位:%).....	44
图表36: 2008-2012年服装行业工业总产值及增长率走势(单位:亿元,%).....	45
图表37: 2008-2012年服装行业产成品及增长率走势图(单位:亿元,%).....	45
图表38: 2011-2012年工业总产值居前的10个地区分析表(单位:万元,%).....	46
图表39: 2012年工业总产值居前的10个地区比重图(单位:%).....	46
图表40: 2011-2012年产成品居前的10个地区分析表(单位:万元,%).....	47
图表41: 2012年产成品居前的10个地区比重图(单位:%).....	47
图表42: 2008-2012年服装行业销售产值及增长率趋势图(单位:亿元,%).....	48
图表43: 2008-2012年服装行业销售收入及增长率变化趋势图(单位:亿元,%).....	48
图表44: 2011-2012年销售产值居前的10个地区分析表(单位:万元,%).....	49
图表45: 2012年销售产值居前的10个地区比重图(单位:%).....	50
图表46: 2011-2012年销售收入居前的10个地区分析表(单位:万元,%).....	50
图表47: 2012年销售收入居前的10个地区比重图(单位:%).....	51
图表48: 2008-2012年全国服装行业产销率变化趋势图(单位:%).....	51
图表49: 2011-2012年中国服装行业区域市场分析表(单位:家,万元).....	52
图表50: 2011-2012年中国服装行业各区域企业数量对比图(单位:%).....	54
图表51: 2011-2012年中国服装行业各区域销售收入对比图(单位:%).....	54

图表52: 2011-2012年中国服装行业各区域资产比重图 (单位: %)	55
图表53: 2012年中国服装行业前二十地区销售收入排名情况 (单位: 亿元)	55
图表54: 2012年中国服装行业销售收入集中度分析 (按省份累计百分比) (单位: %)	56
图表55: 2008-2012年中国服装行业销售收入靠前的五地区占比分析 (单位: %)	56
图表56: 2008-2012年中国服装行业前五地区销售收入比例标准差占比分析 (单位: %)	57
图表57: 2012年服装行业企业数量区域分布 (单位: 家, %)	57
图表58: 2012年服装行业总资产总计按地区分布情况 (单位: 万元, %)	58
图表59: 2012年服装行业销售收入按地区分布情况 (单位: 万元, %)	59
图表60: 2012年服装行业利润总额和利润率按地区分布情况 (单位: 万元, %)	59
图表61: 2007-2012年广东省服装行业地位变化分析 (单位: %)	61
图表62: 2007-2012年广东省服装行业经济运行状况分析表 (单位: %, 倍, 次)	62
图表63: 2007-2012年浙江省服装行业地位变化分析 (单位: %)	64
图表64: 2007-2012年浙江省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	64
图表65: 2007-2012年江苏省服装行业地位变化分析 (单位: %)	67
图表66: 2007-2012年江苏省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	68
图表67: “十二五”规划期间福建省纺织工业发展目标 (单位: 亿元, %)	69
图表68: 2007-2012年福建省服装行业地位变化分析 (单位: %)	70
图表69: 2007-2012年福建省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	71
图表70: 2007-2012年山东省服装行业地位变化分析 (单位: %)	73
图表71: 2007-2012年山东省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	74
图表72: 2007-2012年河南省服装行业地位变化分析 (单位: %)	77
图表73: 2007-2012年河南省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	77
图表74: 2007-2012年湖南省服装行业地位变化分析 (单位: %)	80
图表75: 2007-2012年湖南省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	80
图表76: 2007-2012年湖北省服装行业地位变化分析 (单位: %)	82
图表77: 2007-2012年湖北省服装行业经济运行状况分析 (单位: %, 倍, 次)	83
图表78: 2007-2012年中国服装行业不同性质企业竞争格局 (按销售收入) (单位: %)	85
图表79: 2007-2012年中国服装行业不同规模企业竞争格局 (按销售收入) (单位: %)	86
图表80: 2007-2012年中国服装行业不同规模企业竞争格局 (按销售收入) (单位: %)	86
图表81: 国际服装知名品牌	87
图表82: 国际女装知名品牌	87
图表83: 国际男装知名品牌	88
图表84: 截止至2012年底国际快时尚品牌中国市场拓展情况 (单位: 家)	89
图表85: 截止至2012年底国际快时尚品牌中国城市布局情况 (单位: 个, 家, %)	90
图表86: 服装行业同业竞争者的竞争强度分析	91
图表87: 服装行业竞争层次分析	93
图表88: 服装行业进入壁垒分析	94
图表89: 服装行业吸引力分析	95
图表90: 服装下游客户议价能力分析	96
图表91: 服装下游客户议价能力分析	96
图表92: 服装行业五力竞争结构	97
图表93: 2001-2012年中国纺织服装行业并购总金额 (单位: 亿元)	98
图表94: 2001-2012年中国纺织服装行业并购案件数 (单位: 件)	99
图表95: 2001-2012年中国纺织服装行业平均并购金额 (单位: 亿元)	99
图表96: 新浪、中国动向入股麦考林 (单位: %)	100
图表97: 2005-2012年主要国家GDP增长情况 (单位: %)	108
图表98: 2005-2012年主要国家GDP总量 (单位: 十亿美元, 十亿日元, 百万欧元, 百万英镑, 亿元)	109
图表99: 2004年以来纺织、服装出口退税率调整情况 (单位: %)	110
图表100: 2012年我国麻类产品暂定税率调整 (单位: %)	110
图表101: 2011-2009年中国服装行业进出口情况 (单位: 万美元, %)	113
图表102: 2009-2009年中国服装产品出口总额走势 (单位: 万美元, %)	114
图表103: 2011-2009年中国服装产品出口国别分布 (单位: %)	114
图表104: 2009年中国服装产品对主要出口国的出口表现	115
图表105: 2010-2008年中国服装行业主要出口产品结构分析表 (单位: 万件, 万条, 万美元)	116
图表106: 2009-2009年中国主要服装产品出口价格情况表 (单位: 美元/件, 美元/条)	116
图表107: 2011-2009年美国纺织服装进口国别分布 (单位: 百万美元, %)	117
图表108: 2012-2010年美国向主要国家进口服装产品金额变化情况 (单位: %)	118
图表109: 服装出口企业海外市场营销策略	123
图表110: 波司登集团海外市场经营策略分析	124

图表111: 2004-2012年我国男装市场零售额及同比增速 (单位: 亿元, %)	126
图表112: 我国男装行业生命周期阶段	127
图表113: 2003-2014年我国高端男装零售额及预测 (单位: 亿元, %)	128
图表114: 2009-2012年我国男装主要品牌毛利率水平 (单位: %)	128
图表115: 2010-2012年我国男装主要品牌存货周转率 (单位: 次)	129
图表116: 2009-2012年我国男装主要品牌存货余额 (单位: 亿元)	129
图表117: 2012年我国男装主要品牌销售额及市场占有率 (单位: 亿元, %)	130
图表118: 国内男装行业尚处于低烈度竞争状态	130
图表119: 国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比	131
图表120: 2012年我国主要男装品牌销售门店数量及直营店数占比 (单位: 家, %)	132

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!