

2011-2015年女装行业市场 全景调研及投资评估深度研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年女装行业市场全景调研及投资评估深度研究报告》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/201202/82634.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

→内容简介

服装行业算得上是个永恒的朝阳产业，我国是世界上最大的服装消费国，尤其是女装，因为时尚、潮流性的诱导，让女人更新衣橱的频率也越来越高。近十年中国女装的发展是令人惊讶的。近年来，市场中涌现出一批具有相当实力的女装品牌，诞生了具有明显区域色彩的产业集群；中国女装的品牌化、规模化、时尚化、个性化趋势愈加明显。越来越多外国女装品牌加速在我国的扩张速度，H&M、ZARA、C&A已纷纷涌进中国市场并占据了领先优势，中国女装企业陷入价格战和终端的促销战的漩涡中，服装企业逐渐进入资本市场，通过重组、并购等途径来完成资本化运作，很多规模较大的女装企业目前都已延伸出不止一个品牌。中国女装企业正从单一品牌向多品牌、多品类过渡，以实现品牌化战略。多品牌、多品类是根据消费者需求的多样化发展，国内品牌拥有三个品牌及以上的企业有白领、影儿、赢家、艺之卉、印象、歌力思、舒朗等。

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。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。面对全新的市场环境，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。目前我国女装实现的年销售金额超过3000亿，零售量超过40亿件，市场容量巨大；但另一方面，其中销售收入超过4亿元的女装品牌不超过10家，集中度不高，这也为第一梯队中公司的兼并扩张提供了可能，未来女装市场的竞争主要质量与品牌的竞争。

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。未来女装将向多品牌战略发展。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。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。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 女装行业发展概述 1

第一节 女装定义及分类 1

一、女装的定义 1

二、女装的种类 1

三、女装的特性 1

第二节 女装行业的界定 4

一、行业特性分析 4

二、主要细分行业 6

三、产业链结构分析 6

第三节 女装行业发展成熟度分析 7

一、行业发展周期分析 7

二、行业中外市场成熟度对比 9

三、行业及其主要子行业成熟度分析 10

第二章 全球女装市场发展分析 11

第一节 2010年全球女装市场分析 11

一、2010年全球女装市场回顾 11

二、2010年全球女装市场环境 12

三、2010年全球女装产销分析 12

四、2010年全球女装流行趋势 12

第二节 2011年全球女装市场分析 13

一、2011年全球女装需求分析 13

二、2011年欧美女装需求分析 14

三、2011年全球女装产销分析 14

四、2011年中外女装市场对比	14
第三节 主要国家地区女装市场分析	17
一、2010-2011年美国女装市场分析	17
二、2010-2011年欧洲女装市场分析	18
三、2010-2011年日本女装市场分析	18
四、2010-2011年韩国女装市场分析	20
五、2010-2011年其他国家女装市场	21
第三章 我国女装行业发展现状	25
第一节 我国女装行业发展现状	25
一、我国女装行业发展现状	25
二、我国女装市场特点分析	27
三、我国女装设计现状分析	29
第二节 全国女装市场分析	32
一、2010年全国女装市场规模分析	32
二、2011年全国女装市场变化趋势	32
第三节 女装市场需求分析	33
一、2010年女装市场销量分析	33
二、2011年女装市场销量预测	33
第四节 女装市场价格分析	33
一、女装市场价格影响因素	33
二、2010年女装市场价格走势	34
三、2011年女装市场价格走势	34
第五节 2010-2011年女装行业发展分析	34
一、2010-2011年女装业产销存运行分析	34
二、2010-2011年女装行业利润情况分析	34
三、2011-2015年女装行业发展机遇分析	35
第六节 对中国女装市场的分析及思考	36
一、女装市场特点	36
二、女装市场分析	38
三、女装市场变化的方向	43
四、中国女装产业发展的新思路	44
五、对中国女装产业发展的思考	47

第四章 女装行业经济运行分析 49

第一节 2010-2011年女装产量分析 49

一、2010年女装产量分析 49

二、2011年女装产量分析 49

第二节 2010-2011年女装行业主要经济指标分析 49

一、2010年女装行业主要经济指标分析 49

二、2011年女装行业主要经济指标分析 51

第三节 2010-2011年我国女装行业绩效分析 52

一、2010-2011年行业产销情况 52

二、2010-2011年行业规模情况 60

三、2010-2011年行业盈利能力 66

四、2010-2011年行业经营发展能力 66

五、2010-2011年行业偿债能力分析 67

第五章 我国女装行业进出口分析 68

第一节 我国女装进口分析 68

第二节 我国女装出口分析 68

第三节 我国女装进出口分析 69

第六章 女装细分市场分析 71

第一节 孕妇装 71

一、2010-2011年行业发展现状分析 71

二、2010-2011年市场需求情况分析 73

三、2010-2011年市场规模情况分析 73

四、2010-2011年行业竞争格局分析 74

五、2011-2015年行业发展趋势分析 75

第二节 女性内衣 77

一、2010-2011年行业发展现状分析 77

二、2010-2011年市场需求情况分析 82

三、2010-2011年市场规模情况分析 83

四、2010-2011年行业竞争格局分析 84

五、2011-2015年行业发展趋势分析 88

第三节 婚纱 90

一、2010-2011年行业发展现状分析 90

二、2010-2011年市场需求情况分析	91
三、2010-2011年市场规模情况分析	93
四、2010-2011年行业竞争格局分析	94
五、2011-2015年行业发展趋势分析	96
第四节 旗袍	98
一、2010-2011年行业发展现状分析	98
二、2010-2011年市场需求情况分析	99
三、2010-2011年市场规模情况分析	100
四、2010-2011年行业竞争格局分析	100
五、2011-2015年行业发展趋势分析	101
第五节 女裤	104
一、2010-2011年行业发展现状分析	104
二、2010-2011年市场需求情况分析	106
三、2010-2011年市场规模情况分析	107
四、2010-2011年行业竞争格局分析	107
五、2011-2015年行业发展趋势分析	107
第六节 高级女装	108
一、2010-2011年行业发展现状分析	108
二、2010-2011年市场需求情况分析	109
三、2010-2011年市场规模情况分析	110
四、2010-2011年行业竞争格局分析	110
五、2011-2015年行业发展趋势分析	110
第七章 中国女装行业消费市场分析	114
第一节 中国女装消费者收入分析	114
一、中国人口、人民生活分析	114
二、2010-2011年消费者收入水平	114
三、2011年消费者信心指数分析	120
第二节 女装消费市场状况分析	122
一、女装行业消费特点	122
二、女装消费者分析	127
三、女装消费的市场变化	128
四、女装市场的消费方向	129

第三节 女装市场消费需求分析 129

一、女装市场的消费需求变化 129

二、女装行业的需求分析 130

三、2011年女装品牌市场消费需求分析 131

第八章 女装区域市场发展分析 135

第一节 北京 135

一、2010-2011年行业发展现状分析 135

二、2010-2011年市场需求情况分析 139

三、2010-2011年市场规模情况分析 139

四、2010-2011年行业竞争格局分析 140

五、2011-2015年行业发展趋势分析 140

第二节 上海 142

一、2010-2011年行业发展现状分析 142

二、2010-2011年市场需求情况分析 142

三、2010-2011年市场规模情况分析 142

四、2010-2011年行业竞争格局分析 143

五、2011-2015年行业发展趋势分析 144

第三节 广州 144

一、2010-2011年行业发展现状分析 144

二、2010-2011年市场需求情况分析 147

三、2010-2011年行业竞争格局分析 147

四、2011-2015年行业发展趋势分析 150

第四节 深圳 150

一、2010-2011年行业发展现状分析 150

二、2010-2011年市场需求情况分析 155

三、2010-2011年市场规模情况分析 155

四、2010-2011年行业竞争格局分析 155

五、2011-2015年行业发展趋势分析 165

第五节 成都 167

一、2010-2011年行业发展现状分析 167

二、2010-2011年市场需求情况分析 169

三、2010-2011年行业竞争格局分析 169

第二部分 行业竞争格局

第九章 女装行业竞争格局分析 173

第一节 行业竞争结构分析 173

一、现有企业间竞争 173

二、潜在进入者分析 173

三、替代品威胁分析 173

四、供应商议价能力 174

五、客户议价能力 174

第二节 行业集中度分析 175

一、市场集中度分析 175

二、企业集中度分析 175

三、区域集中度分析 176

第三节 中国女装行业竞争格局综述 176

一、2010年女装行业集中度 176

二、2010年女装行业竞争程度 176

三、2010年女装企业与品牌数量 178

第四节 2010-2011年女装行业竞争格局分析 184

一、2010-2011年我国女装市场竞争分析 184

二、2010-2011年我国女装市场集中度分析 185

三、2011-2015年国内主要女装企业动向 185

第十章 女装企业竞争策略分析 190

第一节 女装市场竞争策略分析 190

一、2011年女装市场增长潜力分析 190

二、2011年女装主要潜力品种分析 190

三、现有女装产品竞争策略分析 191

四、典型企业产品竞争策略分析 192

第二节 女装企业竞争策略分析 198

一、后危机时代对女装行业竞争格局的影响 198

二、后危机时代女装行业竞争格局的变化 200

三、2011-2015年我国女装市场竞争趋势 200

四、2011-2015年女装行业竞争格局展望 201

五、2011-2015年女装行业竞争策略分析 203

六、2011-2015年女装企业竞争策略分析 207

第十一章 女装行业模式及策略分析 212

第一节 女装营销策略分析 212

一、女装营销渠道分析 212

二、女装品牌渠道建设策略分析 216

三、女装存货的管理消化方案 220

四、哥弟女装市场细分化策略 221

第二节 女装品牌企业发展策略分析 224

一、女装品牌发展策略 224

二、中国女装行业品牌走势分析 227

三、女装品牌代理策略 228

四、女装品牌终端经营策略 230

第三节 中高档女装企业市场策略分析 232

一、中高档中年女装策略 232

二、高级女装经营战略 234

三、高级女装品牌经营法则 235

第十二章 国外女装品牌竞争分析 239

第一节 范思哲 (VERSACE) 239

一、企业概况 239

二、竞争优势分析 239

三、2010-2011年经营状况 241

四、2011-2015年发展战略 241

第二节 古琦(GUCCI) 243

一、企业概况 243

二、竞争优势分析 245

三、2010-2011年经营状况 247

四、2011-2015年发展战略 248

第三节 VEROMODA 249

一、企业概况 249

二、竞争优势分析 250

三、2010-2011年经营状况 252

四、2011-2015年发展战略 253

第四节 埃斯普瑞 (ESPRIT) 254

一、企业概况 254

二、竞争优势分析 255

三、2010-2011年经营状况 256

四、2011-2015年发展战略 257

第五节 ONLY 257

一、企业概况 257

二、竞争优势分析 259

三、2010-2011年经营状况 261

四、2011-2015年发展战略 262

第十三章 女装重点企业竞争分析 264

第一节 北京白领时装有限公司 264

一、企业概况 264

二、竞争优势分析 265

三、2010-2011年经营状况 266

四、2011-2015年发展战略 267

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司 268

一、企业概况 268

二、竞争优势分析 268

三、2010-2011年经营状况 269

四、2011-2015年发展战略 270

第三节 上海英模特制衣有限公司 271

一、企业概况 271

二、竞争优势分析 272

三、2010-2011年经营状况 273

四、2011-2015年发展战略 273

第四节 东莞市东越服装有限公司 274

一、企业概况 274

二、竞争优势分析 275

三、2010-2011年经营状况 276

四、2011-2015年发展战略 276

第五节 武汉红人服饰有限公司 278

一、企业概况	278
二、竞争优势分析	278
三、2010-2011年经营状况	280
四、2011-2015年发展战略	280
第六节 阿依莲有限公司	280
一、企业概况	280
二、竞争优势分析	282
三、2011-2015年发展战略	283
第七节 邦宸国际有限公司	284
一、企业概况	284
二、竞争优势分析	284
第八节 雅戈尔有限公司	285
一、企业概况	285
二、竞争优势分析	287
三、2010-2011年经营状况	288
四、2011-2015年发展战略	292
第三部分 行业前景预测	
第十四章 女装行业发展趋势分析	295
第一节 我国女装行业前景与机遇分析	295
一、我国女装行业发展前景	295
二、我国女装发展机遇分析	295
三、2011年女装的发展机遇分析	296
第二节 2011-2015年中国女装市场趋势分析	297
一、2010-2011年女装市场情况总结	297
二、2011-2015年女装发展趋势分析	299
三、2011-2015年女装市场发展空间	300
四、2011-2015年女装产业政策趋向	301
五、2011-2015年女装技术革新趋势	302
六、2011-2015年女装价格走势分析	304
第十五章 未来女装行业发展预测	305
第一节 未来女装需求与消费预测	305
一、2011-2015年女装产品消费预测	305

- 二、2011-2015年女装市场规模预测 305
- 三、2011-2015年女装行业总产值预测 306
- 四、2011-2015年女装行业销售收入预测 306
- 第二节 2011-2015年中国女装行业供需预测 306
 - 一、2011-2015年中国女装供给预测 306
 - 二、2011-2015年中国女装需求预测 307
 - 三、2011-2015年中国女装供需平衡预测 307
 - 四、2011-2015年中国女装产品价格预测 308
 - 五、2011-2015年主要女装产品进出口预测 310

第四部分 投资战略研究

第十六章 女装行业投资现状分析 313

第一节 2010年女装行业投资情况分析 313

- 一、2010年总体投资及结构 313
- 二、2010年投资规模情况 313
- 三、2010年投资增速情况 313
- 四、2010年分地区投资分析 313
- 五、2010年外商投资情况 314

第二节 2011年1-10月女装行业投资情况分析 314

- 一、2011年1-10月总体投资及结构 314
- 二、2011年1-10月投资规模情况 314
- 三、2011年1-10月投资增速情况 314
- 四、2011年1-10月分地区投资分析 314
- 五、2011年1-10月外商投资情况 315

第十七章 女装行业投资环境分析 316

第一节 经济发展环境分析 316

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况 316
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析 319
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测 323

第二节 政策法规环境分析 324

- 一、2011年女装行业政策环境分析 324
- 二、2011年国内宏观政策对其影响 327
- 三、2011年行业产业政策对其影响 328

第三节 技术发展环境分析 329

一、国内女装技术现状 329

二、2011年女装技术发展分析 331

三、2011-2015年女装技术发展趋势分析 333

第四节 社会发展环境分析 334

一、国内社会环境发展现状 334

二、2011年社会环境发展分析 334

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析 335

第五节 纺织行业振兴规划 336

一、纺织行业振兴规划概述 336

二、纺织行业振兴规划细则 336

三、纺织行业振兴规划主要任务 337

四、纺织行业振兴规划主要工程 339

五、纺织行业振兴规划主要措施 340

六、纺织行业振兴规划的意义与作用 341

第十八章 女装行业投资机会与风险 343

第一节 行业活力系数比较及分析 343

一、2011年相关产业活力系数比较 343

二、2009-2010行业活力系数分析 343

第二节 女装行业投资效益分析 343

一、2010-2011年女装行业投资状况分析 343

二、2011-2015年女装行业投资趋势预测 344

三、2011-2015年女装行业的投资方向 344

四、2011-2015年女装行业投资的建议 344

五、新进入者应注意的障碍因素分析 346

第三节 影响女装行业发展的主要因素 346

一、2011-2015年影响女装行业运行的有利因素分析 346

二、2011-2015年影响女装行业运行的稳定因素分析 347

三、2011-2015年影响女装行业运行的不利因素分析 348

四、2011-2015年我国女装行业发展面临的挑战分析 348

五、2011-2015年我国女装行业发展面临的机遇分析 350

第四节 女装行业投资风险及控制策略分析 352

- 一、2011-2015年女装行业市场风险及控制策略 352
- 二、2011-2015年女装行业政策风险及控制策略 353
- 三、2011-2015年女装行业经营风险及控制策略 353
- 四、2011-2015年女装行业技术风险及控制策略 355
- 五、2011-2015年女装行业同业竞争风险及控制策略 355

第十九章 女装行业投资战略研究 357

第一节 女装行业发展战略研究 357

- 一、技术开发战略 357
- 二、产业战略规划 360
- 三、业务组合战略 362
- 四、营销战略规划 365
- 五、区域战略规划 367
- 六、企业信息化战略规划 376

第二节 对我国女装品牌的战略思考 378

- 一、品牌的基本含义 378
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 379
- 三、女装品牌的特性和作用 380
- 四、女装品牌的价值战略 380
- 五、我国女装品牌竞争趋势 381
- 六、女装企业品牌发展战略 381
- 七、女装行业品牌竞争策略 383

图表目录

图表：2010年纺织服装制造行业利润总额全国合计 34

图表：2011年纺织服装制造行业利润总额全国合计 34

图表：2010年女装产量 49

图表：2011年女装产量 49

图表：2010年1-11月纺织服装行业主要经济指标 49

图表：2011年1-9月纺织服装行业主要经济指标 51

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标全国统计 52

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标北京统计 52

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标天津统计 52

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标河北统计 52

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标山西统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标内蒙古统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标辽宁统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标吉林统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标黑龙江统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标上海统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标江苏统计 53

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标浙江统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标安徽统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标福建统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标江西统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标山东统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标河南统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标湖北统计 54

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标湖南统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标广东统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标广西统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标海南统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标重庆统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标四川统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标贵州统计 55

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标云南统计 56

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标陕西统计 56

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标甘肃统计 56

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标青海统计 56

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标宁夏统计 56

图表：2010-2011年纺织服装制造行业产成品指标新疆统计 56

图表：2010年1-12月纺织服装工业销售产值全国合计 56

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值全国合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值北京市合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值天津市合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值河北省合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值山西省合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值内蒙古合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值辽宁省合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值吉林省合计 57

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值黑龙江合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值上海市合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值江苏省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值浙江省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值安徽省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值福建省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值江西省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值山东省合计 58

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值河南省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值湖北省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值湖南省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值广东省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值广西区合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值海南省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值重庆市合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值四川省合计 59

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值贵州省合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值云南省合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值陕西省合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值甘肃省合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值青海省合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值宁夏区合计 60

图表：2011年1-10月纺织服装工业销售产值新疆区合计 60

图表：2010年女装市场规模 60

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产全国统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产北京统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产天津统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产河北统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产山西统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产内蒙古统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产辽宁统计 61

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产吉林统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产黑龙江统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产上海统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产江苏统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产浙江统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产安徽统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产福建统计 62

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产江西统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产山东统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产河南统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产湖北统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产湖南统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产广东统计 63

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产广西统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产海南统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产重庆统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产四川统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产贵州统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产云南统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产陕西统计 64

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产甘肃统计 65

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产青海统计 65

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产宁夏统计 65

图表：2010-2011年纺织服装制造行业资产新疆统计 65

图表：2010年纺织服装制造行业主营业务收入全国合计 65

图表：2011年纺织服装制造行业主营业务收入全国合计 65

图表：2010年纺织服装制造行业企业数全国合计 66

图表：2011年纺织服装制造行业企业数全国合计 66

图表：2010-2011年纺织服装制造行业盈利能力 66

图表：2010-2011年纺织服装制造行业营运能力 66

图表：2010-2011年纺织服装制造行业发展能力 66

图表：2010-2011年纺织服装制造行业偿债能力 67

图表：2010年服装进口情况 68

图表：2006-2010年女性内衣市场前十位品牌集中度 87

图表：2010年1月居民消费价格指数 115

图表：2010年2月居民消费价格指数 115

图表：2010年3月居民消费价格指数 116

图表：2010年4月居民消费价格指数 116

图表：2010年5月居民消费价格指数 116

图表：2010年6月居民消费价格指数 116

图表：2010年7月居民消费价格指数 116

图表：2010年8月居民消费价格指数 117

图表：2010年9月居民消费价格指数 117

图表：2010年10月居民消费价格指数 117

图表：2010年11月居民消费价格指数 117

图表：2010年12月居民消费价格指数 117

图表：2011年1月居民消费价格指数 118

图表：2011年2月居民消费价格指数 118

图表：2011年3月居民消费价格指数 118

图表：2011年4月居民消费价格指数 118

图表：2011年5月居民消费价格指数 118

图表：2011年6月居民消费价格指数 119

图表：2011年7月居民消费价格指数 119

图表：2011年8月居民消费价格指数 119

图表：2011年9月居民消费价格指数 119

图表：2010年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 120

图表：2011年1月消费者信心指数 120

图表：2011年2月消费者信心指数 120

图表：2011年3月消费者信心指数 121

图表：2011年4月消费者信心指数 121

图表：2011年5月消费者信心指数 121

图表：2011年6月消费者信心指数 121

图表：2011年7月消费者信心指数 121

图表：2011年8月消费者信心指数 121

图表：2011年9月消费者信心指数 121

图表：2011年10月消费者信心指数 121

图表：消费者了解女装趋势的主要渠道 122

图表：女装消费者对于广告方式的认可程度 122

图表：最能引起女装消费者购买欲望的因素 123

图表：吸引女装消费者进入卖场的主要因素 123

图表：消费者购买女装时最关心的问题 124

图表：影响女装消费者重复购买的因素 125

图表：女装消费者主要购买的服装类型 125

图表：女装消费者春夏装和秋冬装的消费档次 126

图表：2010年北京市各档次销售额前20名品牌占有率 136

图表：2010年上半年北京市女装均价月度走势 136

图表：2010年上半年北京市女装月度销售走势图 138

图表：2010年上半年北京市女装按品牌零售额（量）累计占有率排序表 139

图表：2011年上海市女装销售金额排行榜 143

图表：2011年雅戈尔集团股份有限公司主营构成 288

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司每股指标 289

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司获利能力 289

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司经营能力 289

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司偿债能力 290

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司资本结构 290

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司发展能力 290

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司现金流量 290

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司主营业务收入 291

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司主营业务利润 291

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司营业利润 291

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司利润总额 292

图表：2010-2011年雅戈尔集团股份有限公司净利润 292

图表：区域发展战略咨询流程图 373

图表：区域SWOT战略分析图 375

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201202/82634.html>