

2014-2020中国服装市场监 测与未来发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020中国服装市场监测与未来发展前景预测报告》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/201407/109679.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

2012年，我国服装行业延续2011年以来的调整态势，企业仍以去库存为主线，生产活动维持低速增长，共生产服装74.68亿件，同比增长5.86%，增速较上季度下滑3.19个百分点。从全年来看，服装产量增速在7月份达到全年高点，但受库存调整尚未结束等因素影响，4季度产量增速未能重拾升势，行业回暖尚未形成牢固的基础。1~12月，服装产量共计267.28亿件，同比增长6.2%，增速同比下滑1.94个百分点。2012年，服装行业面临外需不振、内需趋缓的局面，服装消费处于疲软态势，内销增速显著低于上年同期水平。1~12月，服装类商品累计零售总额7021.5亿元，同比增长17.7%，增速较上年同期下滑7.4个百分点，但下滑幅度有所收窄，略有企稳迹象。

2014年在促消费、稳增长政策的带动下，预测服装行业的景气度有望延续小幅上行态势，服装企业的生产信心和积极性将有所提升。加之传统的暑期消费旺季到来，服装内销市场将继续企稳回升，经过前期打折促销的去库存之后，服装企业的整体库存水平有望高位回落。但目前行业回暖的基础尚不牢固，行业仍处在转型过程中，且生产成本上涨等不利因素仍旧存在，服装行业发展压力依然较大。预计，全年服装产量将达286.1亿件左右，同比增长7%左右，服装内销同比增长19.9%左右，全年呈“前低后高”走势。预计2014年行业经营业绩将好于2013年，大型企业效益向好、中小企业依然面临压力，全年累计利润总额达1152.2亿元左右，同比增速约为13.2%。

预测2014年以及在今后的时期内，内需市场对于服装行业的支撑作用将更强。随着我国城乡居民收入继续增加，内需消费正处于持续扩大并升级阶段这一宏观基本面并未发生根本变化，坚持扩大内需仍是2014年我国宏观调控政策基本出发点，再加上城镇化建设的有序推进，各种惠民生、扩大内需措施进一步落实并显现效果，内需市场将继续保持稳定增长。目前，随着我国整体时尚消费水平不断提升，时尚文化的不断发展，以及品牌发展环境的不断优化，再加上国家对于制造业的日益重视，国内衣着消费仍将扩大，中国仍是全球最具发展潜力的市场。

虽然内需市场仍将继续为服装行业提供实现平稳发展的动力，但同时外需不振、棉花价差大、生产成本上升等压力依然存在，服装行业将继续进行调整。接下来服装行业的调整必定为新的发展，为行业向更光明，更广阔，更持久可持续发展奠定了基础。

本行业报告分为正文和附录两册，正文主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国服装协会、中国纺织工业协会、国内外相关刊物的基础信息以及服装行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国服装行业的发展运行情况、主要细分市场、进出口、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来服装行业发展的整体

环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了服装行业今后的发展与投资策略。

本服装行业报告，为服装生产、贸易、零售、纺织等企业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

第一部分 服装行业发展情况分析

第一章 我国服装行业发展现状分析

第一节 我国服装行业分类和特点

一、我国服装行业的分类情况

二、我国服装行业的特点

第二节 我国服装业发展概况

一、近年服装业快速发展

二、服装企业中民营企业是主体

三、我国服装业将进入海外扩张时代

四、中国服装产业发展的第二次浪潮

五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征

第二章 2013-2014年中国服装业运行情况分析

第一节 2013年我国服装行业经济运行情况分析

一、2013年服装行业景气情况

二、2013年服装市场运行情况

三、2013年服装行业进出口情况

四、2013年服装行业投资情况

五、2013年服装行业经营情况

第二节 2014年我国服装行业经济运行情况分析

一、2014年服装市场运行情况

二、2014年服装行业进出口情况

三、2014年服装行业投资情况

四、2014年服装行业经营情况

第三章 2014年中国纺织服装业发展情况预测

第一节 2014年中国纺织服装业政策环境分析

- 一、《关于印发重点跟踪培育服装家纺自主品牌企业名单的通知》
- 二、《商务部关于促进中国品牌消费的指导意见》
- 三、《服装生产企业安全生产标准化评定标准》
- 四、2014年“中国服装成长型品牌”和“中国服装优秀渠道品牌”

第二节 2014年中国纺织服装业发展环境分析

- 一、2014年服装中报业绩现大面积负增长
- 二、2014年库存状况改善 国内服装企业思变

第三节 2013年中国纺织服装业发展情况预测

- 一、供求预测
- 二、进出口预测
- 三、经营绩效预测

第二部分 服装行业细分市场分析

第四章 主要细分产品市场分析

第一节 女装

- 一、中国女装消费主体
- 二、2014-2020年女装市场发展前景分析
- 三、2014-2020年中国女装行业发展趋势
- 四、2014-2020年中国女装行业竞争格局趋势
- 五、2014-2020年中国高级女装品牌发展趋势
- 六、2014-2020年中国高级女装市场发展趋势

第二节 男装

- 一、2013年男装行业的形势特点
- 二、男装产业集群效应显著
- 三、男装市场前景良好
- 四、男装产业的发展趋势

第三节 童装

- 一、2013年童装行业发展分析
- 二、童装行业的现状与未来解析
- 三、2014年童装行业市场需求逐步增大
- 四、2014年童装行业发展趋势解析
- 五、2014年儿童服装行业或将呈现上升态势

第四节 内衣

- 一、中国内衣行业发展回顾
- 二、2013年中国内衣行业发展特征
- 三、中国内衣产业生命周期分析
- 四、中国内衣行业大范围的产业集群
- 五、中国内衣行业发展前景预测
- 六、我国内衣市场潜力巨大
- 七、未来中国女性内衣市场发展空间巨大

第五节 运动服装

- 一、2013年运动服装市场分析
- 二、2013年运动服企遭遇关店潮
- 三、2013年国际运动服装中国市场竞争分析
- 四、2013年本土运动装企业市场竞争分析
- 五、2014年运动品牌加快门店形象升级
- 六、2014年运动服生命周期
- 七、2013-2016年全球运动服装市场预测

第六节 羽绒服

- 一、我国羽绒服销量连续四年下降
- 二、我国羽绒服产业质量发展透视
- 三、2014年羽绒服企业市场环境分析

第七节 休闲服装

- 一、现阶段休闲服产业概述
- 二、休闲时尚将成为未来主流
- 三、2013年休闲服饰品牌业绩低迷

第八节 职业装

- 一、我国职业装市场分析
- 二、2014年中国职业装市场前景预测分析

第三部分 产业集群及主要省市发展情况分析

第五章 服装产业集群与企业西迁情况

第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析

- 一、产业集群概述
- 二、中国服装产业集聚模式
- 三、我国纺织产业集群崛起“中部军团”

四、服装业集群应以市场配置为导向

第二节 中国纺织服装产业集群的合纵与连横

一、联盟的理论依据

二、联盟的内在动力

三、联盟的条件、目标和任务(案例分析)

四、联盟的实践

五、产业联盟的挑战

第三节 东部沿海纺织服装企业西迁分布

一、东部沿海纺织服装西迁现状

二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性

三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果分析

四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况

五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路

六、结语

第四节 我国纺织服装产业外向型转移的现实权衡

一、产业转移暗潮涌动

二、生产投资须因地制宜

三、外向型转移引人深思

第六章 主要生产省市发展情况

第一节 江苏省

一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列

二、“十一五”江苏服装产业发展回顾

三、“十二五”期间江苏省服装行业发展战略

四、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势

第二节 浙江省

一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势

二、温州本土服装品牌积极开拓全国市场

三、温州服装行业结构调整方向及对策

四、“十二五”期间浙江省服装行业发展战略

第三节 广东省

一、“十一五”广东服装业：产业集群双转移

二、2014年珠三角服装业面临新挑战“链竞争”凸显

三、广东省服装企业技术创新发展的对策研究

四、2014年深圳服装业发展分析

第四节 上海市

一、上海市服装市场特点

二、上海市服装市场品牌特征

三、2014年上海纺织服装进口分析

第五节 福建省

一、2014年福建省纺织服装出口快速增长

二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起

三、2014年福建省石狮市全面提升纺织服装产业质量

第六节 湖南省服装产业发展情况分析

一、“十一五”湖南服装产业发展回顾

二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级

三、2014年打造湖南纺织服装千亿产业

第四部分 服装市场营销分析

第七章 消费者及需求分析

第一节 消费者及影响服装需求因素分析

一、消费者群体规模简要分析

二、2013年中国城乡居民收入分析

三、2013年居民消费价格总水平环比升情况

四、2013年社会消费品零售总额

五、消费升级对中国纺织服装行业的影响

六、服装业如何满足90后的个性化消费

第二节 影响服装需求的因素分析

一、社会文化

二、流行趋势

三、服装的基本功能与特征

四、商品名称

五、商标

六、商品价格

七、商品广告

八、消费者收入

第八章 服装销售渠道与营销策略分析

第一节 2014年我国服装商业发展概况

- 一、服装零售业商业开发快速发展
- 二、2014年纺织服装行业需要寻求新商业模式
- 三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式

第二节 中国服装销售渠道分析

- 一、我国服装销售渠道的模式
- 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
- 三、服装产业渠道销售之痛
- 四、中国服装产业销售渠道发展策略
- 五、服装流通渠道变化的因素

第三节 中国服装电子商务渠道分析

- 一、2013年国内服装网购交易规模
- 二、1996-2013年中国服装的电商之路
- 三、传统服装企业开展电子商务的渠道

第四节 中国纺织服装专业市场分析

- 一、2014年服装专业市场分析
- 二、服装专业市场转型势在必行

第五节 服装批发市场分析

- 一、服装批发市场的发展特征
- 二、服装批发市场的三大类型
- 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
- 四、中国大中型服装批发市场一览

第六节 中国服装企业市场营销策略综述分析

- 一、生活水平与服装观念
- 二、实际消费需求的产生
- 三、服装流行的特点
- 四、服装流行的基本规律
- 五、服装流行的基本法则
- 六、服装流行花期
- 七、服装六大属性
- 八、服装二大族类

九、女性顾客三大族

十、服装购买三步曲

十一、服装购买的特点

第七节 服装企业的定制营销

一、建立数据库掌握顾客需求

二、用柔性制造提速定制服务

三、敏捷供应链为定制护航

四、用网络提供互动平台

第八节 供应链管理下的服装企业库存研究

一、供应链管理下服装企业库存研究的概述

二、当前服装企业库存管理中存在的问题

三、从加强供应链管理的角度提高服装企业的库存管理水平

第五部分 服装行业竞争格局分析

第九章 服装行业竞争情况分析

第一节 2013-2014年服装行业竞争情况分析

一、2013年服装上市公司竞争格局

二、2014年服装零售业争夺年中市场

三、2014年全国服装品牌份额

四、2014年中国服装产业全球竞争份额

五、2014年服装业争相实施国际化发展战略

六、2014年我国服装集群竞争优势将再造

第二节 2013年服装行业全国百强企业名单

一、2013年度服装业产品销售收入百强企业名单

二、2013年度服装行业利润总额百强企业名单

三、2013年度服装行业销售利润率百强企业名单

第三节 2014年我国服装产业竞争力提升策略研究

一、相关文献综述

二、技术创新对产业竞争力作用机理分析

三、技术创新对服装业竞争力影响的实证研究

四、提升中国服装产业竞争力的对策

第十章 服装业领先企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2011-2014年企业财务数据分析
- 五、2014年公司发展展望及策略

第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2011-2014年企业财务数据分析
- 五、2014年公司发展展望及策略

第三节 福建七匹狼实业股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2011-2014年企业财务数据分析
- 五、2014年公司发展展望及策略

第四节 九牧王股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2011-2014年企业财务数据分析
- 五、2014年公司发展展望及策略

第五节 浙江森马服饰股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2011-2014年企业财务数据分析
- 五、2014年公司发展展望及策略

第六节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第七节 江苏红豆实业股份有限公司

一、公司概况

二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第八节 希努尔男装股份有限公司

一、公司概况

二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第九节 浙江步森服饰股份有限公司

一、公司概况

二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第十节 朗姿股份有限公司

一、公司概况

二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第六部分 服装行业趋势及战略分析

第十一章 2014-2020年服装行业发展趋势分析

第一节 2014-2020年服装业发展主要趋势

一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈

二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变

三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免

四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新

五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者

六、产业供应链发展趋势条件更加成熟

七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势

八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代

九、企业战略发展和现代管理发展趋势

第二节 2014-2020年中国服装产业机遇与挑战

一、服装产业面临的机遇

二、服装产业面临的挑战

三、中国服装业发展的困惑

四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮

第三节 2014-2020年中国服装行业发展指南

一、“十二五”服装行业面临的环境

二、“十二五”中国服装行业科技发展指南

三、“十二五”服装行业发展重点

四、12省区将纺织服装列为“十二五”发展重点

五、我国《纺织工业“十二五”发展规划》发布

第十二章 2014-2020年服装行业发展策略分析

第一节 促进服装鞋帽企业转型升级的建议

一、服装鞋帽业转型升级基础

二、外国服装鞋帽企业转型升级的经验

三、我国服装鞋帽企业转型升级的模式与存在的问题

四、促进服装鞋帽企业转型升级的政策建议

第二节 我国中小纺织服装企业发展战略研究

一、我国中小纺织服装企业面临的现状

二、对我国中小纺织服装企业进行SWOT分析

三、我国中小纺织服装企业的发展对策

第三节 企业文化在增强中国服装企业竞争力方面的作用

一、企业文化与企业竞争力的关系

二、中国服装企业发展面临的问题

三、企业文化在增强中国服装企业竞争力的作用

第四节 借力移动信息化助推服装业升级

- 一、服装业从信息化向移动信息化的跨越
- 二、服装生产领域移动信息化解决方案
- 三、服装销售领域移动信息化解决方案

第五节 中国服装商业历程及发展战略启示

- 一、二十年中国服装业的历程
- 二、网络竞胜的主体格局
- 三、终端竞胜与品牌符号的颂歌
- 四、主题经营与特色经营

第六节 产业危机下的服装产业发展研究——以大连地区为例

- 一、以新技术提升产业发展空间
- 二、系列化品牌与个性品牌共同发展
- 三、思维创新带来产业持续发展的动力
- 四、服装产业集群的区域性特色化发展
- 五、国际化的合作与国际性的发展相契合

第十三章 2014-2020年中国服装业的品牌战略分析

第一节 中国服装品牌发展现状

- 一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年
- 二、中国服装品牌生命周期
- 三、国际品牌淹没中国品牌
- 四、2014年品牌发展成纺织服装行业共识
- 五、“十二五”中国服装品牌发展目标

第二节 本土服装品牌“洋化”现象原因及利弊分析

- 一、洋化现象原因分析
- 二、洋化现象利弊分析

第三节 中国服装品牌发展战略

- 一、中国服装必须走品牌创新之路
- 二、服装品牌的精神
- 三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解
- 四、中国服装品牌发展应从细微处做起
- 五、应对国际服装品牌的战略

第四节 服装企业品牌定位策略

- 一、品牌的产品属性定位
- 二、品牌的名称设置
- 三、品牌的消费群体定位
- 四、消费群体的购买习惯定位
- 五、消费群体的文化层次定位
- 六、品牌的风格及文化定位
- 七、品牌的营销定位
- 八、在品牌的定位过程中应注意的问题

第五节 中小服装品牌渠道突围路线图

- 一、中小服装品牌的实体渠道困境
- 二、中小服装品牌电商演进史
- 三、打胜突围之战

第十四章 2014-2020年中国服装业投资策略分析

第一节 服装业投资特性分析

- 一、2014年服装行业景气情况
- 二、2014年服装行业投资预测
- 三、服装行业进入壁垒和退出机制分析
- 四、中国服装出口的主要贸易壁垒
- 五、服装业的主要风险

第二节 服装行业投资前景分析

- 一、服装行业投资前景分析
- 二、快时尚成为服装行业前景分析
- 三、防静电服装市场前景看好
- 四、针织服装发展新趋势分析
- 五、智能服装的时尚化通道
- 六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势

图表目录

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业企业景气指数

图表：2012-2013年我国服装产量及同比增速

图表：2013年我国服装行业分品种产量及增速

图表：2012-2013年我国服装类商品零售总额及同比增速

图表：2012-2013年我国服装类商品累计零售总额及同比增速

图表：2012-2013年328级棉花价格

图表：2012-2013年服装鞋帽零售价格指数

图表：2013年我国服装行业分地区产量及同比增速

图表：2012-2013年服装及衣着附件出口额及同比增速

图表：2012-2013年服装及衣着附件进口额及同比增速

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业投资额及同比增速

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业销售收入及增速

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用同比增速

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业利润总额及同比增速

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业亏损情况

图表：2012-2014年我国服装产量及同比增速

图表：2014年1季度我国服装行业分品种产量及增速

图表：2012-2014年我国服装类商品零售总额及同比增速

图表：2012-2014年我国服装类商品累计零售总额及同比增速

图表：2012-2014年328级棉花价格

图表：2012-2014年服装鞋帽零售价格指数

图表：2014年1季度我国服装行业分地区产量及同比增速

图表：2012-2014年服装及衣着附件出口额及同比增速

图表：2012-2014年服装及衣着附件进口额及同比增速

图表：2012-2014年纺织服装、服饰业固定资产投资及同比增速

图表：2012-2014年纺织服装、服饰业销售收入及增速

图表：2012-2014年我国纺织服装、服饰业主要成本费用

图表：2012-2014年我国纺织服装、服饰业主要成本费用同比增速

图表：2012-2014年来纺织服装、服饰业利润总额及增速

图表：2012-2014年我国纺织服装、服饰业亏损情况

图表：2014年服装行业相关指标预测结果

图表：女装按消费人群及着装风格细分

图表：女装市场按价格细分

图表：20世纪初至今世界女装风格演变

图表：国内女装行业发展进程

图表：2000-2012年城镇、农村居民人均收入变化（元）

图表：2000-2012年城镇、农村居民人均衣着支出变化（元）

图表：2000-2012我国城镇化率水平

图表：2000-2016E年我国服装市场容量

图表：1998-2012年女装、男装与童装行业市场零售额及其增速

图表：2011、2012年女装提价幅度

图表：国内市场主要女装品牌创立时间与定位

图表：品牌服饰各个细分行业生命周期位路判断

图表：1998-2011年主要国家女装人均消费额比较（单位：美元）

图表：2012年国内女装行业龙头市场占有率

图表：2012年国际女装行业巨头市场占有率比较

图表：女性高等学历人口比重不断上升

图表：女性收入支配比例

图表：白领女性消费支出占比调查

图表：国内女装行业的四大特征

图表：现有女装品牌流派分析

图表：女装与其他细分行业前十大品牌内资、外资品牌比较

图表：2012年国内女装行业龙头市场占有率%

图表：2012年主要女装品牌市场占有率

图表：2008-2012年高端女装前10、20品牌集中度

图表：2012年细分行业前十品牌市场占有率比较

图表：2009-2012年高端女装市场前十大品牌市场占有率

图表：2012年前十品牌连续三年市场占有率情况（%）

图表：品牌服饰各个细分行业生命周期位路判断

图表：国内主要高级女装品牌分类

图表：高端女装与其他细分行业渠道比较

图表：中国新兴城市50强分类及高端服饰渠道容量测算：

图表：百丽多品牌矩阵主要成员

图表：朗姿股份多品牌矩阵

图表：2008-2012年高端女装省会城市销售占比

图表：2006-2013E高端百货王府井开店情况

图表：中国内衣产业发展阶段及特征

图表：运动服饰行业步入成熟期后半段

图表：港股运动集中于2007-2008年上市

图表：奥运、上市红利双重效应导致行业拐点提前

图表：阻碍广东省服装企业技术创新的主要内部因素

图表：广东省服装企业主要装备水平所处发展阶段

图表：影响广东省服装企业自主创新的主要因素

图表：广东省服装企业自主创新的主要困难

图表：阻碍广东省服装企业技术创新的主要外部因素

图表：广东省服装行业技术创新平台模式

图表：企业希望得到技术创新平台提供的支持

图表：上海服装市场各类服装销售前十名品牌市场集中度比较

图表：2013年年末全国人口数及其构成

图表：2008-2013年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2008-2013年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2012年12月-2013年12月全年居民消费价格涨跌趋势图

图表：2012年12月-2013年12月全年社会消费品零售总额分月通胀增长速度趋势图

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2014年全国男衬衫品牌份额

图表：2014年全国女装品牌份额

图表：2014年全国羽绒服装品牌份额

图表：2014年全国夹克衫品牌份额

图表：2014年全国棉毛衫裤品牌份额

图表：2014年全国女性内衣品牌份额

图表：2014年全国羊毛衫品牌份额

图表：2013年服装行业“产品销售收入”百强企业名单

图表：2013年服装行业“利润总额”百强企业名单

图表：2013年服装行业“销售利润率”百强企业名单

图表：2013年雅戈尔集团股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年雅戈尔集团股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年雅戈尔集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年雅戈尔集团股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年雅戈尔集团股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年雅戈尔集团股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年福建七匹狼实业股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年福建七匹狼实业股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年福建七匹狼实业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年福建七匹狼实业股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年福建七匹狼实业股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年福建七匹狼实业股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年九牧王股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年九牧王股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年九牧王股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年九牧王股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年九牧王股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年九牧王股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年浙江森马服饰股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年浙江森马服饰股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年浙江森马服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年浙江森马服饰股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年浙江森马服饰股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年浙江森马服饰股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年江苏红豆实业股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年江苏红豆实业股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年江苏红豆实业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年江苏红豆实业股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年江苏红豆实业股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年江苏红豆实业股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年希努尔男装股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年希努尔男装股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年希努尔男装股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年希努尔男装股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年希努尔男装股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年希努尔男装股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年浙江步森服饰股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年浙江步森服饰股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年浙江步森服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年浙江步森服饰股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年浙江步森服饰股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年浙江步森服饰股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013年朗姿股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年朗姿股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年朗姿股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年朗姿股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年朗姿股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年朗姿股份有限公司资产与负债分析表

图表：2011年中东西部地区规模以上服装企业实际完成投资（%）

图表：服装业的移动信息化切入点分析

图表：服装生产移动信息化方案实施效果示意图

图表：服装销售移动信息化方案实施效果示意图

图表：2012-2014年纺织服装、服饰业企业景气指数

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109679.html>