



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国男士衬衫市场调查及 投资分析及市场发展趋势研究报 告报告

一、调研说明

《2008年中国男士衬衫市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/57194.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 行业现状1

第一节 衬衫行业发展简况1

- 一、衬衫行业发展概况1
- 二、现阶段中国衬衫行业发展特点3
- 三、衬衫行业存在的问题与建议4

第二节 衬衫业投资特性分析6

- 一、中国衬衫产业已具相当基础6
- 二、衬衫产业正进入关键性转型期6
- 三、衬衫产业机遇与挑战并存7

第二章 市场综述8

第一节 衬衫市场现状8

- 一、中国衬衫供给总量与地区分布8
- 二、中国衬衫销售情况分析8
- 三、中国衬衫企业经济效益情况9
- 四、衬衫市场品牌发展状况10

第二节 中国衬衫主要地区分析19

- 一、六大区域分析19
- 二、主要省市分析21
- 三、宁波衬衫业31
- 四、江苏衬衫业32
- 五、温州衬衫业33
- 六、苏溪衬衫业36

第三节 中国衬衫面料供应情况38

- 一、中国衬衫面料基本供应情况38
- 二、中国衬衫面料与国际的差距40

第四节 衬衫市场发展趋势42

- 一、服装销售42
- 二、市场开拓方面43

第三章 进出口分析45

第一节 中国衬衫进出口量值45

一、中国男士衬衫进口量值45

二、中国男士衬衫出口量值47

第二节 进出口分析50

一、低价竞争的隐患长期存在50

二、出口快速增长51

三、出口市场集中度低52

四、各种贸易摩擦接连不断，建立预警机制迫在眉睫52

五、海外市场贸易保护主义重新抬头53

第二节 中国衬衫出口的主要贸易壁垒及应对措施54

一、中国衬衫出口贸易壁垒分析54

二、中国衬衫企业扩大出口的对策55

第四节 中国衬衫进出口发展趋势58

一、中国衬衫出口发展趋势58

二、中国衬衫进口发展趋势58

三、中国衬衫国际竞争力变化趋势59

第四章 主要出口市场分析62

第一节 日本衬衫市场62

一、日本衬衫市场概况62

二、中国服装及衬衫出口日本市场的情况62

三、日本再削服装进口税63

第二节 香港衬衫市场64

一、中国服装出口香港情况64

二、2007年香港服装出口情况65

第三节 北美衬衫市场67

一、美国衬衫市场67

二、加拿大衬衫市场68

第四节 欧盟衬衫市场70

一、德国衬衫市场70

二、法国衬衫市场71

三、英国衬衫市场71

第五节 其他国家衬衫市场72

一、韩国衬衫市场72

二、澳大利亚衬衫市场72

三、俄罗斯衬衫市场73

第五章 重点区域市场分析74

第一节 北京衬衫市场74

一、北京衬衫市场容量74

二、北京商场男衬衫销售情况75

三、北京衬衫市场品牌现状76

第二节 上海77

一、上海衬衫市场容量77

二、上海地区市场分析78

三、逐鹿上海滩需要注意的问题79

四、上海衬衫市场品牌现状82

第三节 广州85

第六章 衬衫市场需求规模及预测87

第一节 衬衫需求的影响因素87

一、社会文化87

二、流行87

三、衬衫的心理功能与特征88

第二节 近几年中国衬衫市场需求规模89

一、我国服装总体需求规模89

二、我国衬衫市场需求规模与预测89

三、中国衬衫市场容量90

第三节 衬衫需求的发展趋势91

一、衬衫市场总体需求趋势91

二、衬衫市场需求趋势91

三、西服市场需求趋势92

第七章 销售渠道分析93

第一节 中国衬衫的销售渠道构成93

一、衬衫分销渠道方式93

二、中国衬衫销售渠道存在问题94

第二节 中国衬衫开拓国际市场的方式96

一、在欧美等国际市场创建自己的品牌。96

二、在全球市场上收购当地的产品品牌96

三、收购拥有全球分销渠道的零售企业97

第三节 衬衫未来的渠道发展趋势98

一、复合营销网络98

二、实施品牌经营98

三、与零售业结成联盟99

第八章 竞争分析100

第一节 中国衬衫市场的竞争现状100

一、中国衬衫市场总体竞争格局100

二、主要衬衫领先品牌及市场占有率101

三、形象代言人竞争分析104

四、“盗版”衬衫严重冲击市场106

第二节 加入WTO对中国衬衫市场竞争格局的影响107

第三节 中国衬衫市场竞争的发展态势108

一、品牌竞争108

二、渠道竞争108

三、管理竞争108

四、创新竞争109

五、人力资源竞争109

六、理念竞争109

七、资讯竞争109

第九章 优势企业分析110

第一节 雅戈尔集团股份有限公司110

一、公司背景110

二、雅戈尔的发展战略112

三、雅戈尔集团股份有限公司经营状况113

第二节 洛兹集团116

- 一、洛兹集团简介116
- 二、实施信息管理工程117
- 三、加强设计能力118
- 四、打造外贸生产经营体系119
- 五、建设人才流通渠道119

第三节 太平鸟集团121

- 一、企业简介121
- 二、品位与形象管理123

第四节 杉杉集团128

- 一、杉杉介绍128
- 二、杉杉主要产品130
- 三、杉杉的体制改革130
- 四、杉杉多元化经营战略142
- 五、绿色营销战略143
- 六、品牌升级战略管理149
- 七、杉杉组合营销策略151

第五节 虎豹集团153

- 一、江苏虎豹集团简介153
- 二、虎豹集团的发展战略153

第六节 上海开开（集团）有限公司154

- 一、上海开开（集团）有限公司简介154
- 二、由内至外的经营模式154
- 三、强势进军医药业155
- 四、上海开开（集团）有限公司主要财务数据和指标155

第七节 罗蒙集团158

- 一、罗蒙集团简介158
- 二、坚持创新发展战略158
- 三、战略目标160
- 四、以衬衫业为主，进行多向渗透160

第八节 红豆集团161

- 一、红豆公司简介161

- 二、服装类新产品开发动态162
- 三、红豆公司的发展策略—“四制联动”与“四个转变”163
- 四、“三大创新”是红豆发展的不竭源泉165
- 五、红豆公司发展动态168
- 第九节 报喜鸟集团169
 - 一、中国报喜鸟集团简介169
 - 二、报喜鸟新产品169
 - 三、报喜鸟集团的发展策略169
 - 四、报喜鸟集团的比较优势170
- 第十节 庄吉集团公司172
 - 一、庄吉集团公司简介172
 - 二、人才战略172
 - 三、庄吉集团技术与信息管理172
 - 四、以新产品拓展市场，以品牌经营为发展战略173
 - 五、庄吉集团迅速崛起探秘—出招高、快、新175
- 第十章 衬衫行业发展趋势及预测177
 - 第一节 中国衬衫市场竞争发展态势177
 - 一、品牌竞争178
 - 二、工艺面料竞争178
 - 三、营销方式的竞争—工、学、商一体化趋势明显178
 - 第二节 中国服装行业“五种模型”分析180
 - 一、产业内部竞争状态180
 - 二、要素供给条件181
 - 三、市场需求状况181
 - 四、新进入者的威胁182
 - 五、相关产业及替代品的发展182
 - 第三节 衬衫流行趋势183
 - 一、世界衬衫流行趋势183
 - 二、中国衬衫流行趋势184
 - 三、秋冬衬衫色彩预测185
 - 第四节 衬衫面料供应发展趋势187

- 一、新合纤应运而生187
- 二、天然纤维面临挑战187
- 三、功能性面料大量开发188
- 四、新型纤维的开发和利用189
- 五、强调纱线结构变化189
- 六、涂层织物190
- 七、强调质感和表面效应的绉类、绒类和闪光灯面料190

第五节 衬衫新产品开发方向191

- 一、功能性服装191
- 二、休闲化服装194
- 三、发展195

附录：中国服装销售渠道分析200

- 一、我国服装销售渠道的模式200
 - (一) 服装批发市场201
 - (二) 大型百货商场202
 - (三) 部分经销商素质偏低之痛202
 - (四) 终端市场之痛203
 - (五) 渠道商造假之痛204
- 二、增强渠道的销售力的建议204
 - (一) 进行科学的渠道规划设计204
 - (二) 加强渠道诊断205
 - (三) 加强渠道治理205
 - (四) 品牌突围206

附录：服装行业营销渠道价值与网络能力透析207

图表目录

我国服装结构示意图2

我国服装制造产量3

衬衫市场品牌认知度与购买行为10

2007年衬衫制造业各大区域基本指标分析(单位:千元)19

2007年衬衫制造业各大区域销售情况分析(单位:千元)19

2007年衬衫制造业各大区域运行指标分析(单位:千元)20

2007年广东省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）21

2007年浙江省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）22

2007年江苏省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）23

2007年上海市衬衫行业主要经济指标（单位：千元）24

2007年福建省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）25

2007年山东省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）26

2007年辽宁省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）27

2007年天津市衬衫行业主要经济指标（单位：千元）28

2007年北京市衬衫行业主要经济指标（单位：千元）29

2007年湖北省衬衫行业主要经济指标（单位：千元）30

2007年男士衬衫进口量值45

2007年各类男士衬衫进口量值45

2007年各海关进口男士衬衫量值46

2007年男士衬衫出口量值47

2007年各类男士衬衫出口量值47

2007年分国别出口男士衬衫量值48

2007年香港服装及衣服配件整体出口统计65

2007年北京亿元商场男衬衫按品牌零售额、销售量排序表75

广东十大衬衫优势企业86

重点大型商场男衬衫品牌销售排行101

西南地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率101

中南地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率102

西北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率102

华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率103

华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率103

东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率104

销售收入最大的十家主要企业110

雅戈尔集团股份有限公司股东情况111

雅戈尔集团股份有限公司经营效率分析113

雅戈尔集团股份有限公司盈利能力分析113

雅戈尔集团股份有限公司成长能力分析114

雅戈尔集团股份有限公司利润情况115

上海开开（集团）有限公司经营效率分析155

上海开开（集团）有限公司盈利能力分析156

上海开开（集团）有限公司成长能力分析157

上海开开（集团）有限公司利润情况157

服装制造业各项成本费用177

服装月产量示意图177

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57194.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。