

# 2011-2015年中国男装行业 投资分析及深度研究咨询报告

## 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

《2011-2015年中国男装行业投资分析及深度研究咨询报告》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/201103/63865.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

中国的男装产业发展的最初阶段正是欧美男装加工业将重心转移的时候，中国服装纺织企业便得到了最初的订单，从而获得了原始资本积累。中国男装产业划分成三个发展阶段：政府主导加工期、民营主导加工期、民营主导品牌期。目前，中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的珠三角男装产业集群。无论居民的收入水平和消费观念有何差别，对锦衣美服的追求依然孜孜不倦。人口的增加必然带来服装销量的增长，而收入水平的提高将带来服装样式的多元化和消费品位的提升。与花样百出、款式更新迅速的女装相比，男装在设计上相对简单、各品牌间差异化较小，男士对着装的要求更多体现在时尚品味和产品质量上。在选择服装时，男士不仅要求穿着大方好看、得体，更要求服装的面料和剪裁工艺能让他们感到自然舒适且充满自信。男士选购服装时对价格相对不敏感，但对质量和品牌更加看重。这种消费特点决定了具有品牌优势的企业将更易在同类企业中脱颖而出，攫取更高的毛利率。

我国男装行业已经步入品牌竞争为核心的时代，男士在选择服装时把注意力更多放在时尚品位和品牌诉求上。政策因素加上贸易环境的变化让OEM企业发展渐露颓势，更加衬托出品牌服装企业的竞争优势。目前，我国男装进入成熟期，竞争格局趋于稳定。随着大众消费行为更加理性，更多关注产品的品质和价格，行业集中度也有较大幅度提高。2010年6月，中国男式西装前十大品牌的市场占有率已达到34.04%。目前国内男装行业整体上处于完全竞争的状态，市场上各类品牌繁多。多数国外一线品牌已进入中国市场，国外二三线商业品牌更是以大型自有品牌专卖店的形式抢占国内市场。当前国内外男装品牌竞争主要在商业渠道和商业创新上展开。另外，消费者消费行为的理性化促使众多男士西装品牌通过对品牌内涵的诠释和对价格外在的表现来细分市场。同时，休闲正装的兴起造成西装行业近期发展迟缓，预计西装未来5年增速在10%-15%之间。随着产业背景和市场环境的转变，男装产业出现了一些新的发展趋势：产业资本流向大企业，行业两极分化情况进一步加剧。中小企业面临生存危机，大企业采取产业资源重组、品牌创新、渠道多元化、扩大融资等手段提高竞争力，探索产业链合作、品牌合作等多种模式，进入“大企业”发展时代。未来男装行业将向三方面发展：实用性方面，各类男装都拥有庞大消费群，而“新正装”的发展势头将更加强劲；品质方面，男装高品质主要体现在面料和制作工艺上，并通过品牌表现出来；个性化方面，多样化和个性化产品才能满足消费者的个人诉求，而流水线、标准化生产的竞争力将逐步趋弱。

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、中国纺织服装信息商务中心、中国经济景气监测中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，在当前形势下对我国男装行业的发展现状、市场前景、竞争状况等方面进行了详尽的分析，并分析了国内外男装市场的需求规模及需求特点、男装市场竞争格局。报告还对中国男装发展趋势及投资状况进行深入分析，并综述了中国各类男装细分市场的发展情况，且对行业内领先企业的发展策略进行了深入分析。报告内容丰富、详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前男装行业发展现状，把握行业发展趋势，制定发展战略提供了大量的信息资料和有力的参考依据。

## &rarr;报告目录

### 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 中国男装行业发展概述 1

###### 第一节 男装行业发展情况 1

###### 第二节 最近3-5年中国男装行业经济指标分析 6

###### 一、赢利性 6

###### 二、成长速度 6

###### 三、附加值的提升空间 6

###### 四、进入壁垒 / 退出机制 8

###### 五、风险性 9

###### 六、行业周期 9

###### 七、竞争激烈程度指标 10

###### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 10

###### 第三节 关联产业发展分析 10

##### 第二章 中国男装行业的国际比较分析 22

###### 第一节 中国男装行业竞争力指标分析 22

###### 第二节 中国男装行业经济指标国际比较分析 23

###### 第三节 全球男装行业市场需求分析 28

###### 一、市场规模现状 28

二、需求结构分析	31
第四节 全球男装行业市场供给分析	34
第二部分 市场需求分析	
第三章 应用领域及行业供需分析	41
第一节 需求分析	41
一、男装行业需求市场	41
二、男装行业客户结构	43
三、男装行业需求的地区差异	44
第二节 供给分析	44
第三节 供求平衡分析及未来发展趋势	59
一、男装行业的需求预测	59
二、男装行业的供应预测	61
三、供求平衡分析	67
四、供求平衡预测	69
第四章 男装产业链的分析	70
第一节 行业集中度	70
第二节 主要环节的增值空间	70
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	72
第四节 上下游行业影响及趋势分析	73
第五章 区域市场情况深度研究	110
第一节 长三角区域市场情况分析	110
第二节 珠三角区域市场情况分析	112
第三节 环渤海区域市场情况分析	121
第四节 男装行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	124
一、华北大区市场分析	124
二、华中大区市场分析	125
三、华南大区市场分析	130
四、华东大区市场分析	135
五、东北大区市场分析	146
六、西南大区市场分析	148
七、西北大区市场分析	151
第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析	153

第六章 2011-2015年需求预测分析	157
第一节 男装行业领域2011-2015年需求量预测	157
第二节 2011-2015年男装行业领域需求产品（服务）功能预测	158
第三节 2011-2015年男装行业领域需求产品（服务）市场格局预测	160
第三部分 产业竞争格局分析	
第七章 男装市场竞争格局分析	165
第一节 行业竞争结构分析	165
一、现有企业间竞争	165
二、潜在进入者分析	166
三、替代品威胁分析	166
四、供应商议价能力	167
五、客户议价能力	167
第二节 行业集中度分析	167
一、市场集中度分析	167
二、企业集中度分析	169
三、区域集中度分析	169
第三节 行业国际竞争力比较	169
一、生产要素	169
二、需求条件	171
三、支援与相关产业	171
四、企业战略、结构与竞争状态	172
第四节 男装行业主要企业竞争力分析	172
第五节 男装行业竞争格局分析	177
一、2010年男装行业竞争分析	177
二、2010年国内外男装竞争分析	181
三、2010年中国男装市场竞争分析	182
四、2010年中国男装市场集中度分析	182
第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析	184
第一节 行业企业排名分析	184
第二节 产业结构分析	184
一、市场细分充分程度的分析	184
二、各细分市场领先企业排名	195

三、各细分市场占总市场的结构比例	198
第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	202
一、产业价值链的构成	202
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	202
第四节 产业结构发展预测	212
一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）	212
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	220
三、中国男装行业参与国际竞争的战略市场定位	227
第九章 前十大领先企业分析	230
第一节 雅戈尔集团股份有限公司	230
一、公司概况	230
二、2009-2010年经营状况	233
三、公司男装发展战略	237
四、公司信息化运营分析	239
第二节 宁波杉杉股份有限公司	244
一、公司概况	244
二、2009-2010年经营状况	244
三、公司业务发展分析	248
四、公司品牌价值分析	249
第三节 新郎希努尔集团	253
一、公司简介	253
二、2009-2010年经营状况	254
三、公司发展状况分析	258
四、公司销售网络	259
第四节 罗蒙集团股份有限公司	260
一、公司简介	260
二、2010年公司经营状况	261
三、发展规划	262
四、公司发展战略	263
第五节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司	264
一、公司概况	264
二、2009-2010年经营状况	265

三、2010年公司业绩分析	269
四、公司发展战略分析	270
第六节 庄吉集团	271
一、公司简介	271
二、2010年公司发展成就	272
三、公司发展战略	273
第七节 红领集团	276
一、公司简介	276
二、公司发展分析	277
三、公司品牌研究	278
四、公司营销状况	278
第八节 江苏红豆实业股份有限公司	278
一、公司简介	278
二、2009-2010年经营状况	280
三、公司男装发展分析	285
四、公司发展战略	286
第九节 法派集团	288
一、公司简介	288
二、公司品牌发展	289
三、2011年公司发展分析	290
四、公司男装发展分析	290
第十节 福建柒牌集团有限公司	297
一、公司概况	297
二、公司品牌推广战略	298
三、公司营销战略	304
第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐	
第十章 2010年中国男装行业整体运行指标分析	307
第一节 中国男装行业环境总体规模分析	307
一、企业数量结构分析	307
二、行业生产规模分析	307
第二节 中国男装行业环境产销分析	307
一、行业产成品情况总体分析	307



二、行业产品销售收入总体分析	308
第三节 中国男装行业环境财务指标总体分析	308
一、行业盈利能力分析	308
二、行业偿债能力分析	308
第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势	309
第一节 市场整合成长趋势	309
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测	311
第三节 企业区域市场拓展的趋势	313
第四节 科研开发趋势及替代技术进展	315
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势	315
第六节 中国男装行业SWOT分析	321
第十二章 2011-2015年男装行业投资方向预测分析	326
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	326
第二节 产业发展的空白点分析	341
第三节 投资回报率比较高的投资方向	342
第四节 新进入者应注意的障碍因素	345
第五节 营销分析与营销模式推荐	345
一、渠道构成	345
二、销售贡献比率	348
三、覆盖率	349
四、销售渠道效果	351
五、价值流程结构	351
图表目录：	
图表：男装销售淡季、旺季表现图	9
图表：2009年1-12月西服套装产量全国合计	45
图表：2009年1-12月西服套装产量北京市合计	45
图表：2009年1-12月西服套装产量天津市合计	45
图表：2009年1-12月西服套装产量河北省合计	45
图表：2009年1-12月西服套装产量山西省合计	45
图表：2009年1-12月西服套装产量内蒙古合计	46
图表：2009年1-12月西服套装产量辽宁省合计	46
图表：2009年1-12月西服套装产量吉林省合计	46

图表：2009年1-12月西服套装产量上海市合计 46  
图表：2009年1-12月西服套装产量江苏省合计 46  
图表：2009年1-12月西服套装产量浙江省合计 46  
图表：2009年1-12月西服套装产量安徽省合计 46  
图表：2009年1-12月西服套装产量福建省合计 46  
图表：2009年1-12月西服套装产量江西省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量山东省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量河南省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量湖北省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量湖南省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量广东省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量广西区合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量海南省合计 47  
图表：2009年1-12月西服套装产量重庆市合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量四川省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量贵州省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量云南省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量陕西省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量甘肃省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量青海省合计 48  
图表：2009年1-12月西服套装产量宁夏区合计 48  
图表：2010年1-12月西服套装产量全国合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量北京市合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量天津市合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量河北省合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量山西省合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量内蒙古合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量辽宁省合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量吉林省合计 49  
图表：2010年1-12月西服套装产量上海市合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量江苏省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量浙江省合计 50

图表：2010年1-12月西服套装产量安徽省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量福建省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量江西省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量山东省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量河南省合计 50  
图表：2010年1-12月西服套装产量湖北省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量湖南省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量广东省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量广西区合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量海南省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量重庆市合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量四川省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量贵州省合计 51  
图表：2010年1-12月西服套装产量云南省合计 52  
图表：2010年1-12月西服套装产量陕西省合计 52  
图表：2010年1-12月西服套装产量甘肃省合计 52  
图表：2010年1-12月西服套装产量青海省合计 52  
图表：2010年1-12月西服套装产量宁夏区合计 52  
图表：2010年1-12月西服套装产量新疆合计 52  
图表：2009年1-12月衬衫产量全国合计 52  
图表：2009年1-12月衬衫产量北京市合计 52  
图表：2009年1-12月衬衫产量天津市合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量河北省合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量山西省合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量内蒙古合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量辽宁省合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量吉林省合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量黑龙江合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量上海市合计 53  
图表：2009年1-12月衬衫产量江苏省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量浙江省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量安徽省合计 54

图表：2009年1-12月衬衫产量福建省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量江西省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量山东省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量河南省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量湖北省合计 54  
图表：2009年1-12月衬衫产量湖南省合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量广东省合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量广西区合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量重庆市合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量四川省合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量甘肃省合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量青海省合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量宁夏区合计 55  
图表：2009年1-12月衬衫产量新疆区合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量全国合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量北京市合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量天津市合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量河北省合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量山西省合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量内蒙古合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量辽宁省合计 56  
图表：2010年1-12月衬衫产量吉林省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量黑龙江合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量上海市合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量江苏省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量浙江省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量安徽省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量福建省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量江西省合计 57  
图表：2010年1-12月衬衫产量山东省合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量河南省合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量湖北省合计 58

图表：2010年1-12月衬衫产量湖南省合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量广东省合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量广西区合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量重庆市合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量四川省合计 58  
图表：2010年1-12月衬衫产量甘肃省合计 59  
图表：2010年1-12月衬衫产量青海省合计 59  
图表：2010年1-12月衬衫产量宁夏区合计 59  
图表：2010年1-12月衬衫产量新疆区合计 59  
图表：2009年1-12月布产量全国合计 78  
图表：2009年1-12月布产量北京市合计 78  
图表：2009年1-12月布产量天津市合计 78  
图表：2009年1-12月布产量河北省合计 78  
图表：2009年1-12月布产量山西省合计 79  
图表：2009年1-12月布产量内蒙古合计 79  
图表：2009年1-12月布产量辽宁省合计 79  
图表：2009年1-12月布产量吉林省合计 79  
图表：2009年1-12月布产量黑龙江合计 79  
图表：2009年1-12月布产量上海市合计 79  
图表：2009年1-12月布产量江苏省合计 79  
图表：2009年1-12月布产量浙江省合计 79  
图表：2009年1-12月布产量安徽省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量福建省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量江西省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量山东省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量河南省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量湖北省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量湖南省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量广东省合计 80  
图表：2009年1-12月布产量广西区合计 81  
图表：2009年1-12月布产量重庆市合计 81  
图表：2009年1-12月布产量四川省合计 81

图表：2009年1-12月布产量贵州省合计 81  
图表：2009年1-12月布产量云南省合计 81  
图表：2009年1-12月布产量陕西省合计 81  
图表：2009年1-12月布产量甘肃省合计 81  
图表：2009年1-12月布产量新疆区合计 81  
图表：2010年1-12月布产量全国合计 82  
图表：2010年1-12月布产量北京市合计 82  
图表：2010年1-12月布产量天津市合计 82  
图表：2010年1-12月布产量河北省合计 82  
图表：2010年1-12月布产量山西省合计 82  
图表：2010年1-12月布产量内蒙古合计 82  
图表：2010年1-12月布产量辽宁省合计 82  
图表：2010年1-12月布产量吉林省合计 82  
图表：2010年1-12月布产量黑龙江合计 83  
图表：2010年1-12月布产量上海市合计 83  
图表：2010年1-12月布产量江苏省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量浙江省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量安徽省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量福建省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量江西省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量山东省合计 83  
图表：2010年1-12月布产量河南省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量湖北省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量湖南省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量广东省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量广西区合计 84  
图表：2010年1-12月布产量重庆市合计 84  
图表：2010年1-12月布产量四川省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量贵州省合计 84  
图表：2010年1-12月布产量云南省合计 85  
图表：2010年1-12月布产量陕西省合计 85  
图表：2010年1-12月布产量甘肃省合计 85

图表：2010年1-12月布产量新疆区合计 85

图表：2010年1-6月我国居民消费价格指数 103

图表：2008-2009年我国居民消费价格指数 103

图表：2010年7月我国居民消费价格指数 104

图表：2010年8月我国居民消费价格指数 104

图表：2010年9月我国居民消费价格指数 105

图表：2010年10月我国居民消费价格指数 106

图表：2010年11月我国居民消费价格指数 107

图表：2010年12月我国居民消费价格指数 108

图表：波特五力模型 165

图表：我国男装市场“国外品牌”的构成图 166

图表：2010年男衬衫各档次销售量前20名品牌占有率 183

图表：2010年男西服各档次销售量前20名品牌占有率 183

图表：顾客感知质量的五个维度 223

图表：品牌溢价与顾客感知质量以及感知价值的相关分析 224

图表：品牌溢价与顾客感知质量以及感知价值的回归分析 225

图表：品牌溢价与顾客感知价值的回归分析 226

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司主营构成 233

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司每股指标 233

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司获利能力 234

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司经营能力 234

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司偿债能力 234

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司资本结构 234

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司发展能力 235

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司现金流量 235

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司主营业务收入 235

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司主营业务利润 235

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司营业利润 236

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司利润总额 236

图表：2009-2010年雅戈尔集团股份有限公司净利润 236

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司主营构成 244

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司每股指标 245

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司获利能力 245

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司经营能力 246

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司偿债能力 246

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司资本结构 246

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司发展能力 246

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司现金流量 247

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司主营业务收入 247

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司主营业务利润 247

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司营业利润 247

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司利润总额 248

图表：2009-2010年宁波杉杉股份有限公司净利润 248

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司主营构成 254

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司每股指标 254

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司获利能力 255

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司经营能力 255

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司偿债能力 255

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司资本结构 256

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司发展能力 256

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司现金流量 256

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司主营业务收入 256

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司主营业务利润 257

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司营业利润 257

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司利润总额 257

图表：2009-2010年希努尔男装股份有限公司净利润 258

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主营构成 265

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司每股指标 265

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司获利能力 266

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营能力 266

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司偿债能力 266

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资本结构 267

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力 267

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司现金流量 267



图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主营业务收入 267

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主营业务利润 268

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司营业利润 268

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司利润总额 269

图表：2009-2010年浙江报喜鸟服饰股份有限公司净利润 269

图表：江苏红豆实业股份有限公司营销网络 280

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司主营构成 280

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司每股指标 281

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司获利能力 282

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司经营能力 282

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力 282

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司资本结构 282

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司发展能力 283

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司现金流量 283

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司主营业务收入 283

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司主营业务利润 283

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司营业利润 284

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司利润总额 284

图表：2009-2010年江苏红豆实业股份有限公司净利润 284

图表：2010年我国纺织服装制造业企业数量结构统计 307

图表：2010年我国纺织服装制造业产值统计 307

图表：2010年我国纺织服装制造业产成品情况统计 307

图表：2010年我国纺织纺织服装制造业收入情况统计 308

图表：2010年我国纺织服装制造业利润情况统计 308

图表：2010年我国纺织服装制造业负债情况统计 308

图表：SWOT分析图 322

图表：雅戈尔的SWOT分析表 323

图表：男装企业分公司与代理商的差别 333

图表：男装企业分公司团队结构及职能配备 334

图表：男装企业分公司的薪酬福利 335

图表：男装企业分公司的出路一 339

图表：男装企业分公司的出路二 339

图表：男装企业分公司的出路三 340

图表：男装企业分公司的出路四 340

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/63865.html>