

2015-2020年中国女装市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国女装市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1411/X51618BU4J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国女装市场监测及投资前景研究报告》共十四章。介绍了女装行业相关概述、中国女装产业运行环境、分析了中国女装行业的现状、中国女装行业竞争格局、对中国女装行业做了重点企业经营状况分析及中国女装产业发展前景与投资预测。您若想对女装产业有个系统的了解或者想投资女装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国女性的美丽消费每年已达千亿元。在当代女性的实际个人消费构成，服装占35.4%，美容占2.9%，书籍 电影 CD占11%，交际 旅游占8.4%，进修占8.1%，饮食交通占8%。用于购买服装服饰 花费排在一位。从大众休闲服 运动服 淑女服再到时尚性品牌，中国女装市场正进入一个全新 多元时尚阶段，除了ONLY MORGAN等外资品牌占主流地位外，本土女装品牌也对多元时尚跃跃欲试。在中国女装市场居前十位 品牌，前五名全部为 外品牌。内女装品牌主要集 在广州 深圳 温州 杭州等地。全中国女装业产量 内销 出口多年保持高速增长势头。但是，由于女装市场淘汰率过高，因此在全中国女装市场日益繁荣 同时，不少企业不断 亏损或濒临倒闭。我国制造中国女装数量已超过世界各 产量 总和，并占据着全球20% 市场。中国女装行业 市场竞争格局，正由过去 降价竞争快速变成款式 时尚 销售环境等综合因素 竞争。面对全新 市场环境，只有在价值取向 行为准则 职业素养 任职能力等方面发现不足和缺陷，女装企业才能生存和发展。在大多数女装徘徊在打折与走量之 时，也有部分品牌能够脱颖而出成为其中佼佼者。

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 品牌 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。随着新兴产业 发展 受教育程度 提高 多元文化 发展，年轻一代 女性在经济上 实力在不断增加，人们 消费观念也在不断变化，品牌意识更加强烈。配合多种 不同需求 消费群体，女装品牌 细分也会不断增加，品牌效应将会更加明显。未来女装将向多 品牌战略发展。伴随着市场 开拓，女装行业多重商机将会越来越明显。女装是服装销售 主力。近年来我国女装业发展很快，与 际先进水平相比我国差距也在逐渐缩小。女装业正在品牌 经营 道路上向产业升级 方向发展，女装生产经营企业日臻成熟，其图表现为：女装经营者品牌 经营理念越来越强，企业生产经营 综合水平在不断提高，优秀企业和企业家不断涌现。是 服装大，更是世界上最大 女性服装消费。随着中国服装行业 发展及 人均收入水平 提高，女装行业正在快速发展，女装行业也同时存在着巨大 市场机遇。

目录：

一 部分 行业发展分析

一 2010年中国女装行业发展分析1

一 2010年中国女装行业发展状况1

一 中国女装行业概况1

二 中国女装 发展状况6

三 中国女装产业存在 问题8

二 2010年中国女装行业发展分析12

一 中国女装企业知识产权纠纷分析12

二 中国女装产业发展困扰因素分析14

三 中国女装高档化发展分析15

三 2010年中国服装行业发展分析16

一 2010年中国服装行业发展状况16

二 2010年中国服装品牌企业发展状况19

三 2010年中国服装行业发展趋势22

四 2010年中国服装行业 主基调27

五 2010年中国服装行业 发展机遇29

六 2010年中国服装行业面临问题32

二 2010年中国服装行业经济运行分析35

一 2009-2010年中国服装行业经济运行情况35

一 2009年中国服装行业经济运行分析35

二 2010年中国服装行业经济运行分析43

二 2009-2010年中国服装行业经济指标分析47

一 2009-2010年全中国服装产量47

二 2009-2010年全中国服装工业销售产值53

三 2009-2010年全中国服装制造利润总额59

四 2009-2010年服装出厂价格指数情况65

二 部分 市场发展分析

三 2010年国际女装市场分析71

一 俄罗斯女装市场分析71

一 俄罗斯服装市场现状71

- 二 俄罗斯女装市场流行趋势72
- 三 俄罗斯人对 品牌 消费态度73
- 二 意大利女装市场分析75
 - 一 意大利女装市场发展情况75
 - 二 意大利女装进出口基本情况79
 - 三 意大利女装市场走势80
 - 四 意大利女装企业对 市场开拓81
- 三 法中国女装市场分析83
 - 一 法中国女装市场概况83
 - 二 法中国女装市场进出口情况85
 - 三 法中国女装生产情况85
 - 四 法中国女装消费者分析86
 - 五 法中国女装市场进入分析88
 - 六 对 进口服装产品 限制措施89
- 四 韩中国女装市场分析91
 - 一 韩中国女装市场 引导者91
 - 二 韩 女服装品牌市场分析92
- 五 其他 家女装市场分析93
 - 一 美中国女装市场分析93
 - 二 日本女装市场分析94

- 四 2010年中国女装市场分析101
 - 一 2010年中国女装市场分析101
 - 一 中国女装行业市场现状101
 - 二 中国女装行业市场分析102
 - 二 中国女装市场发展情况106
 - 四 中国女装市场构成107
 - 五 中国女装 市场需求108
 - 二 2010年中国女装品牌分析109
 - 一 中国女装品牌分布109
 - 二 中国女装市场品牌发展状况109
 - 三 品牌女装市场分析110

- 四中国女装品牌消费趋势分析111
- 五 内外女装品牌竞争分析112
- 三 2010年中国女装消费市场分析115
 - 一 高档 年女装消费市场分析115
- 二中国女装消费市场 发展潜力117
- 三中国女装消费顾客分析118
- 四中国服装市场分析120
 - 一 2009年服装消费市场销售状况120
 - 二 2010年中国服装市场销售情况分析121
 - 三 2010年中国服装网购市场分析124
 - 四 2010年中国服装市场趋势分析124
 - 五 2010年中国服装零售市场销售形势126

- 五中国女装细分市场分析129
 - 一中国女装细分市场分析129
 - 一中国服装市场细分129
 - 二中国女装市场细分132
 - 三 成熟女装市场细分135
 - 四 新形势下丝绸女装发展分析137
 - 二 2010年 职业女装市场分析140
 - 一 职业女装市场分析140
 - 二 职业女装市场销售分析142
 - 三 职业服装市场需求情况143
 - 四 职业女装市场前景146
 - 三 2010年 女性内衣市场分析148
 - 一 女性内衣市场发展 动力148
 - 二 女性内衣消费特点分析149
 - 三 女性内衣市场新目标152
 - 四 女性内衣细分趋势明显154
 - 五 高档女性内衣市场销售特征与趋势分析157
 - 四 运动休闲女装市场分析162

六中国女装区域市场分析165

一 杭州女装分析165

一 杭派女装165

二 杭派女装 现状169

三 杭派女装 优势172

四 杭州女装市场分析173

五 深圳女装与杭州女装比较177

二 深圳女装分析180

一 深圳 内外女装品牌竞争180

二 深圳女装打响区域品牌战181

三 深圳女装 经营状况185

四 深圳高端女装谋求升级发展195

三 其他女装市场分析196

一 2009年北京女装市场分析196

二 郑州女装业现状分析201

三 泉州女装业现状分析203

四 2009-2010年全 各区市场销售情况204

一 2009年11月女装市场销售分析204

二 2010年2月女装市场销售分析206

三 2010年5月女装市场销售分析208

四 2010年6月女装市场销售分析210

七 2010年中国女装进出口分析213

一 2010年中国女装出口分析213

一 2010 我国服装出口情况213

二 2010年泉州服装出口情况217

三 英中国服装需求情况218

四 日本对进口服装要求219

二 2009-2010年欧美对华纺织品服装召回情况分析221

一 欧盟REPAX预警系统对华纺织品服装 实施情况221

二 美 消费品安全委员会 (CPSC) 对华纺织品服装 实施情况224

三 影响中国服装出口 因素分析227

- 一 绿色壁垒对我国服装出口 影响227
- 二 中国服装品牌对服装出口 影响228
- 三 中国服装质量对服装出口 影响229
- 四 反倾销对我国服装出口 影响230
- 五 环保对我国服装出口 影响230

八 中国女装产业链分析233

- 一 2010年 纺织产业发展分析233
- 一 2010年 纺织产业现状233
- 二 纺织产业主要问题235
- 三 2009-2010年纺织原料价格分析236
- 四 2010年上海纺织服装行业经济运行237
- 二 2010年 面料行业分析240
- 一 面料市场分析240
- 二 2010 面料市场流行趋势243
- 三 浙江面料市场错位竞争245
- 四 休闲面料市场分析250
- 五 面料市场价格趋势252
- 三 内外面料市场分析253
- 一 内面料市场竞争情况253
- 二 外服装面料 现状和发展趋势256
- 三 内服装面料现状及发展方向258
- 四 中国女装面料全方位演绎时尚内涵261

三部分 市场营销分析

九 2010年中国女装市场营销分析267

- 一 中国服装信息化分析267
- 一 中国服装企业信息化应用现状与问题267
- 二 解决服装信息化困境 对策268
- 三 华东服装行业信息化管理需求分析270
- 二 中国女装市场运营分析277
- 一 中国服装市场运营分析277

- 二中国女装市场销售特点278
- 三中国女装品牌经营现状及发展分析279
- 三中国女装市场营销分析284
 - 一中国女装视觉营销284
 - 二中国女装顾客数据库建设286
 - 三中国女装行业营销新渠道模式287
- 四 高档 年女装市场营销策略分析288

四部分 行业竞争分析

- 十 2010年女装行业竞争分析291
 - 一 2010年中国女装市场竞争分析291
 - 一中国女装市场竞争情况分析291
 - 二中国女装企业竞争现状分析291
 - 三中国女装市场进入多元化竞争293
 - 二中国女装市场上 际品牌295
 - 一 际女装品牌进入 方式295
 - 二 际女装品牌 优势296
 - 三 韩中国服装市场 主流进军 市场299
 - 四中国女装品牌面临 际多元化竞争市场策略303
 - 三中国女装品牌竞争分析304
 - 一中国女装品牌竞争分析304
 - 二中国女装品牌市场竞争进入细分时代307
 - 四中国女装竞争策略308
 - 一中国服装提高 际市场竞争力308
 - 二中国服装品牌提高市场综合竞争力310
 - 三中国女装市场竞争策略312
- 五 外女装在华竞争分析316
 - 一 韩 美伊恋品牌服装在华女装市场竞争316
 - 二 法 芭碧妮娅在华女装市场竞争分析317
 - 三 菲格迪娅在中国女装市场竞争分析318
 - 四 箩伦诗在华高端女装市场竞争分析320
 - 五 韩 左娜拉在华女装市场竞争状况320

十一中国女装重点竞争企业分析323

一 哥弟323

一 企业基本概述323

二 企业营销分析323

二 ONLY 324

一 企业基本概述324

二 企业品牌定位325

三 企业品牌特点326

四 企业营销渠道分析327

三 ETAM 328

一 企业基本概述328

二 2010年企业经营状况332

四 歌莉娅332

一 企业基本概述332

二 企业营销策略333

三 企业品牌建设335

五 太平鸟338

一 企业基本概述338

二 企业经营范围338

三 企业发展历程340

六 CCSTORY 342

一 企业基本概述342

二 企业价格定位343

三 企业产品品质要求343

四 企业目标顾客343

五 企业品牌建设344

七 CHANEL 346

一 企业基本概述346

二 企业品牌建设347

三 企业在 情况349

八 VERSACE 351

一 企业基本概述351

二 企业在 市场战略354

三 金融危机下企业发展状况分析356

四 2009年公司在亚洲市场扩张分析358

九 CK 358

一 企业基本概述358

二 企业品牌分析360

十 其他女装企业362

一 LV 362

二 Dior 364

三 Prada 364

四 KENZO 365

五 Gucci 366

六 Valentino 368

五部分 行业发展趋势

十二 2015-2020年中国女装行业发展趋势375

一 2015-2020年中国女装行业发展趋势375

一 2015-2020年中国服装行业发展趋势375

二 2015-2020年中国女装市场发展趋势377

三 2011女装运动休闲流行趋势378

四 高级女装品牌市场发展趋势分析380

二 2015-2020年中国女装面料发展趋势386

一 2015-2020年 纺织面料流行趋势386

二 2011女装色彩及面料趋势分析387

三 未来中国女装行业发展方向387

一中国女装开创个性时尚新时代387

二中国服装企业未来发展方向394

六部分 营销策略与投资分析

十三中国女装行业营销策略分析397

一中国女装营销策略分析397

一中国女装营销渠道分析397

二中国女装品牌渠道建设策略分析399

三中国女装存货 管理消化方案403

二中国女装品牌企业发展策略分析404

一中国女装品牌发展策略404

二中国女装行业品牌走势分析407

三中国女装品牌代理策略410

四中国女装品牌终端经营策略411

十四 博思数据关于中国女装投资分析415

一中国女装市场赢利分析415

一中国女装盈利趋于社会平均利润值415

二 内女装高端化成盈利增长点421

二中国女装投资前景分析422

一 时尚潮流 高档女装前景422

二中国女装市场商机分析423

三中国女装行业面临发展机遇429

三中国女装投资经营分析430

一中国女装店在选址时应注意哪些问题430

二中国服装店选址要注意商圈 选择431

三 折扣女装店前期投资分析及运作433

四 加盟女装注意事项435

四中国女装投资分析436

一中国女装消费市场投资契机436

二中国女装行业投资分析437

图表目录

图表：在知识产权 保护 应当承担主要责任 调查情况12

图表：知识产权普及情况13

图表：服装企业知识产权纠纷情况13

图表：服装企业解决知识产权纠纷态度分析14

图表：2003-2009年服装行业生产情况36

图表：2009年1-11月份规模以上企业完成服装产量情况36

图表：2007-2009年消费品及衣着消费增长情况40

图表：大商场服装销售增幅情况40

图表：2009年1-11月全 消费价格指数41

图表：2006-2009年服装消费价格指数变化情况41

图表：大型零售店商业企业产品价格指数月变化情况42

图表：2009年1-11月份我国服装进口情况42

图表：2009年1-11月份我国服装出口情况43

图表：2009-2010年全中国服装产量47

图表：2009-2010年北京服装产量47

图表：2009-2010年天津服装产量47

图表：2009-2010年河北服装产量47

图表：2009-2010年山西服装产量48

图表：2009-2010年内蒙古服装产量48

图表：2009-2010年辽宁服装产量48

图表：2009-2010年吉林服装产量48

图表：2009-2010年黑龙江服装产量48

图表：2009-2010年上海服装产量49

图表：2009-2010年江苏服装产量49

图表：2009-2010年浙江服装产量49

图表：2009-2010年安徽服装产量49

图表：2009-2010年福建服装产量49

图表：2009-2010年江西服装产量50

图表：2009-2010年山东服装产量50

图表：2009-2010年河南服装产量50

图表：2009-2010年湖北服装产量50

图表：2009-2010年湖南服装产量50

图表：2009-2010年广东服装产量51

图表：2009-2010年广西服装产量51

图表：2009-2010年海南服装产量51

图表：2009-2010年重庆服装产量51

图表：2009-2010年四川服装产量51

图表：2009-2010年贵州服装产量52

图表：2009-2010年云南服装产量52

图表：2009-2010年陕西服装产量52

图表：2009-2010年甘肃服装产量52

图表：2009-2010年青海服装产量52

图表：2009-2010年宁夏服装产量53

图表：2009-2010年新疆服装产量53

图表：2009-2010年全中国服装工业销售产值53

图表：2009-2010年北京服装工业销售产值53

图表：2009-2010年天津服装工业销售产值53

图表：2009-2010年河北服装工业销售产值54

图表：2009-2010年山西服装工业销售产值54

图表：2009-2010年内蒙古服装工业销售产值54

图表：2009-2010年辽宁服装工业销售产值54

图表：2009-2010年吉林服装工业销售产值54

图表：2009-2010年黑龙江服装工业销售产值55

图表：2009-2010年上海服装工业销售产值55

图表：2009-2010年江苏服装工业销售产值55

图表：2009-2010年浙江服装工业销售产值55

图表：2009-2010年安徽服装工业销售产值55

图表：2009-2010年福建服装工业销售产值56

图表：2009-2010年江西服装工业销售产值56

图表：2009-2010年山东服装工业销售产值56

图表：2009-2010年河南服装工业销售产值56

图表：2009-2010年湖北服装工业销售产值56

图表：2009-2010年湖南服装工业销售产值57

图表：2009-2010年广东服装工业销售产值57

图表：2009-2010年广西服装工业销售产值57

图表：2009-2010年海南服装工业销售产值57

图表：2009-2010年重庆服装工业销售产值57

图表：2009-2010年四川服装工业销售产值58

图表：2009-2010年贵州服装工业销售产值58

图表：2009-2010年云南服装工业销售产值58

图表：2009-2010年陕西服装工业销售产值58

图表：2009-2010年甘肃服装工业销售产值58

图表：2009-2010年青海服装工业销售产值59

图表：2009-2010年宁夏服装工业销售产值59

图表：2009-2010年新疆服装工业销售产值59

图表：2009-2010年全中国服装制造利润总额59

图表：2009-2010年北京服装制造利润总额59

图表：2009-2010年天津服装制造利润总额60

图表：2009-2010年河北服装制造利润总额60

图表：2009-2010年山西服装制造利润总额60

图表：2009-2010年内蒙古服装制造利润总额60

图表：2009-2010年辽宁服装制造利润总额60

图表：2009-2010年吉林服装制造利润总额61

图表：2009-2010年黑龙江服装制造利润总额61

图表：2009-2010年上海服装制造利润总额61

图表：2009-2010年江苏服装制造利润总额61

图表：2009-2010年浙江服装制造利润总额61

图表：2009-2010年安徽服装制造利润总额62

图表：2009-2010年福建服装制造利润总额62

图表：2009-2010年江西服装制造利润总额62

图表：2009-2010年山东服装制造利润总额62

图表：2009-2010年河南服装制造利润总额62

图表：2009-2010年湖北服装制造利润总额63

图表：2009-2010年湖南服装制造利润总额63

图表：2009-2010年广东服装制造利润总额63

图表：2009-2010年广西服装制造利润总额63

图表：2009-2010年海南服装制造利润总额63

图表：2009-2010年重庆服装制造利润总额64

图表：2009-2010年四川服装制造利润总额64

图表：2009-2010年贵州服装制造利润总额64

图表：2009-2010年云南服装制造利润总额64

图表：2009-2010年陕西服装制造利润总额64

图表：2009-2010年甘肃服装制造利润总额65

图表：2009-2010年青海服装制造利润总额65

图表：2009-2010年宁夏服装制造利润总额65

图表：2009-2010年新疆服装制造利润总额65

图表：2009年1月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数65

图表：2009年2月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年3月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年4月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年5月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年6月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年7月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数66

图表：2009年8月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2009年9月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2009年10月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2009年11月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2009年12月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2010年1月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数67

图表：2010年2月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年3月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年4月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年5月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年6月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年7月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数68

图表：2010年8月纺织服装鞋帽制造业出厂价格指数69

图表：2004-2007年意大利女装产业销售收入变化 75

图表：2004-2007年意大利女装产业产值变化 76

图表：2004-2007年意大利女装产业实现贸易顺差变化 76

图表：2004-2007年意大利 内市场女装消费金额变化 77

图表：意大利按营业收入排名前十位中国女装企业78

图表：意大利按净利润排名前十位中国女装企业78

图表：2009年以来全 百家重点大型零售企业各月服装类商品零售额同比增速127

图表：2010年1-6月全 百家重点大型零售企业各类服装零售量累计增速128

图表：2009年11月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率204

图表：2009年11月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率205

图表：2009年11月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率205

图表：2009年11月华中国女装市场排名前十品牌市场综合占有率205

图表：2009年11月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率206

图表：2009年11月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率206

图表：2010年2月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率206

图表：2010年2月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率207

图表：2010年2月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率207

图表：2010年2月华中国女装市场排名前十品牌市场综合占有率207

图表：2010年2月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率208

图表：2010年2月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率208

图表：2010年5月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率208

图表：2010年5月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率209

图表：2010年5月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率209

图表：2010年5月华中国女装市场排名前十品牌市场综合占有率209

图表：2010年5月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率210

图表：2010年5月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率210

图表：2010年6月华北女装市场排名前十品牌市场综合占有率210

图表：2010年6月东北女装市场排名前十品牌市场综合占有率211

图表：2010年6月华东女装市场排名前十品牌市场综合占有率211

图表：2010年6月华中国女装市场排名前十品牌市场综合占有率211

图表：2010年6月西南女装市场排名前十品牌市场综合占有率212

图表：2010年6月西北女装市场排名前十品牌市场综合占有率212

图表：2006-2010年上半年欧盟对华通报产品数量变化趋势222

图表：2009年欧盟产品通报前10位 家（地区） 222

图表：2010年上半年欧盟产品通报前10位 家（地区） 222

图表：2008-2010年上半年欧盟召回纺织服装类产品增长情况223

图表：2009-2010年上半年欧盟REPAX召回纺织品服装原因情况224

图表：2009-2010年上半年美 CPSC召回通报 家（地区） 情况225

图表：2008-2010年上半年美 召回纺织服装类产品增长情况225

图表：2009-2010年上半年美 召回纺织服装类产品分类分布情况226

图表：2009年美 召回纺织服装类产品原因情况227

图表：2010年纺织业工业增加值增速情况233

图表：2010年 内棉花价格情况233

图表：2010年纺织业投资增长情况234

图表：2008年7月-2010年6月上海规模以上企业工业生产总值走势238

图表：2008年7月-2010年6月上海规模以上企业出口交货值完成情况

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1411/X51618BU4J.html>