

# 2016-2022年中国服装市场 深度研究与投资风险报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国服装市场深度研究与投资风险报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/A718943061.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

我国是世界上最大的服装生产国，但服装产业整体发展很不平衡。东南沿海省份所生产的产品占据了全国80%以上的市场份额。而中西部地区的服装产业则还非常的落后。服装企业之间的竞争还停留在价格、款式等方面的竞争，绝大多数服装企业的产品销售还是以批发市场的大流通为主。

2014年中国服装市场规模达到2,673亿美元，较2013年的2,474亿美元增长8.04%。中国已经超越美国成为全球服装零售消费额最大的国家。

2015年11月中国服装、鞋帽零售价格指数环比增长值-0.32，2015年1-11月中国服装、鞋帽零售价格指数环比增长值-0.06。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国服装市场深度研究与投资风险报告》共二十章。首先介绍了中国服装行业市场发展环境、中国服装整体运行态势等，接着分析了中国服装行业市场运行的现状，然后介绍了中国服装市场竞争格局。随后，报告对中国服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装行业发展趋势与投资预测。您若想对服装产业有个系统的了解或者想投资服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

### 第一章 2013-2015年国际服装行业分析

#### 1.1 国际服装行业发展概况

##### 1.1.1 全球服装市场发展综述

##### 1.1.2 全球纺织品服装贸易特点综述

##### 1.1.3 2012年全球服装行业进出口状况

##### 1.1.4 2013年全球运动服装行业分析

##### 1.1.5 2014年全球服装业资本市场动态

##### 1.1.6 全球奢侈品服装巨头战略动向

#### 1.2 美国

##### 1.2.1 美国服装市场消费概况

##### 1.2.2 2012年美国纺织品和服装进口状况

- 1.2.3 2013年美国纺织品和服装进口状况
- 1.2.4 2014年一季度美国纺织品和服装进口状况
- 1.2.5 美国服装折扣市场发展活跃
- 1.3 意大利
  - 1.3.1 意大利纺织服装业运行状况分析
  - 1.3.2 意大利服装行业时尚标志逐渐流失
  - 1.3.3 2014年意大利纺织服装业迎来复苏
  - 1.3.4 中意纺织服装业合作潜力大
- 1.4 法国
  - 1.4.1 2011年法国服装纺织品市场状况
  - 1.4.2 2012年法国服装行业进出口状况
  - 1.4.3 2013年法国服装业外部环境恶劣
  - 1.4.4 2014年法国服装业发展动态分析
- 1.5 韩国
  - 1.5.1 韩国服装业的发展战略解析
  - 1.5.2 韩国服装企业的营销方式分析
  - 1.5.3 韩国线上服装品牌发展迅猛
  - 1.5.4 韩国服装业转向SPA经营模式
  - 1.5.5 韩国服装品牌在华发展态势
- 1.6 日本(ZY XH)
  - 1.6.1 日本服装产业的发展特点分析
  - 1.6.2 日本服装企业以错位竞争占领市场
  - 1.6.3 2011年日本服装市场发展分析
  - 1.6.4 2012年日本服装进口状况分析
  - 1.6.5 2013年日本企业兴起服装回收热潮
  - 1.6.6 日本运动服务加大东南亚采购规模
- 1.7 其他
  - 1.7.1 西欧
  - 1.7.2 东欧
  - 1.7.3 中东
  - 1.7.4 澳大利亚
  - 1.7.5 印度

- 1.7.6 斯里兰卡
- 1.7.7 阿根廷
- 1.7.8 柬埔寨

## 第二章 2013-2015年中国服装行业分析

### 2.1 中国服装行业发展综述

- 2.1.1 中国服装行业发展的四大特点
- 2.1.2 我国服装产业逐渐向中西部转移
- 2.1.3 中国服装行业实现快速发展
- 2.1.4 中国服装业寻求全方面变革
- 2.1.5 服装产业链发展现状及其整合分析

### 2.2 2013-2015年中国服装行业的发展

- 2.2.1 2012年我国服装行业经济运行分析
- 2.2.2 2013年我国服装行业经济运行分析
- 2.2.3 2013年中国服装行业运行特点剖析
- 2.2.4 2013年服装业电商市场发展分析
- 2.2.5 2014年一季度我国服装行业发展状况分析

### 2.3 2013-2015年中国服装业产业集群解析

- 2.3.1 中国服装产业集群概况及主要特征
- 2.3.2 中国服装产业集群发展取得的进步
- 2.3.3 影响中国服装产业集群发展的重要因素
- 2.3.4 中国服装产业集群发展的几点建议
- 2.3.5 我国服装产业集群战略剖析
- 2.3.6 我国纺织服装产业集群趋势

### 2.4 2013-2015年服装行业品牌分析

- 2.4.1 中国服装品牌发展的主要特点
- 2.4.2 中国服装奢侈品品牌发展现状
- 2.4.3 2013年中国服装品牌大事盘点
- 2.4.4 剖析我国服装品牌发展的缺失
- 2.4.5 中国服装行业自主品牌探索之路
- 2.4.6 品牌资源经营将成为服装业第五业态

### 2.5 服装行业库存分析

- 2.5.1 服装企业应保持适量库存
- 2.5.2 服装品牌库存清理方法比较分析
- 2.5.3 举办库存服装特卖会的十个要点
- 2.5.4 服装经销商库存消化策略
- 2.6 服装行业信息化分析
  - 2.6.1 中国服装行业信息化发展概况
  - 2.6.2 服装企业信息管理主要对象及流程
  - 2.6.3 服装业信息化管理面临的问题
  - 2.6.4 中国服装产业信息化存在三大瓶颈
  - 2.6.5 服装企业生产信息化存在两个难点
  - 2.6.6 浅析服装行业信息化发展策略
  - 2.6.7 中小服装企业信息化发展的要点
- 2.7 中国服装行业面临的问题及发展对策
  - 2.7.1 中国服装业发展中的主要问题
  - 2.7.2 中国服装品牌代理商面临的主要难题
  - 2.7.3 我国服装行业发展的对策建议
  - 2.7.4 中国服务行业发展壮大的对策
  - 2.7.5 中国服装行业品牌价值提升战略

### 第三章 中国纺织服装制造行业财务状况

- 3.1 中国纺织服装制造行业经济规模
  - 3.1.1 2013-2015年纺织服装制造业销售规模
  - 3.1.2 2013-2015年纺织服装制造业利润规模
  - 3.1.3 2013-2015年纺织服装制造业资产规模
- 3.2 中国纺织服装制造行业盈利能力指标分析
  - 3.2.1 2013-2015年纺织服装制造业亏损面
  - 3.2.2 2013-2015年纺织服装制造业销售毛利率
  - 3.2.3 2013-2015年纺织服装制造业成本费用利润率
  - 3.2.4 2013-2015年纺织服装制造业销售利润率
- 3.3 中国纺织服装制造行业营运能力指标分析
  - 3.3.1 2013-2015年纺织服装制造业应收账款周转率
  - 3.3.2 2013-2015年纺织服装制造业流动资产周转率

- 3.3.3 2013-2015年纺织服装制造业总资产周转率
- 3.4 中国纺织服装制造行业偿债能力指标分析
  - 3.4.1 2013-2015年纺织服装制造业资产负债率
  - 3.4.2 2011-2015年纺织服装制造业利息保障倍数
- 3.5 中国纺织服装制造行业财务状况综合评价
  - 3.5.1 纺织服装制造业财务状况综合评价
  - 3.5.2 影响纺织服装制造业财务状况的经济因素分析

#### 第四章 2013-2015年中国服装市场分析

- 4.1 2013-2015年服装市场发展特征分析
  - 4.1.1 服装市场具备的基本特征
  - 4.1.2 中国居民服装消费特征浅析
  - 4.1.3 “快时尚”服装品牌迅速扩张
  - 4.1.4 2013年我国服装消费市场平淡
- 4.2 2013-2015年中国服装市场销售分析
  - 4.2.1 2012年我国服装市场零售状况
  - 4.2.2 2013年我国服装销售市场发展分析
  - 4.2.3 2014年一季度服装市场零售价格状况
- 4.3 2013-2015年中国服装网购市场分析
  - 4.3.1 我国服装市场网购迅猛发展
  - 4.3.2 中国服装网购市场规模现状
  - 4.3.3 中国服装B2C模式零售平台
  - 4.3.4 中国服装网购市场趋势分析
  - 4.3.5 网络服装市场存在的问题及原因
  - 4.3.6 加强网络服装市场监管的建议
- 4.4 支撑中国服装市场消费高增长的主要因素
  - 4.4.1 人口红利
  - 4.4.2 居民收入
  - 4.4.3 城市化
- 4.5 2013-2015年服装细分产品市场发展分析
  - 4.5.1 中国服装市场细分化存在的盲区
  - 4.5.2 中老年服装市场发展分析

- 4.5.3 中国青少年服装市场解析
- 4.5.4 “生态服装”市场发展状况
- 4.5.5 中国成为皮草服装主产地
- 4.6 我国纺织服装专业市场运行解析
  - 4.6.1 规模变化
  - 4.6.2 运行特点
  - 4.6.3 重点影响因素
  - 4.6.4 未来发展趋势

## 第五章 2013-2015年中国主要地区服装行业发展分析

### 5.1 广东

- 5.1.1 广东服装产业竞争力全面分析
- 5.1.2 2012年广东服装产业发展状况分析
- 5.1.3 2013年广东服装产业发展状况分析
- 5.1.4 广东服装产业发展中面临的问题
- 5.1.5 广东省服装产业的指导思想及发展目标
- 5.1.6 广东服装产业发展的主要任务
- 5.1.7 广东省保障服装产业发展的主要措施

### 5.2 浙江

- 5.2.1 浙江服装产业的竞争优势剖析
- 5.2.2 浙江省服装行业发展总体概况
- 5.2.3 2012年浙江服装企业的竞争力分析
- 5.2.4 2013年浙江服装行业发展态势分析
- 5.2.5 浙江宁波纺织服装业升级发展
- 5.2.6 浙江嵊州针织服装行业的发展
- 5.2.7 浙江服装企业的主要品牌战略
- 5.2.8 “十二五”浙江服装行业发展目标

### 5.3 江苏

- 5.3.1 “十一五”江苏省服装产业发展状况
- 5.3.2 江苏服装业发展呈现的三大特色
- 5.3.3 江苏省服装产业集群格局分析
- 5.3.4 2013年江苏省服装产业集群再度扩容



- 5.3.5 2013年江苏纺织服装业运营现状
- 5.3.6 “十二五”江苏省服装产业规划目标
- 5.3.7 未来10年江苏省服装产业发展方向
- 5.4 福建
  - 5.4.1 福建省纺织服装行业发展概况
  - 5.4.2 福建省服装行业运行特点剖析
  - 5.4.3 2013年福建纺织服装行业寻求转型
  - 5.4.4 泉州纺织服装产业发展路径分析
  - 5.4.5 石狮纺织服装产业发展现状分析
  - 5.4.6 “十二五”福建纺织服装产业规划展望
- 5.5 山东
  - 5.5.1 山东省服装行业发展取得的成就
  - 5.5.2 山东省服装产业发展变化的特点
  - 5.5.3 山东省纺织服装行业发展现状
  - 5.5.4 山东青岛纺织服装业面临压力
  - 5.5.5 山东枣庄纺织服装业发展分析
  - 5.5.6 2015年山东服装行业的发展目标
- 5.6 安徽
  - 5.6.1 “十一五”期间安徽服装业的发展
  - 5.6.2 安徽本土服装业的发展现状
  - 5.6.3 2013年安徽省服装行业形势转好
  - 5.6.4 促进安徽服装产业的发展建议
  - 5.6.5 “十二五”安徽服装业发展机遇分析
  - 5.6.6 安徽服装业未来的发展趋势
- 5.7 其它地区
  - 5.7.1 湖南
  - 5.7.2 上海
  - 5.7.3 重庆
  - 5.7.4 河南
  - 5.7.5 新疆

## 第六章 2013-2015年女装行业发展分析

- 6.1 2013-2015年国外女装市场发展概况
  - 6.1.1 日本
  - 6.1.2 英国
  - 6.1.3 法国
  - 6.1.4 意大利
  - 6.1.5 俄罗斯
  - 6.1.6 印度
- 6.2 2013-2015年中国女装行业发展分析
  - 6.2.1 我国女装行业发展的主要特点
  - 6.2.2 2011年我国女装市场发展综述
  - 6.2.3 我国女装行业细分领域发展剖析
  - 6.2.4 2011年我国高档女装零售市场状况
  - 6.2.5 2012年中国女装指数对外发布
  - 6.2.6 2013年女装市场发展趋势分析
- 6.3 2013-2015年主要地区女装行业分析
  - 6.3.1 上海女装市场的销售分析
  - 6.3.2 主要商场深圳女装运行特点分析
  - 6.3.3 杭州女装行业发展总体分析
  - 6.3.4 宁波女装行业发展现状分析
  - 6.3.5 泉州女装市场迅速崛起
- 6.4 2013-2015年中国女装市场竞争分析
  - 6.4.1 我国女装品牌国际竞争力有所提高
  - 6.4.2 中国女装市场进入多元化竞争
  - 6.4.3 我国女装行业竞争日趋激烈
  - 6.4.4 我国高端女装市场集中度偏低
  - 6.4.5 女装市场品牌竞争格局分析
  - 6.4.6 国产女装品牌未来竞争力可期
- 6.5 女装行业存在的问题及对策
  - 6.5.1 中国女装行业突出的矛盾分析
  - 6.5.2 中国女装行业发展策略
  - 6.5.3 中国女装企业应培育自主国际品牌
  - 6.5.4 女装品牌渠道建设策略分析

#### 6.5.5 中高档中年女装营销策略分析

### 第七章 2013-2015年男装行业发展分析

#### 7.1 国外男装产业发展概况

##### 7.1.1 国际男装产业发展的主要脉络

##### 7.1.2 国际男装产业典型商业模式评析

##### 7.1.3 法国男装市场发展状况分析

##### 7.1.4 意大利男装产业发展现状分析

#### 7.2 2013-2015年中国男装行业发展概况

##### 7.2.1 中国男装的发展阶段与格局

##### 7.2.2 中国男装市场规模增长态势

##### 7.2.3 中国男装企业上市之路分析

##### 7.2.4 2012年中国男装市场发展态势

##### 7.2.5 2013年中国男装行业运营现状

##### 7.2.6 中国男装企业存在的主要问题

#### 7.3 2013-2015年部分地区男装市场分析

##### 7.3.1 湖北男装产业发展提速

##### 7.3.2 温州向高端男装领域发力

##### 7.3.3 男装成惠州市惠城区重点发展产业

##### 7.3.4 福建男装品牌细分化抢占市场

#### 7.4 2013-2015年男装市场品牌发展分析

##### 7.4.1 中国男装行业进入品牌主导时代

##### 7.4.2 成功男装品牌塑造取决于五大要素

##### 7.4.3 我国男装行业品牌发展现状剖析

##### 7.4.4 中国男装品牌的主要运营模式

##### 7.4.5 中国男装品牌积极实施国际化

##### 7.4.6 我国男装品牌发展的创新策略分析

##### 7.4.7 未来男装品牌发展趋向透析

#### 7.5 男装市场发展策略分析

##### 7.5.1 与时俱进占领Shopping malls

##### 7.5.2 抓住男装时尚内涵本质

##### 7.5.3 准确定位顾客产品风格

- 7.5.4 提升对VIP客户的培育方式
- 7.5.5 线下线上共进步发展电子商务

## 第八章 2013-2015年童装行业发展分析

- 8.1 童装行业的发展概况
  - 8.1.1 中国童装业成企业发展热点
  - 8.1.2 中国童装的产业环境解析
  - 8.1.3 我国童装行业发展新动态
  - 8.1.4 中国童装市场竞争日趋激烈
  - 8.1.5 中国童装市场受奢侈品品牌青睐
- 8.2 2012-2013年中国童装市场发展状况
  - 8.2.1 2012年诸多服装品牌涌入童装市场
  - 8.2.2 2012年我国童装行业新政解析
  - 8.2.3 2013年童装企业业绩持续增长
  - 8.2.4 2013年我国童装行业发展综述
- 8.3 2013-2015年中大童装市场剖析
  - 8.3.1 中大童装市场需求
  - 8.3.2 中大童装市场现状
  - 8.3.3 中大童装企业发展面临的问题
- 8.4 2013-2015年中国童装消费市场剖析
  - 8.4.1 童装消费的主要特征
  - 8.4.2 影响童装消费的八大因素
  - 8.4.3 中国童装市场消费水平多层次
  - 8.4.4 童装市场消费需求现状
  - 8.4.5 童装个性化消费来临及应对策略
- 8.5 2013-2015年中国童装品牌的发展概况
  - 8.5.1 中国童装发展品牌市场的背景
  - 8.5.2 国内童装企业自主品牌的状况
  - 8.5.3 高端童装品牌销售渠道透析
  - 8.5.4 童装品牌细分市场的定位解析
  - 8.5.5 中国童装市场品牌塑造策略探讨
- 8.6 2013-2015年部分地区童装市场分析

- 8.6.1 浙江省织里童装产业强势发展
- 8.6.2 泉州童装企业竞争打出“动漫”牌
- 8.6.3 烟台童装市场发展空间巨大
- 8.6.4 2013年温州童装行业发展现状
- 8.7 童装产业发展存在的问题及对策
  - 8.7.1 制约中国童装产业发展的因素
  - 8.7.2 童装产业基地发展存在的问题
  - 8.7.3 童装企业从批发向品牌转型的建议
  - 8.7.4 童装企业开拓市场的发展策略

## 第九章 2013-2015年内衣行业发展分析

- 9.1 2013-2015年国际内衣行业发展分析
  - 9.1.1 亚洲内衣市场发展潜力可期
  - 9.1.2 法国内衣市场消费者行为分析
  - 9.1.3 经济危机致法国内衣业低迷运行
  - 9.1.4 俄罗斯内衣市场进口产品占主导
  - 9.1.5 2013年美国内衣市场消费特征分析
  - 9.1.6 日本内衣企业加强与上下游厂商合作
- 9.2 中国内衣产业发展概况
  - 9.2.1 我国内衣行业发展概述
  - 9.2.2 我国内衣市场发展迅猛
  - 9.2.3 我国彩棉内衣首项标准出台实施
  - 9.2.4 高端国际品牌内衣在中国市场发展
  - 9.2.5 我国内衣网购市场呈现良好态势
- 9.3 2013-2015年中国内衣业发展状况
  - 9.3.1 2011年我国内衣行业热点解析
  - 9.3.2 2012年我国内衣市场发展形势分析
  - 9.3.3 融合发展成2013年内衣企业关键
- 9.4 2013-2015年内衣细分产品发展分析
  - 9.4.1 中国针织内衣市场状况
  - 9.4.2 中国保暖内衣行业发展剖析
  - 9.4.3 中国女性内衣市场格局分析

- 9.4.4 少女内衣市场前景可观
- 9.4.5 男性内衣市场发展分析
- 9.4.6 中国儿童内衣市场消费格局分析
- 9.4.7 我国孕妇内衣市场拥有巨大商机
- 9.5 2012-2015年部分地区内衣产业分析
  - 9.5.1 河北内衣市场综合分析
  - 9.5.2 浙江义乌内衣行业抱团发展
  - 9.5.3 深圳内衣行业发展状况分析
  - 9.5.4 2014年盐步成立内衣产业联盟
- 9.6 中国内衣行业存在的问题及对策
  - 9.6.1 内衣品牌的市场定位与推广策略探讨
  - 9.6.2 中国内衣业的渠道弊端及营销趋向分析
  - 9.6.3 内衣营销盈运系统打造策略
  - 9.6.4 中国内衣企业面临的挑战及应对策略
  - 9.6.5 我国内衣市场销售管理策略探析

## 第十章 2013-2015年休闲装及运动装发展分析

- 10.1 2013-2015年中国休闲装行业发展概况
  - 10.1.1 我国休闲服装业发展概述
  - 10.1.2 我国休闲服装行业发展的主要特点
  - 10.1.3 我国休闲服装行业发展的影响因素分析
  - 10.1.4 外资中档品牌快速抢占中国休闲服装市场
- 10.2 2013-2015年中国主要地区休闲装发展分析
  - 10.2.1 石狮休闲服装行业发展综述
  - 10.2.2 沙溪镇休闲服装产业发展近况
  - 10.2.3 沙溪镇休闲服装产业发展规划
  - 10.2.4 青岛将打造高端航海运动休闲装品牌
- 10.3 2013-2015年休闲装细分产品发展分析
  - 10.3.1 美式风格休闲服
  - 10.3.2 商务休闲装
  - 10.3.3 时尚休闲装
  - 10.3.4 青春休闲服

- 10.4 2013-2015年运动装市场发展分析
  - 10.4.1 运动服装休闲化成流行趋势
  - 10.4.2 2011年中国运动服装品牌发展状况
  - 10.4.3 2012年运动服装企业运营形势不佳
  - 10.4.4 2012年运动服装线上市场争夺加剧
  - 10.4.5 2013年运动服装行业持续低迷
- 10.5 休闲装面临的问题及发展策略分析
  - 10.5.1 中国休闲装发展存在的主要问题
  - 10.5.2 中国休闲装的发展策略分析
  - 10.5.3 中国休闲装品牌经营策略透析
  - 10.5.4 中国休闲服装品牌定位差异化策略

## 第十一章 2013-2015年羽绒服发展分析

- 11.1 中国羽绒服行业分析
  - 11.1.1 中国羽绒服行业发展现状综述
  - 11.1.2 羽绒服装市场的发展特点
  - 11.1.3 羽绒服品牌整体上得到提升
  - 11.1.4 羽绒服企业谋求品牌延伸
- 11.2 2012-2013年中国羽绒服市场发展分析
  - 11.2.1 2011年我国羽绒服行业运行状况分析
  - 11.2.2 2012年我国《羽绒服装》新国标正式实施
  - 11.2.3 2013年羽绒服行业发展形势严峻
- 11.3 中国羽绒服装市场存在的问题
  - 11.3.1 羽绒服品牌及管理中的问题
  - 11.3.2 羽绒服销售渠道面临的困难
  - 11.3.3 中小型羽绒服品牌面临的挑战
- 11.4 羽绒服行业发展策略
  - 11.4.1 羽绒服行业市场突围策略
  - 11.4.2 羽绒服淡季营销策略
  - 11.4.3 羽绒服行业组织应发挥作用

## 第十二章 2013-2015年职业装行业发展分析

- 12.1 2013-2015年中国职业装行业发展概况
  - 12.1.1 中国职业装产品本身的主要特点
  - 12.1.2 中国职业装产业在变化中发展
  - 12.1.3 中国职业装行业发展现状分析
  - 12.1.4 中国量身定制职业装行业发展分析
  - 12.1.5 中国职业装步入产业链深度合作期
- 12.2 2013-2015年中国职业装市场分析
  - 12.2.1 职业装市场的分类
  - 12.2.2 中国职业装市场的三个特点
  - 12.2.3 我国职业装市场调查分析
  - 12.2.4 职业装行业电子商务发展迈出新步伐
  - 12.2.5 我国建筑行业职业工装市场有待开发
- 12.3 2013-2015年中国职业装品牌分析
  - 12.3.1 中国职业装品牌建设发展历程
  - 12.3.2 品牌化成职业装行业发展的必然趋势
  - 12.3.3 我国职业装品牌建设存在的问题
  - 12.3.4 我国职业装品牌创新策略分析
  - 12.3.5 我国职业装创名牌还任重道远
- 12.4 中国职业装行业存在的问题、发展对策
  - 12.4.1 中国职业装行业面临的主要问题
  - 12.4.2 职业装行业发展的转型策略
  - 12.4.3 职业装应当在三个方面进行创新
  - 12.4.4 中国职业装行业发展建议
  - 12.4.5 开拓职业装细分领域的发展战略

### 第十三章 2013-2015年中国服装行业产量数据分析

- 13.1 服装
  - 13.1.1 2012年全国及主要省份服装产量分析
  - 13.1.2 2013年全国及主要省份服装产量分析
  - 13.1.3 2014年全国及主要省份服装产量分析
- 13.2 西服套装
  - 13.2.1 2012年全国及主要省份西服套装产量分析



- 13.2.2 2013年全国及主要省份西服套装产量分析
- 13.2.3 2014年全国及主要省份西服套装产量分析
- 13.3 衬衫
  - 13.3.1 2012年全国及主要省份衬衫产量分析
  - 13.3.2 2013年全国及主要省份衬衫产量分析
  - 13.3.3 2014年全国及主要省份衬衫产量分析
- 13.4 针织服装
  - 13.4.1 2012年全国及主要省份针织服装产量分析
  - 13.4.2 2013年全国及主要省份针织服装产量分析
  - 13.4.3 2014年全国及主要省份针织服装产量分析
- 13.5 羽绒服
  - 13.5.1 2012年全国及主要省份羽绒服产量分析
  - 13.5.2 2013年全国及主要省份羽绒服产量分析
  - 13.5.3 2014年全国及主要省份羽绒服产量分析

#### 第十四章 2013-2015年中国服装行业进出口分析

- 14.1 中国服装进出口环境分析
  - 14.1.1 我国进口服装等奢侈品将受严查
  - 14.1.2 2012年中国服装行业贸易壁垒增多
  - 14.1.3 2014年纺织品服装业出口环境
  - 14.1.4 我国服装出口的主要风险及防范对策
- 14.2 中国纺织服装出口数据分析
  - 14.2.1 2012年中国纺织服装出口数据分析
  - 14.2.2 2013年中国纺织服装出口数据分析
  - 14.2.3 2014年中国纺织服装出口数据分析
- 14.3 中国服装及衣着附件出口数据分析
  - 14.3.1 2012年中国服装及衣着附件出口数据分析
  - 14.3.2 2013年中国服装及衣着附件出口数据分析
  - 14.3.3 2014年中国服装及衣着附件出口数据分析
- 14.4 2013年中国部分地区纺织服装出口状况
  - 14.4.1 新疆
  - 14.4.2 福建

- 14.4.3 上海
- 14.4.4 四川
- 14.4.5 广东顺德

## 第十五章 2013-2015年服装市场竞争分析

- 15.1 国际服装市场竞争态势
  - 15.1.1 北美服装市场竞争态势分析
  - 15.1.2 亚洲服装行业竞争态势分析
  - 15.1.3 日本服装企业应对竞争向东南亚转移
- 15.2 国内服装市场竞争分析
  - 15.2.1 我国服装行业竞争结构分析
  - 15.2.2 我国纺织服装行业竞争力解析
  - 15.2.3 中国纺织服装行业仍具竞争优势(ZY XH)
  - 15.2.4 2012-2013年度纺织服装企业竞争力分析
  - 15.2.5 我国服装品牌竞争力不断增强
  - 15.2.6 我国纺织服装业步入“品牌竞争时代”
  - 15.2.7 纺织服装行业的竞争趋势透析
- 15.3 国外服装业对中国市场的开拓
  - 15.3.1 国际服装品牌在中国市场的竞争优势
  - 15.3.2 韩国服装业对中国市场的开拓
  - 15.3.3 台湾服装品牌进军中国网购市场
- 15.4 服装企业市场竞争模式解析
  - 15.4.1 快速反应模式
  - 15.4.2 服务差异化模式
  - 15.4.3 目标集聚模式
- 15.5 服装行业的竞争策略
  - 15.5.1 中国服装业应对国际竞争的战略
  - 15.5.2 提高服装产业竞争力的对策措施
  - 15.5.3 打造服装业品牌竞争力的策略
  - 15.5.4 服装零售市场会员制营销策略竞争力分析
  - 15.5.5 服装品牌的六个典型竞争战略实例分析

## 第十六章 2013-2015年服装行业营销分析

### 16.1 中国服装营销市场概况

#### 16.1.1 服装行业步入移动网络营销时代

#### 16.1.2 品牌服装企业的销售模式分析

#### 16.1.3 线上线下互动营销成为服装业趋势

#### 16.1.4 我国服装营销存在的缺陷分析

#### 16.1.5 服装业营销渠道存在的矛盾分析

### 16.2 服装行业营销策略分析

#### 16.2.1 服装展会营销失效原因分析及其对策

#### 16.2.2 我国服装业文化营销存在的问题及发展策略

#### 16.2.3 服装专卖店视觉营销的主要原则及内容

#### 16.2.4 服装营销的“色彩”战略

#### 16.2.5 服装进入蓝海营销的五大要点

#### 16.2.6 我国服装行业国际营销渠道发展策略分析

#### 16.2.7 影响服装消费的因素及策略

### 16.3 服装行业的新型营销方式

#### 16.3.1 手机营销

#### 16.3.2 互联网人际营销

#### 16.3.3 网络试衣间模式

#### 16.3.4 微博营销

#### 16.3.5 O2O模式

### 16.4 童装的营销策略

#### 16.4.1 童装市场主要营销策略

#### 16.4.2 童装企业目标市场营销策略探析

#### 16.4.3 定位营销成中国童装变局的有利武器

#### 16.4.4 童装的营销渠道分析

#### 16.4.5 探析童装市场的营销创新

#### 16.4.6 我国童装业色彩营销逐渐走热

#### 16.4.7 绿色营销将成未来童装业的发展主流

### 16.5 其他服装细分产品营销策略

#### 16.5.1 打造强势的内衣终端策略分析

#### 16.5.2 内衣终端促销的主要内容

- 16.5.3 浅析户外运动服的主要营销方式
- 16.5.4 老年服装的四大营销策略
- 16.6 服装行业电子商务发展分析
  - 16.6.1 电子商务在服装行业中的运用
  - 16.6.2 服装业开展电子商务的益处
  - 16.6.3 服装行业电子商务发展分析
  - 16.6.4 我国服装业电子商务发展现状
  - 16.6.5 未来服装行业电子商务发展趋势分析
  - 16.6.6 服装行业发展电子商务对策
- 16.7 服装企业营销案例分析
  - 16.7.1 佐丹奴三大品牌营销策略
  - 16.7.2 服装营销的PPG模式透析
  - 16.7.3 庄吉打造服装行业体验营销模式
  - 16.7.4 利郎男装品牌营销策略简析

## 第十七章 2013-2015年中国服装行业上市公司分析

- 17.1 雅戈尔
  - 17.1.1 企业发展概况
  - 17.1.2 经营效益分析
  - 17.1.3 业务经营分析
  - 17.1.4 财务状况分析
  - 17.1.5 未来前景展望
- 17.2 杉杉股份
  - 17.2.1 企业发展概况
  - 17.2.2 经营效益分析
  - 17.2.3 业务经营分析
  - 17.2.4 财务状况分析
  - 17.2.5 未来前景展望
- 17.3 报喜鸟
  - 17.3.1 企业发展概况
  - 17.3.2 经营效益分析
  - 17.3.3 业务经营分析

- 17.3.4 财务状况分析
- 17.3.5 未来前景展望
- 17.4 七匹狼
  - 17.4.1 企业发展概况
  - 17.4.2 经营效益分析
  - 17.4.3 业务经营分析
  - 17.4.4 财务状况分析
  - 17.4.5 未来前景展望
- 17.5 红豆股份
  - 17.5.1 企业发展概况
  - 17.5.2 经营效益分析
  - 17.5.3 业务经营分析
  - 17.5.4 财务状况分析
  - 17.5.5 未来前景展望
- 17.6 美尔雅
  - 17.6.1 企业发展概况
  - 17.6.2 经营效益分析
  - 17.6.3 业务经营分析
  - 17.6.4 财务状况分析
  - 17.6.5 未来前景展望
- 17.7 开开实业
  - 17.7.1 企业发展概况
  - 17.7.2 经营效益分析
  - 17.7.3 业务经营分析
  - 17.7.4 财务状况分析
  - 17.7.5 未来前景展望
- 17.8 中国服装
  - 17.8.1 企业发展概况
  - 17.8.2 经营效益分析
  - 17.8.3 业务经营分析
  - 17.8.4 财务状况分析
  - 17.8.5 未来前景展望

## 17.9 江苏三友

### 17.9.1 企业发展概况

### 17.9.2 经营效益分析

### 17.9.3 业务经营分析

### 17.9.4 财务状况分析

### 17.9.5 未来前景展望

## 17.10 大杨创世

### 17.10.1 企业发展概况

### 17.10.2 经营效益分析

### 17.10.3 业务经营分析

### 17.10.4 财务状况分析

### 17.10.5 未来前景展望

## 17.11 中国利郎

### 17.11.1 公司简介

### 17.11.2 2011年中国利郎经营状况

### 17.11.3 2012年中国利郎经营状况

### 17.11.4 2013年中国利郎经营状况

## 17.12 上市公司财务比较分析

### 17.12.1 盈利能力分析

### 17.12.2 成长能力分析

### 17.12.3 营运能力分析

### 17.12.4 偿债能力分析

## 第十八章 2013-2015年服装行业其他品牌企业介绍

### 18.1 男装主要生产企业介绍

#### 18.1.1 罗蒙

#### 18.1.2 庄吉

#### 18.1.3 柒牌

### 18.2 女装主要生产企业介绍

#### 18.2.1 白领

#### 18.2.2 艾格

#### 18.2.3 播

- 18.2.4 莫名
- 18.3 休闲装主要生产企业介绍
  - 18.3.1 以纯
  - 18.3.2 班尼路
  - 18.3.3 真维斯
  - 18.3.4 美特斯&bull;邦威
- 18.4 运动装主要生产企业介绍
  - 18.4.1 耐克
  - 18.4.2 阿迪达斯
  - 18.4.3 李宁
  - 18.4.4 安踏

## 第十九章 服装行业投资分析

- 19.1 国际服装行业的投资互动概况
  - 19.1.1 韩服装企业欲于海地投建纺织服装工业园
  - 19.1.2 国外服装投资商逐步转向菲律宾
  - 19.1.3 印度加大对孟加拉国服装业的投资力度
  - 19.1.4 境外资本踊跃投资越南服装行业
  - 19.1.5 日本服装企业加快对印尼投资
  - 19.1.6 中国企业投资非洲服装业情况分析
- 19.2 中国服装行业的投资现状
  - 19.2.1 中国服装产业投资状况回顾
  - 19.2.2 2012年中国服装行业投资状况
  - 19.2.3 2013年中国服装行业投资状况
  - 19.2.4 2014年一季度我国服装行业投资状况
- 19.3 中国服装行业投资机遇分析
  - 19.3.1 国内品牌服装市场具有投资机会
  - 19.3.2 老年人服装市场投资潜力大
  - 19.3.3 服装品牌介入网购市场时机已经成熟
  - 19.3.4 个性服装定制市场发展空间大
- 19.4 纺织服装专业市场投资分析
  - 19.4.1 纺织服装专业市场仍是国内投资热点

- 19.4.2 纺织服装专业市场的投资模式及其影响
- 19.4.3 纺织服装专业市场形成投资热潮原因分析
- 19.4.4 纺织服装专业市场投资面临的风险
- 19.5 服装行业投资面临的风险及投资建议
  - 19.5.1 服装行业进入与退出壁垒分析
  - 19.5.2 纺织服装企业面临产能过剩风险
  - 19.5.3 新形势下服装市场投资策略
  - 19.5.4 中国童装市场投资特性剖析
  - 19.5.5 实现服装品牌投资利益最大化建议

## 第二十章 2016-2022年服装行业发展前景分析（ZY GXH）

- 20.1 世界服装行业未来发展分析
  - 20.1.1 世界服装业的六大发展趋势
  - 20.1.2 全球服装市场需求增长趋势
  - 20.1.3 2025年全球服装市场发展预测
  - 20.1.4 全球纺织品服装市场结构变化趋势
- 20.2 中国服装行业预测分析
  - 20.2.1 中国服装行业未来前景光明
  - 20.2.2 中国服装业发展逐渐呈出四大趋势
  - 20.2.3 “十二五”我国服装行业CAD普及目标
  - 20.2.4 “十二五”中国服装科技发展展望
- 20.3 2016-2022年中国纺织服装制造行业预测分析
  - 20.3.1 中国纺织服装制造行业发展的影响因素
  - 20.3.2 2016-2022年中国纺织服装制造行业收入预测
  - 20.3.3 2016-2022年中国纺织服装制造行业利润预测
  - 20.3.4 2016-2022年中国纺织服装制造行业产值预测
  - 20.3.5 2016-2022年中国服装产量预测
- 20.4 中国女装市场发展展望
  - 20.4.1 女装市场的发展趋势
  - 20.4.2 中国女装产品发展趋势
- 20.5 中国男装行业未来发展分析
  - 20.5.1 中国男装行业发展趋势剖析



- 20.5.2 我国男装产业发展方向分析
- 20.5.3 我国男装高端市场发展展望
- 20.6 中国童装行业前景趋势分析
  - 20.6.1 我国童装市场潜力巨大
  - 20.6.2 我国童装行业未来展望
  - 20.6.3 中国童装产业发展的主流趋向
- 20.7 中国内衣市场未来的发展
  - 20.7.1 中国内衣市场发展前景光明
  - 20.7.2 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析
- 20.8 中国休闲运动服装市场前景趋势
  - 20.8.1 休闲服装行业发展趋势探析
  - 20.8.2 运动服的未来发展方向浅析
  - 20.8.3 运动服企进军儿童运动市场的机遇及风险
- 20.9 中国羽绒服市场的发展趋势
  - 20.9.1 产品将更加丰富多彩
  - 20.9.2 品牌集中度将越来越高
  - 20.9.3 羽绒服面辅料将迅速提升
  - 20.9.4 国内羽绒服市场发展新趋势
- 20.10 中国职业装市场的前景趋势
  - 20.10.1 中国职业装市场发展空间大
  - 20.10.2 职业装市场的两个发展趋势
  - 20.10.3 现代职业装发展趋向分析
  - 20.10.4 未来职业装发展的三大提升
  - 20.10.5 未来十年中国职业装产业发展目标（ZY GXH）

图表目录：

- 图表 2012年全球服装出口前十位国家和地区统计
- 图表 2012年全球服装进口前十位国家和地区统计
- 图表 制造业产业链基本结构
- 图表 服装产业链架构
- 图表 2011-2015年纺织服装制造业销售收入
- 图表 2010-2013年纺织服装制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2013年12月纺织服装制造业不同规模企业销售额

图表 2013年纺织服装制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2014年1-纺织服装制造业不同规模企业销售额

图表 2014年1-纺织服装制造业不同规模企业销售额对比图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/A718943061.html>