

2018-2024年中国休闲服行业深度研究与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国休闲服行业深度研究与行业发展趋势报告》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/J68941JXON.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

从品牌定位来说，休闲服饰分为中高端品牌和低端品牌。中高端品牌和低端品牌在品牌定位、目标消费群体、产品定价、主要设计元素等方面存在较大差异，使得两者在竞争方式和竞争策略方面有显著差异。具体差异比较列表如下：

内容	中高端品牌	低端品牌
核心竞争力的关注重心	以提升品牌价值为核心目标，通过品牌带来的高端感受来提升品牌的美誉度、渴求度和消费者忠诚度	以不断推陈出新的产品、供应链的快速反应能力为核心竞争力。以产品本身的特色，包括性价比高、时尚更新快来吸引消费者
目标消费群体及特点	一般为购买力强的28至50岁的消费者。消费心理、习惯、风格较为稳定，品牌忠诚度较高	一般为18-30岁的消费者。随意消费的特征较明显，对品牌的忠诚度较低，更多受广告宣传的影响，品牌的消费者粘性较低
业绩增长的驱动力	因门店的进入成本、装修成本高，所以注重通过品牌价值的不断提升作为业绩增长的驱动力。依靠品牌影响力不断提高单个门店的收入以及产品的零售价格。更多依赖于内生性的增长，强调以质取胜	因门店以加盟为主以及装修成本相对较小，所以注重品牌大众知名度的提高，以渠道的扩张和供应链的优化作为业绩的驱动力。更多依赖于大规模开拓终端店铺铺货，以实现外在扩张式的增长，强调以量取胜
品牌形象与风格	消费群体相对较小，品牌风格保持较长时间的稳定。已经建立起有自身风格、个性魅力和文化内涵的品牌形象，品牌的识别性高，所以中高端品牌更重视经典款型的设计	款式创新是关键，所以在产品设计方面更重视款式数量和更新的速度，强调款多量少的“快时尚”
营销网络	更容易进入高端百货、机场等销售渠道，所以门店一般为核心商圈的高端商场、客流量大的机场，门店资源相对稀缺。这些渠道一般采取联营分成的模式合作，可以降低因门店租金上涨所带来的经营风险	倾向选择租赁独立门店开设专卖店，终端门店数量一般大大高于中高端品牌
品牌推广策略	一般使用平面广告、针对性的赞助活动、VIP俱乐部、装修陈列考究的终端形象展示。广告投入相对较小	一般通过电视广告、节目赞助、形象代言进行
定价策略	通常具有较高的品牌溢价，避免陷入价格竞争	强调性价比高、物美价廉
过季存货处理策略	品牌内在价值较高，产品的适销期较长，有些经典款式销售多年仍可保持较高的消费渴求度。过季产品一般通过特定的名牌折扣店促销，正价门店和折扣店严格区分，当季产品不以低折扣促销	产品的适销周期短，存货的快速处理较为关键。在即将过季时一般通过较低折扣在当季促销，一般不区分正价门店和折扣门店
加盟、直营店比例	一般在一二线城市通过直营模式以确立品牌形象，直营店在终端渠道的占比较高	一般以加盟为主、直营为辅，加盟店在终端渠道的占比较高
企业规模、市场集中度	产品差异化、风格化较强，所以单一品牌企业的规模相对较小，市场集中度相对较低	因覆盖大众市场，相对中高端品牌来说规模更容

易快速扩大，市场集中度也相对较高 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国休闲服行业深度研究与行业发展趋势报告》共十二章。首先介绍了休闲服行业市场发展环境、休闲服整体运行态势等，接着分析了休闲服行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服市场竞争格局。随后，报告对休闲服做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲服行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服产业有个系统的了解或者想投资休闲服行业，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 2017年世界休闲服产业运行态势分析

第一节 2017年世界休闲服产业发展概况

一、世界休闲服行业特点分析

二、世界知名品牌休闲服发展简述

三、世界休闲服潮流回顾

第二节 2017年世界主要国家休闲服行业发展态势分析

一、美国

二、法国

三、意大利

四、韩国

第三节 2018-2024年世界休闲服产业发展前景预测分析

第二章 2017年中国休闲服行业投资环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 纺织行业振兴规划

- 一、纺织行业振兴规划概述
- 二、纺织行业振兴规划细则
- 三、产业调整和振兴的主要任务
- 四、纺织行业振兴规划主要措施
- 五、纺织行业振兴规划的意义与作用
- 六、纺织行业振兴规划对休闲服行业的影响

第三章 2017年中国休闲服行业市场运行状况分析

第一节 2017年中国休闲服行业发展现状分析

2011-2016年中国休闲服装市场规模及增长速度图资料来源：公开资料，智研数据研究中心整理

- 一、休闲装在中国的发展基础
- 二、中国休闲装在竞争中凸显的问题
- 三、中国休闲装的发展策略

第二节 2017年中国休闲服市场运行情况

- 一、轻纺联将推出防辐射休闲服
- 二、休闲服走高端扩张道路实行品牌升级活动
- 三、北美风休闲服全国品牌代理战略全面启动
- 四、国产休闲装品牌营销如何破局
- 五、中国休闲服装市场大品牌纷纷启动升级策略
- 六、春夏休闲服装面料流行趋势系列发布活动

第三节 2017年中国知名品牌休闲服市场运行动态分析

- 一、Camel Active 领衔男士功能休闲服潮流
- 二、品牌休闲服Zara进军埃及服装市场
- 三、休闲服品牌优衣库逆境增长并进军新加坡
- 四、唐狮休闲服升级别具特色的品牌文化
- 五、波司登夺美国休闲服品牌销售权
- 六、卡丹罗休闲服商标疑似傍意大利名牌卡丹路
- 七、森马休闲服启动多品牌战略

第四章 2015-2017年中国服装产量统计分析

第一节 2015-2016年全国服装产量分析

第二节 2017年全国及主要省份服装产量分析

第三节 2017年服装产量集中度分析

第五章 2015-2017年中国纺织服装行业主要数据监测分析

第一节 2015-2017年中国纺织服装行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2017年中国纺织服装行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2015-2017年中国纺织服装行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2017年中国纺织服装行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2015-2017年中国纺织服装行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2017年中国休闲服消费市场分析

第一节 2017年休闲服消费者市场细分

一、2016年我国人口细分与休闲服市场人口结构

二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构

三、地理位置细分市场与休闲服市场

第二节 2017年休闲服消费者情况分析

一、我国休闲服消费现状的研究与分析

二、我国知识女性休闲服消费情况分析

三、高校学生休闲服消费特征分析

第三节 2017年消费者购买偏好分析

一、品牌偏好分析

二、商品价格分析

三、流行趋势分析

第七章 2017年中国休闲服销售及营销分析

第一节 2017年中国休闲服的营销渠道

一、营销渠道的概念

二、服装销售渠道的结构及成员组成

三、批发商和零售商为传统的营销渠道

四、服装零售商的定义、作用

五、服装零售商的类型及简介

六、休闲服营销渠道的焦点变化

第二节 后奥运时代休闲服品牌的营销策略

一、明星效应

二、赛事赞助

三、公益营销

四、制造焦点

五、危机处理

六、体育营销

七、事件整合

第三节 中国休闲服市场各品类销售分析

一、T恤

二、牛仔

三、羽绒服

四、衬衫

第八章 2017年中国休闲服装细分市场动态分析

第一节 大众休闲

- 一、大众休闲的特点和主要品牌
- 二、大众休闲品牌运营分析

第二节 运动休闲

- 一、运动休闲市场分析
- 二、运动休闲的特点和主要品牌

第三节 时尚休闲

- 一、时尚休闲的主要品牌
- 二、时尚休闲的特点

第四节 户外休闲

- 一、户外休闲市场现状
- 二、户外休闲的特点和主要品牌

第九章 2017年中国休闲服行业市场竞争格局分析

第一节 2017年中国休闲服行业竞争现状分析

- 一、国内休闲服装品牌直面国际竞争
- 二、休闲服饰进入大卖场竞争时代
- 三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代

第二节 2017年中国休闲服行业集中度分析

- 一、休闲服市场集中度分析
- 二、服装产量集中度分析
- 三、休闲服区域集中度分析

第三节 2017年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第十章 2017年中国休闲服重点品牌企业竞争性财务指标分析

第一节 江苏波司登制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节浙江高邦服饰集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节太子龙控股集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节浙江乔治白服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节江苏喜登博服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节惠来县源瀚制衣有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节江西宏福服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节沈阳黎明安娜服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节天津天石休闲用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节晋江市亨佳斯服饰发展有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2018-2024年中国休闲服行业发展趋势分析

第一节 2018-2024年我国休闲服行业前景与机遇分析

一、我国休闲服竞争格局预测分析

二、纺织服装业预测分析

三、金融危机对休闲服的影响分析

第二节 2018-2024年中国休闲服市场趋势分析

一、休闲服需求预测分析

二、休闲服供给预测分析

三、休闲服流行趋势分析

第三节 2018-2024年中国休闲服市场盈利预测分析

第十二章 2018-2024年中国休闲服行业投资机会与风险分析

第一节 2018-2024年中国休闲服投资机会分析（ZY LII）

一、休闲服产业投资吸引力分析

二、休闲服产业投资区域分析

第二节 2018-2024年中国休闲服投资风险预警

一、行业竞争风险预警

二、信贷风险预警

三、原材料风险预警

第三节 专家建议（ZY LII）

图表目录：

图表：2005-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年2季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2017年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2017年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2017年我国财政收入支出走势图

图表：2009年-2017年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2017年7月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年-2017年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年-2017年中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2017年中国外汇储备走势图

图表：2005-2017年中国外汇储备及增速变化图

图表：2016年12月23日中国人民银行利率调整表

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/J68941JXON.html>