

2016-2022年中国袜子市场 全景调查与前景趋势报告

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

《2016-2022年中国袜子市场全景调查与前景趋势报告》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/Q36189PJEG.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

袜子是生活中人人需要，必不可少的服饰用品，是典型的快速消费品，且袜子平均消费单价相对于其他纺织服装类商品来说要低很多，消费水平完全是消费者可以承担的，因此，袜子市场是一个无比巨大的市场。

中国是世界袜业的重要生产国，目前我国袜类产品年产量已逾300亿双。中国袜业在经历过激烈的市场竞争之后，已形成了三大非常明显的区域集群效应：浙江义乌、诸暨大唐、海宁和广东里水，其产量已占全国的90%以上。

本袜子行业研究报告共十六章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国袜子行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国袜子行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国袜子行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国袜子行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分国内外袜业动态分析

第一章2014年世界袜子市场运行态势分析

第一节2014年世界袜子市场动态分析

一、世界袜子行业发展规模

二、世界袜子生产结构分析

三、国际袜业发展变迁过程

四、世界新概念袜子的流行

五、世界丝袜品牌构成分析

六、世界袜子市场消费特点与需求结构分析

第二节2014年世界主要国家袜子市场动态分析

一、德国

二、法国

三、日本

第三节2016-2022年世界袜子市场运行趋势分析

一、世界袜子行业发展方向

二、世界袜类企业竞争趋势

三、世界袜子市场规模预测

第二章2014年中国袜子产业运行环境解析

第一节2014年中国袜子产业政策环境分析

一、主管部门及监管体制

二、针织袜子行业标准

三、政府出台政策分析

四、进出口贸易政策分析

第二节2014年中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第三节2014年中国袜子产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国城镇化率

三、消费观念分析

四、人们着装趋势与审美观

五、中国人生活品质的提高

第三章2014年中国袜子产业运行新形势透析

第一节2014年中国袜子产业运行总况

- 一、纺织业未来发展的关键技术
- 二、袜子行业市场发展状况分析
- 三、中国袜子的产量统计
- 四、中国袜子的销量统计
- 五、袜子产业研发创新有待提高
- 六、中国袜子行业市场发展新态势
- 七、国内首家一站式袜子订购平台
- 八、中国袜业十大品牌榜单

第二节2014年中国袜子产业亮点分析

- 一、产业资源重新配置市场竞争模式逐步转变
- 二、人民币升值及配额政策行业发展负重前行
- 三、袜子价格指数回升袜子市场全面提升
- 四、外贸增长方式正在转变

第三节2014年中国袜子产业发展动态与热点分析

- 一、梦娜袜业引进韩国高端织袜机器
- 二、浙江省多家袜产业企业落户昭通
- 三、大唐袜业城助推中国袜业转型升级

第四章2014年中国袜子重点产区域产动态分析

第一节浙江

- 一、国际袜都三分世界袜市
- 二、袜业城提升改造硬功夫备战经济回暖
- 三、企业集体抱团做强做大区域品牌
- 四、浙江袜子畅销国外市场

第二节义乌

- 一、义乌成国内最大无缝袜子产地
- 二、义乌市袜业市场发展情况分析

第三节广东里水

- 一、里水袜子产业的发展历程
- 二、里水镇袜子产业的发展现状
- 三、里水镇扶持袜子产业的措施

第五章2014年中国袜子编织行业主要数据监测分析

第一节2014年中国袜子编织行业发展分析

一、中国袜子编织品行业发展概况

二、中国袜子编织品行业发展概况

第二节2014年中国袜子编织行业规模分析

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

第三节2014年中国袜子编织行业结构分析

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、资产总额结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

三、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

四、利润总额结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第四节2014年中国袜子编织行业产值分析

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

第五节2014年中国袜子编织行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、其他费用分析

第六节2014年中国袜子编织行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分中国袜业市场监测

第六章2014年中国袜子市场运行动态分析

第一节2014年中国袜子市场总况

- 一、中国袜子纺织工艺
- 二、袜子设计与流行趋势
- 三、中国袜子消费意识形态

第二节2014年中国袜子市场运行动态分析

- 一、中国袜子市场特点分析
- 二、中国袜子市场网络构成
- 三、中国袜子市场开发策略

第三节2014年中国袜子市场运营调查分析

- 一、袜子行业品牌发展剖析
- 二、袜子行业区域品牌发展分析
- 三、袜子行业营销渠道分析

第七章2014年中国袜子市场需求消费形势分析

第一节2014年中国袜子市场动态分析

- 一、东北袜业园与上海中昊签订合作协议
- 二、“宝娜斯”年销售增长120%背后的秘密
- 三、保健压力袜标准起草工作进入实操阶段
- 四、国内袜子质检情况分析

第二节2014年中国袜子市场需求分析

- 一、袜子品牌化需求不断提升
- 二、高科技保健袜子成需求热点
- 三、个性化另类丝袜市场需求上升
- 四、中国袜子市场消费者需求分析

第八章2014年中国袜子细分市场深度剖析

第一节短袜

- 一、中国短袜产品特点
- 二、中国短袜市场消费特点
- 三、中国短袜业存在的问题

第二节运动袜

- 一、中国运动袜市场发展状况
- 二、运动袜行业发展驱动因素
- 三、国内运动袜产品的消费趋势

第三节女袜

- 一、女袜市场竞争优势
- 二、女袜市场区域定位
- 三、女袜市场新趋向

第四节男袜

- 一、男袜市场消费现状
- 二、男袜市场需求趋势
- 三、中国男袜发展空间大

第五节丝袜

- 一、中国丝袜市场规模分析
- 二、丝袜市场增长速度分析
- 三、品牌丝袜市场价格分析
- 四、丝袜主要产品分类分析
- 五、丝袜市场异军突起的原因
- 六、丝袜市场发展前景广阔

第六节连裤袜

- 一、连裤袜流行因素分析
- 二、连裤袜产品分类介绍

第七节长筒袜

- 一、长筒袜市场消费形势
- 二、长筒袜市场价格分析

第八节矫正袜

- 一、特定消费人群分析
- 二、矫正袜价格分析
- 三、矫正袜营销渠道分析

第九章2014年中国各式样袜子进出口贸易分析

第一节2014年中国渐紧压袜类进出口分析

一、中国渐紧压袜类进口情况

二、中国渐紧压袜类出口情况

第二节中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 < 67分特进出口

一、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 < 67分特进口情况

二、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 < 67分特出口情况

第三节中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 \geq 67分特进出口

一、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 \geq 67分特进口情况

二、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 \geq 67分特出口情况

第四节2014年棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜进出口

一、中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜进口情况

二、中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜出口情况

第五节中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜进出口

一、中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜进口情况

二、中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜出口情况

第六节中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特进出口

一、中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特进口情况

二、中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特出口情况

第七节2014年中国毛制其他袜进出口分析

一、中国毛制其他袜进口情况

二、中国毛制其他袜出口情况

第八节2014年中国棉制其他袜进出口分析

一、中国棉制其他袜进口情况

二、中国棉制其他袜出口情况

第九节2014年中国合成纤维制其他袜进出口分析

一、中国合成纤维制其他袜进口情况

二、中国合成纤维制其他袜出口情况

第十节2014年中国其他纺织材料制其他袜进出口分析

一、中国其他纺织材料制其他袜进口情况

二、中国其他纺织材料制其他袜出口情况

第十章2014年中国袜子市场消费者调查分析

第一节袜子消费者购买行为分析

一、消费者购买行为类型

二、影响消费者购买行为的因素

(一) 价格因素

(二) 质量因素

(三) 消费者收入水平

(四) 营销决策

(五) 经营因素

三、袜子购买行为分析

第二节消费者购买袜子的偏好调查

一、消费者购买袜子最关注的因素

二、消费者对袜子材料的偏好调查

三、消费者对袜子款式的偏好调查

四、消费者对袜子功能的偏好调查

五、消费者对袜子颜色的偏好调查

第三节消费者对袜子的消费心理

一、消费者一次性购买袜子数量

二、消费者主要购买的袜子种类

三、消费者一双袜子的使用时间

四、消费者日常穿袜子习惯调查

五、消费者对袜子价格的敏感度

第四节消费者购买袜子的渠道调查

一、消费者购买袜子的渠道调查

二、袜子店最吸引消费者的因素

三、消费者网上购买袜子因素调查

第十一章2014年中国袜子行业营销策略分析

第一节袜子终端营销模式

一、直营专卖店销售模式

二、百货商店销售模式

三、批发市场销售模式

四、大卖场超市销售模式

五、无店铺销售模式

六、集贸市场小摊销售

第二节袜子广告传播策略和目标确定

一、广告传播策略的确定

二、广告传播目标的确定

第三节品牌扩建市场份额策略

一、广告宣传

二、专卖店的形象建设

三、事件宣传

第四节未来袜子企业营销策略探讨

一、战略营销

二、精确营销

三、体验营销

四、服务营销

五、网络营销

六、和谐营销

第十二章2014年中国袜子的面料市场透析

第一节化纤

一、化纤的产量情况

二、化纤企业的开工率分析

三、化纤企业投资形势分析

四、化纤企业经营效益分析

五、化纤的进出口情况

第二节纺织品

一、纺织行业运行情况

二、纺织行业运行情况

三、中国纺织品的出口竞争力

第三节棉纺供应

一、棉纺织业运行情况

二、中国纱布产量情况

三、纺织品原料及纱布价格走势

四、棉纺织品及服装贸易形势

五、行业经营效益及投资情况

第四节 麻纺供应

- 一、中国麻布的产量分析
- 二、麻纺行业的发展规模
- 三、麻纺行业经营效益分析
- 四、麻制纺织品服装进出口
- 五、麻纺行业固定资产投资

第三部分 中国袜业市场竞争力测评

第十三章 2014年中国袜子市场竞争格局分析

第一节 2014年中国袜子市场竞争现状分析

- 一、中国袜子业在竞争中发展
- 二、中国袜子产业竞争现状
- 三、中国袜子行业需提高竞争力

第二节 中国袜子行业竞争结构分析

- 一、行业现有企业间的竞争
- 二、行业新进入者威胁分析
- 三、替代产品或服务的威胁
- 四、上游供应商讨价还价能力
- 五、下游用户讨价还价的能力

第三节 2014年中国袜子品牌竞争现状分析

- 一、袜类产品品牌的市场格局
- 二、袜子品牌市场竞争激烈
- 三、提升品牌袜子竞争力思路
 - (一) 产品开发与定位策略
 - (二) 定价目标与价格策略
 - (三) 渠道建设与管理策略
 - (四) 企业品牌策略及运作
 - (五) 公共关系与推广策略

第四节 2014年中国袜子市场集中度分析

第五节 2016-2022年中国袜子市场竞争趋势分析

第十四章2014年中国品牌袜业运营关键性财务指标分析

第一节四川浪莎控股股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、企业发展前景展望

第二节浙江梦娜袜业股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司下属公司分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业运营能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、公司国际市场分析
- 十、公司国内市场分析
- 十一、公司技术研发分析

第三节海宁耐尔袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业发展历程分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业运营能力分析

第四节青岛即发集团控股有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业技术优势分析

七、企业科研成果分析

第五节浙江芬莉袜业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节浙江情怡袜业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业市场发展分析

七、企业规划

第七节浙江步人袜业有限公司

一、公司基本情况

二、企业生产销售分析

三、企业主要经济指标

四、企业偿债能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业运营能力分析

第八节浙江紫清控股集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节浙江宝娜斯袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十节浙江振汉袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十一节浙江嵊峰针织有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业生产情况分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业发展情况分析

第十二节烟台厚木华润袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十三节青岛东山纤维有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十五章2016-2022年中国袜子行业发展趋势与预测分析

第一节2016-2022年中国袜子行业发展前景分析

- 一、中国袜子业市场潜力分析
- 二、高端袜子市场发展潜力巨大
- 三、运动休闲品牌袜市场发展前景

第二节2016-2022年中国袜子业发展趋势分析

- 一、中国袜子市场的产量预测
- 二、中国袜子市场的销量预测
- 三、中国袜子进出口形势预测
- 四、价格及原材料市场预测分析

第三节2016-2022年中国袜子市场盈利预测

第十六章2016-2022年中国袜子市场投资战略研究

第一节2014年中国袜子市场投资概况

- 一、袜子行业投资经济环境分析
- 二、中国袜子行业投资周期分析
- 三、中国袜子行业投资效益分析
- 四、袜子行业投资经营模式特征

第二节2016-2022年中国袜子市场投资机会分析

- 一、袜子专卖投资小利润大
- 二、袜子行业投资热点分析
- 三、与产业链相关的投资机会

第四节2016-2022年中国袜子市场投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给及价格风险
- 四、其他风险分析

第五节2016-2022年中国袜子市场投资策略及建议分析（ZYCSM）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Q36189PJEG.html>