

2020-2026年中国服装行业 市场运营态势与投资前景预测咨询报告

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

《2020-2026年中国服装行业市场运营态势与投资前景预测咨询报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/T61651UTF3.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

中国是十四亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，纺织服装的总产值约占全国总产值的十分之一，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一直为中国出口创汇作出了巨大的贡献。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国服装行业市场运营态势与投资前景预测咨询报告》分析了服装行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国服装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2016-2019年国际服装行业分析1.1 国际服装行业发展概况1.1.1 全球纺织品服装贸易特点1.1.2 全球服装行业区域特征1.1.3 欧洲服装市场贸易现状1.1.4 国际运动服装市场规模1.1.5 全球服装电商发展形势1.2 美国1.2.1 美国服装产业化进程1.2.2 美国服装行业发展态势1.2.3 美国服装行业对外贸易1.2.4 美国服装消费持续扩张1.2.5 美国服装零售巨头动向1.2.6 美国服装电商发展分析1.3 意大利1.3.1 意大利服装行业发展态势1.3.2 意大利纺织服装贸易状况1.3.3 意大利纺织服装区域格局1.3.4 意大利服装企业发展动态1.4 法国1.4.1 法国服装市场发展现状1.4.2 服装行业进出口状况1.4.3 法国服装巨头动态1.5 韩国1.5.1 韩国服装市场发展规模1.5.2 韩国服装产业目标客户1.5.3 中韩服装行业互补合作1.5.4 韩国服装业出口贸易状况1.5.5 韩国服装品牌在华发展态势1.6 日本1.6.1 日本服装产业发展特点1.6.2 日本服装市场销售规模1.6.3 日本服装进口贸易分析1.6.4 日本服饰品牌海外布局状况1.6.5 日本服装企业竞争战略借鉴1.7 其他国家和地区1.7.1 俄罗斯1.7.2 德国1.7.3 澳大利亚1.7.4 印度1.7.5 印尼第二章 2016-2019年中国服装行业分析2.1 中国服装行业发展综述2.1.1 服装产业链发展分析2.1.2 服装行业发展特点2.1.3 服装产业供需分析2.1.4 服装企业转型升级2.1.5 服装行业智能制造2.2 2016-2019年中国服装行业运营状况分析2.2.1 行业运行现状2.2.2 企业运营状况2.2.3 百强企业分析2.2.4 行业景气指数2.2.5 行业经营形势2.3 2016-2019年中国服装业产业集群解析2.3.1 集群概况及特征2.3.2 集群发展成就2.3.3 集群发展状况2.3.4 步入创新聚集阶段2.3.5 集群发展影响因素2.3.6 “十三五”产业集群战略2.4 2016-2019年服装行业品牌分析2.4.1 服装品牌发展特点2.4.2 服装奢侈品牌发展2.4.3 本土品牌发展分析2.4.4 服装业自主品牌探索2.4.5 品牌经营将成服装新业态2.4.6 品牌推广策略分析2.5 2016-2019年中国服装行业库存分析2.5.1 行业库存现状2.5.2 行业库存压力大2.5.3 库存清理方法比较2.5.4 经销商库存消化策略2.6

中国服装行业发展面临的问题分析2.6.1 行业面临的困境2.6.2 行业存在的问题2.6.3 行业发展难题2.6.4 产业升级障碍2.7 中国服装行业发展策略分析2.7.1 行业发展对策建议2.7.2 线上线下融合发展2.7.3 品牌价值提升战略2.7.4 产业升级对策分析 第三章 中国纺织服装、服饰行业财务状况3.1 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业经济规模3.1.1 行业销售规模3.1.2 行业利润规模3.1.3 行业资产规模3.2 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业盈利能力指标分析3.2.1 行业销售毛利率3.2.2 行业成本费用利润率3.2.3 行业销售利润率3.3 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业营运能力指标分析3.3.1 行业应收账款周转率3.3.2 行业流动资产周转率3.3.3 行业总资产周转率3.4 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业偿债能力指标分析3.4.1 行业资产负债率3.4.2 行业利息保障倍数3.5 中国纺织服装、服饰行业财务状况综合评价3.5.1 行业财务状况综合评价3.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析 第四章 2016-2019年中国服装市场分析4.1 支撑中国服装消费增长的主要因素4.1.1 人口红利4.1.2 消费升级4.1.3 城市化4.2 服装市场发展特征分析4.2.1 服装消费行为特征4.2.2 主力消费群体特征4.2.3 智能服装消费潜力4.3 2016-2019年中国重点大型零售企业服装零售状况4.3.1 2015年零售回顾4.3.2 2016年零售分析4.3.3 2017年零售现状4.4 2016-2019年中国服装电子商务市场分析4.4.1 市场发展综述4.4.2 市场规模现状4.4.3 B2C模式零售平台4.4.4 企业布局“互联网+”4.4.5 市场发展问题4.4.6 市场发展建议4.5 中国纺织服装专业市场运行分析4.5.1 市场运行现状4.5.2 市场景气指数4.5.3 市场电商发展4.5.4 转型升级分析4.5.5 市场发展掣肘4.5.6 未来发展趋势 第五章 2016-2019年中国主要地区服装行业发展分析5.1 广东5.1.1 行业发展概况5.1.2 行业发展特点5.1.3 行业生产状况5.1.4 行业出口状况5.1.5 产业技术创新5.1.6 行业经济效益5.1.7 行业投资状况5.2 江苏5.2.1 行业发展特色5.2.2 行业运行现状5.2.3 “互联网+”发展分析5.2.4 产业集群发展5.2.5 产业发展方向5.3 浙江5.3.1 产业集群特色5.3.2 出口贸易状况5.3.3 转型升级思考5.4 福建5.4.1 产业商业模式5.4.2 出口贸易状况5.4.3 主要区域市场5.5 山东5.5.1 产业现状分析5.5.2 产业发展目标5.5.3 产业发展趋势5.6 安徽5.6.1 产业发展规模5.6.2 产业集聚效应5.6.3 政策扶持状况5.6.4 承接产业转移5.6.5 产业发展建议5.6.6 产业发展趋势5.7 新疆5.7.1 产业发展综述5.7.2 产业发展优势5.7.3 产业优惠政策5.7.4 产业发展问题5.7.5 产业发展措施5.7.6 产业指导意见5.7.7 产业前景展望5.7.8 “十三五”发展分析5.8 其它地区5.8.1 吉林5.8.2 河南5.8.3 湖北5.8.4 湖南5.8.5 四川5.8.6 重庆5.8.7 上海 第六章 2016-2019年女装行业发展分析6.1 2016-2019年国外女装市场发展状况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 2016-2019年中国女装行业发展分析6.2.1 行业发展特点6.2.2 行业细分领域6.2.3 行业发展规模6.2.4 行业区域格局6.3 2016-2019年中国女装市场竞争分析6.3.1 行业多元化竞争6.3.2 高端市场品牌格局6.3.3 市场品牌竞争格局6.3.4 高端品牌集中度分析6.4 2016-2019年中国女装电商发展分析6.4.1 女装电商发展态势6.4.2 女装网购价位格局6.4.3 女装电商平台格局6.4.4 女装电商渠道开拓模式6.4.5 主要电商平台销售规模6.4.6 女装网购决策

因素分析6.5 中国女装行业存在的问题及对策分析6.5.1 行业突出矛盾6.5.2 行业发展策略6.5.3 自主品牌培育6.5.4 渠道建设策略6.5.5 市场营销策略6.6 中国女装市场发展展望6.6.1 市场发展趋势6.6.2 产品发展趋势 第七章 2016-2019年男装行业发展分析7.1 2016-2019年国外男装产业发展状况7.1.1 产业主要发展脉络7.1.2 产业典型商业模式7.1.3 意大利男装市场分析7.1.4 俄罗斯男装消费分析7.1.5 印度男装市场发展状况7.2 2016-2019年中国男装行业发展状况7.2.1 行业发展分析7.2.2 企业发展态势7.2.3 市场需求分析7.2.4 内销价格指数7.2.5 市场消费者分析7.3 2016-2019年部分地区男装市场分析7.3.1 温州7.3.2 宁波奉化7.3.3 福建7.4 2014-2015年男装市场品牌发展分析7.4.1 品牌发展格局7.4.2 品牌发展态势7.4.3 品牌运营模式7.4.4 品牌创新策略7.4.5 品牌发展趋势7.5 2016-2019年男装产业竞争格局解析7.5.1 竞争力影响因素7.5.2 行业竞争力现状7.5.3 中日男装竞争模式7.5.4 市场竞争态势分析7.5.5 市场的跨界竞争7.5.6 企业核心竞争力7.5.7 品牌竞争力问题7.5.8 竞争力提升策略7.6 中国男装行业存在问题及对策分析7.6.1 企业存在问题7.6.2 市场发展对策7.6.3 市场销售策略7.7 中国男装行业未来发展分析7.7.1 行业发展趋势7.7.2 产业发展方向7.7.3 高端市场展望 第八章 2016-2019年童装行业发展分析8.1 2016-2019年童装行业整体发展分析8.1.1 行业监管政策8.1.2 产业环境解析8.1.3 行业发展态势8.1.4 产业发展特征8.1.5 产业结构状况8.1.6 区域发展格局8.1.7 企业布局动态8.2 2016-2019年中国童装产业供需分析8.2.1 行业生产规模8.2.2 市场销售规模8.2.3 市场销售特征8.2.4 市场需求趋向8.3 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 中大企业面临的问题8.4 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 影响童装消费的因素8.4.3 童装消费水平多层次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8.5 2016-2019年中国童装品牌的发展分析8.5.1 童装发展品牌市场的背景8.5.2 童装企业自主品牌的发展8.5.3 高端童装品牌销售渠道透析8.5.4 童装品牌市场占有率状况8.5.5 童装品牌细分市场定位8.5.6 童装市场品牌塑造策略8.6 部分地区童装市场分析8.6.1 浙江省织里8.6.2 泉州8.6.3 烟台8.6.4 温州8.7 童装产业存在的问题及对策8.7.1 成人化问题8.7.2 安全健康问题8.7.3 品牌意识不强8.7.4 文化底蕴不足8.7.5 市场发展策略8.8 中国童装行业前景趋势分析8.8.1 市场潜力分析8.8.2 行业未来展望8.8.3 产业发展趋势 第九章 2016-2019年内衣行业发展分析9.1 2016-2019年国际内衣行业发展分析9.1.1 市场发展态势9.1.2 行业发展特征9.1.3 市场发展新动向9.1.4 主要国家的发展9.2 2016-2019年中国内衣产业发展状况9.2.1 行业发展综述9.2.2 行业发展特征9.2.3 市场销售规模9.2.4 资本市场动态9.2.5 高端市场发展9.3 2016-2019年中国内衣市场竞争格局9.3.1 市场竞争差异化9.3.2 品牌市场占有率9.3.3 市场集中度分析9.3.4 区域分布状况9.4 2016-2019年内衣细分产品发展分析9.4.1 针织内衣9.4.2 保暖内衣9.4.3 少女内衣9.4.4 男性内衣9.4.5 儿童内衣9.4.6 孕妇内衣9.5 2016-2019年部分地区内衣产业分析9.5.1 河北9.5.2 浙江9.5.3 深圳9.5.4 盐步9.6 中国内衣行业存在问题及对策分析9.6.1 行业存在问题9.6.2 企业面临挑战9.6.3 行业发展策略9.6.4 经销商资源整合9.6.5 营运系统策略9.6.6 企业突围策略9.7

中国内衣市场未来的发展9.7.1 市场发展前景9.7.2 市场竞争及产品趋势 第十章 2016-2019年休闲装及运动装发展分析10.1 2016-2019年中国休闲装行业发展概况10.1.1 行业发展特点10.1.2 行业发展规模10.1.3 行业发展态势10.2 2016-2019年中国主要地区休闲装发展分析10.2.1 虎门10.2.2 石狮10.2.3 沙溪镇10.2.4 青岛10.2.5 广东园洲镇10.2.6 辽宁熊岳镇10.3 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 2016-2019年运动装市场发展分析10.4.1 市场销售规模10.4.2 品牌集中度分析10.4.3 行业发展格局10.4.4 企业转型路径10.4.5 资本市场动态10.5 休闲装面临的问题及发展策略分析10.5.1 存在的主要问题10.5.2 市场面临的挑战10.5.3 品牌定位差异化10.5.4 企业经营策略10.6 中国休闲运动服装市场前景趋势10.6.1 行业发展趋势10.6.2 未来发展方向10.6.3 儿童服装市场潜力 第十一章 2016-2019年羽绒服发展分析11.1 中国羽绒服行业概况11.1.1 行业发展综述11.1.2 行业发展特点11.1.3 行业品牌提升11.1.4 市场竞争格局11.1.5 行业标准化进展11.2 2016-2019年中国羽绒服市场发展分析11.2.1 行业运行状况11.2.2 市场发展态势11.2.3 出口税率动态11.3 中国羽绒服市场存在的问题11.3.1 品牌及管理问题11.3.2 产品销售渠道问题11.3.3 中小品牌面临的挑战11.4 羽绒服行业发展策略11.4.1 市场突围策略11.4.2 淡季营销策略11.4.3 发挥行业组织作用11.5 中国羽绒服市场的发展趋势11.5.1 产品线更丰富11.5.2 品牌集中度高11.5.3 面辅料需求提升11.5.4 市场发展趋势 第十二章 2016-2019年职业装行业发展分析12.1 2016-2019年中国职业装行业发展概况12.1.1 产品特点介绍12.1.2 行业发展现状12.1.3 行业热点分析12.1.4 行业发展规划12.1.5 产业链深度合作12.2 2016-2019年中国职业装市场分析12.2.1 职业装市场分类12.2.2 职业装市场特征12.2.3 职业装市场调查12.2.4 职业工装市场12.3 2016-2019年中国职业装品牌分析12.3.1 品牌发展历程12.3.2 品牌化发展趋势12.3.3 品牌存在问题12.3.4 品牌创新策略12.4 职业装行业存在的问题及发展对策12.4.1 行业面临问题12.4.2 行业转型策略12.4.3 行业创新思路12.4.4 行业发展建议12.4.5 细分领域拓展策略12.5 中国职业装市场的前景趋势12.5.1 市场发展空间12.5.2 市场发展趋势12.5.3 市场需求提升12.5.4 未来发展目标 第十三章 中国服装行业产量数据分析13.1 2016-2019年全国服装产量分析13.1.1 2016-2019年全国服装产量趋势13.1.2 2015年全国服装产量情况13.1.3 2016年全国服装产量情况13.1.4 2017年全国服装产量情况13.1.5 2017年服装产量分布情况13.2 2016-2019年全国西服套装产量分析13.2.1 2016-2019年全国西服套装产量趋势13.2.2 2015年全国西服套装产量情况13.2.3 2016年全国西服套装产量情况13.2.4 2017年全国西服套装产量情况13.2.5 2017年西服套装产量分布情况13.3 2016-2019年全国衬衫产量分析13.3.1 2016-2019年全国衬衫产量趋势13.3.2 2015年全国衬衫产量情况13.3.3 2016年全国衬衫产量情况13.3.4 2017年全国衬衫产量情况13.3.5 2017年衬衫产量分布情况13.4 2016-2019年全国针织服装产量分析13.4.1 2016-2019年全国针织服装产量趋势13.4.2 2015年全国针织服装产量情况13.4.3 2016年全国针织服装产量情况13.4.4 2017年全国针织服装产量情况13.4.5 2017年针织服装产量分布情况13.5 2016-2019年全

国羽绒服产量分析13.5.1 2016-2019年全国羽绒服产量趋势13.5.2 2015年全国羽绒服产量情况13.5.3 2016年全国羽绒服产量情况13.5.4 2017年全国羽绒服产量情况13.5.5 2017年羽绒服产量分布情况 第十四章 2016-2019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 退税比率调整14.1.2 行业贸易壁垒14.1.3 主要风险及防范对策14.1.4 打破贸易壁垒的办法14.2 2016-2019年中国纺织品服装对外贸易总体分析14.2.1 2015年贸易回顾14.2.2 2016年贸易状况14.2.3 2017年贸易现状14.3 2016-2019年中国针织或钩编的服装及衣着附件进出口数据分析14.3.1 进出口总量数据分析14.3.2 主要贸易国进出口情况分析14.3.3 主要省市进出口情况分析14.4 2016-2019年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进出口数据分析14.4.1 进出口总量数据分析14.4.2 主要贸易国进出口情况分析14.4.3 主要省市进出口情况分析 第十五章 2016-2019年服装市场竞争分析15.1 国际服装市场竞争态势分析15.1.1 服装产业价值链分析15.1.2 设计师品牌竞争力减弱15.1.3 北美服装市场竞争态势15.1.4 亚洲服装行业竞争态势15.1.5 中国企业国际竞争情况15.1.6 国际竞争力弱化的原因15.2 国外服装业对中国市场的开拓15.2.1 国际服装品牌竞争优势15.2.2 国际品牌扩展二三线城市15.2.3 韩国企业开拓中国市场15.2.4 台湾品牌进军中国网购市场15.3 2016-2019年国内服装市场竞争分析15.3.1 行业竞争结构分析15.3.2 国内市场竞争现状15.3.3 细分市场竞争对手分析15.3.4 哑铃型品牌竞争格局15.3.5 服装业资本市场竞争现状15.3.6 服装行业竞争趋势分析15.4 2016-2019年童装市场竞争分析15.4.1 童装市场竞争激烈15.4.2 国内品牌竞争现状15.4.3 国内童装品牌排名15.4.4 高中低端品牌竞争分析15.5 服装企业市场竞争模式解析15.5.1 快速反应模式15.5.2 服务差异化模式15.5.3 目标集聚模式15.6 服装行业的竞争策略分析15.6.1 应对国际竞争的战略15.6.2 提高产业竞争力的对策15.6.3 打造品牌竞争力的策略15.6.4 品牌竞争战略案例分析 第十六章 2016-2019年服装行业营销分析16.1 服装行业销售渠道概述16.1.1 零售百货商场16.1.2 服装专业市场16.1.3 连锁专卖店16.1.4 服装超市(折扣店)16.1.5 “店中店”模式16.1.6 网络市场销售16.2 中国服装营销市场概况16.2.1 服装消费影响因素16.2.2 重视移动网络营销16.2.3 服装营销存在的缺陷16.2.4 品牌营销存在的问题16.2.5 营销渠道存在的矛盾16.3 服装行业营销策略分析16.3.1 营销策略制定原则16.3.2 淘宝店营销策略16.3.3 会员制营销策略16.3.4 文化营销分析16.3.5 视觉营销分析16.3.6 合理运用“色彩”16.3.7 运用RFID技术运用16.4 童装市场营销策略分析16.4.1 主要营销策略16.4.2 定位营销16.4.3 营销渠道16.4.4 营销创新16.4.5 色彩营销16.4.6 绿色营销16.4.7 目标市场营销16.5 其他服装细分产品营销策略16.5.1 打造内衣终端策略16.5.2 内衣终端促销方式16.5.3 户外运动服装渠道分析16.5.4 体育服装营销策略16.5.5 老年服装营销策略16.6 服装企业营销案例分析16.6.1 佐丹奴营销策略16.6.2 PPG模式分析16.6.3 庄吉体验营销模式16.6.4 利郎品牌营销策略16.7 服装行业营销建议16.7.1 进行“网红”营销16.7.2 建议进行全渠道营销16.7.3 淘宝店营销操作建议16.7.4 实体店营销操作建议 第十七章 2016-2019年中国服装行业上市公司分析17.1 雅戈尔

集团股份有限公司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 宁波杉杉股份有限公司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 浙江报喜鸟服饰股份有限公司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 福建七匹狼实业股份有限公司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 江苏红豆实业股份有限公司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 湖北美尔雅股份有限公司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 上海开开实业股份有限公司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 浙江森马服饰股份有限公司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 海澜之家股份有限公司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 中国利郎有限公司17.10.1 企业发展概况17.10.2 2015年企业经营状况17.10.3 2016年企业经营状况17.10.4 2017年企业经营状况17.11 上市公司财务比较分析17.11.1 盈利能力分析17.11.2 成长能力分析17.11.3 营运能力分析17.11.4 偿债能力分析 第十八章 中国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 莫蒙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 服装行业投资潜力分析19.1 2016-2019年国际服装行业投资概况19.1.1 国外服饰企业并购状况19.1.2 境外资本投资越南服装业19.1.3 日本服装企业投资印尼19.1.4 缅甸成服装投资热土19.1.5 美国服装制造业回流19.1.6 非洲服装业投资机会19.2 2016-2019年中国服装行业投资状况19.2.1 行业投资规模19.2.2 资本并购情况19.2.3 资本市场新动向19.3 中国服装行业投资机遇分析19.3.1 借互联网实现弯道超车19.3.2 资本驱动资源整合19.3.3 主业并购延伸19.3.4 快时尚生产方式19.3.5 个性化定制19.4 纺织服装专业市场投资分析19.4.1 投资模式及其影响19.4.2 投资火热的成因19.4.3 对外投资动态19.4.4 市场投资机遇19.5 中国服装产业投资壁垒分析19.5.1 资金壁垒19.5.2 技术壁垒19.5.3 政策壁垒19.5.4 品牌壁垒19.5.5 营销网络壁垒19.5.6 人才壁垒19.6 中国服装产业投资建议19.6.1 行业投资导向19.6.2 市场布局策略19.6.3 品牌运营思路 第二十章 2020-2026年服装行业发展前景分析20.1 世界服装行业发展前景分析20.1.1 市场发展预测20.1.2 行业发展趋势20.1.3 市场结构变化20.2 中国服装行业前景展望20.2.1 行业未来前景20.2.2 行业发展趋势20.2.3 行业发展方向20.3 “十三五”中国服装行业发展分析20.3.1 发展形势20.3.2 发展方向20.3.3 重点任务20.4 2020-2026年中国纺织服装行业预测分析20.4.1 行业发展因素分析20.4.2 行业总资产

预测20.4.3 行业收入预测20.4.4 行业利润预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/T61651UTF3.html>