

2017-2022年中国羊毛衫市 场深度研究与投资前景预测报告

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

《2017-2022年中国羊毛衫市场深度研究与投资前景预测报告》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/fangzhi/Y16189ORZE.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

我国的羊毛衫成衣工艺有着悠久的历史，但几千年封建社会制度的影响，严重地束缚和影响了科学技术和生产力的发展，致使我国的羊毛衫工业发展十分缓慢，在相当长时期内还停留在个体制作和手工作坊的生产形式。19世纪初，随着西方服饰文化的传入，我国传统的羊毛衫生产形式及工艺方法得到改变，并在民间逐步产生专门制作和生产西式羊毛衫外衣的“红帮”裁缝，专门制作和生产西式羊毛衫内衣、衬衣及婚礼服等的“白帮”裁缝，专门生产和制作中国传统羊毛衫的“中式”裁缝，专门生产军需被服和成衣的“大帮”裁缝。这四大羊毛衫生产形式成为当时的主要派系。20世纪中叶，工业革命的开始，使得脚踏缝纫机在中国逐步推广，并逐渐改革手工操作的羊毛衫工艺过程，生产规模与形式也在不断地扩大。这时，在许多沿海大城市逐步形成西服、衬衣、内衣、童装、男装、女装、裘皮羊毛衫、绣衣等制衣行业，但个体劳动的生产形式仍然占较大比例。解放后，国家首先对手工业进行了社会主义改造，逐步改变和摆脱了旧的生产方式，组织起四类不同的羊毛衫生产形式，即国营、公私合营、集体、个体。但是由于长期对羊毛衫生产在国民经济中的重要性的认识不足，以及整个国民经济发展的速度不理想，致使羊毛衫生产发展的速度缓慢，跟不上人民生活水平的递增速度。20世纪70N80年代，随着经济的发展和体制改革的不断深入，国家为了切实解决好人民穿衣问题，扭转“买衣难”、“做衣难”的局面，对成衣生产的体制作了调整，成衣生产的渠道也不断扩大。目前已形成纺织羊毛衫的合资企业、独资企业、乡镇企业、民营企业、个体业等系统的多种生产渠道。随着我国改革开放的不断深入，我国羊毛衫业获得了飞速发展。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国羊毛衫市场深度研究与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了羊毛衫行业市场发展环境、羊毛衫整体运行态势等，接着分析了羊毛衫行业市场运行的现状，然后介绍了羊毛衫市场竞争格局。随后，报告对羊毛衫做了重点企业经营状况分析，最后分析了羊毛衫行业发展趋势与投资预测。您若想对羊毛衫产业有个系统的了解或者想投资羊毛衫行业，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：

第一部分 行业发展分析20

| | |
|---------------------------|----|
| 第一章 2016年世界羊毛衫产业运行态势分析 | 20 |
| 第一节 2016年世界羊毛衫行业概况 | 20 |
| 一、世界羊毛生产情况 | 20 |
| 二、世界羊毛衫加工技术分析 | 22 |
| 三、世界羊毛贸易分析 | 25 |
| 四、世界羊毛衫主要产品价格走势分析 | 27 |
| 第二节 2016年世界羊毛衫市场动态分析 | 27 |
| 一、羊毛衫制品消费群体增加，多样化需求加大 | 27 |
| 二、世界羊毛衫品牌市场动态分析 | 28 |
| 第三节 2017-2022年羊毛衫行业市场前景预测 | 28 |

第二章 中国羊绒衫行业宏观环境

| | |
|------------------------|----|
| 第一节 我国经济发展环境分析 | 30 |
| 一、经济发展状况 | 30 |
| 二、居民消费价格指数分析 | 32 |
| 三、收入增长情况 | 44 |
| 四、固定资产投资 | 47 |
| 五、社会消费品零售额分析 | 55 |
| 六、金融运行及货币政策 | 60 |
| 七、城镇人员从业状况 | 69 |
| 八、2017-2022年我国宏观经济发展预测 | 70 |
| 第二节 我国社会环境分析 | 73 |
| 一、人口环境分析 | 73 |
| 二、教育环境分析 | 74 |
| 三、文化环境分析 | 75 |
| 四、生态环境分析 | 76 |
| 第三节 中国羊毛衫行业政策环境 | 77 |
| 一、十三五规划对行业影响 | 77 |
| 二、重点政策汇总 | 80 |
| 三、政策发展趋势预测 | 83 |
| 第四节 中国羊毛衫行业社会文化环境分析 | 83 |
| 一、中国羊毛衫行业社会环境 | 83 |

二、中国羊毛衫行业文化环境84

第五节 中国羊毛衫行业技术环境分析84

一、主要技术术语及简要解释84

二、生产技术水平86

三、产能利用率87

四、劳动生产率88

五、行业技术发展趋势88

第三章 国内羊毛衫行业品牌需求与消费者偏好调查90

第一节 2014-2016年羊毛衫产量统计分析90

第二节 2014-2016年羊毛衫历年消费量统计分析91

第三节 2014-2016年国内羊毛衫行业品牌产品平均价格走势分析91

第四节 羊毛衫产品目标客户群体调查92

一、不同收入水平消费者偏好调查92

二、不同年龄的消费者偏好调查93

三、不同地区的消费者偏好调查93

第五节 羊毛衫产品的品牌市场调查94

一、消费者对羊毛衫品牌认知度宏观调查94

二、消费者对羊毛衫产品的品牌偏好调查94

三、消费者对羊毛衫品牌的首要认知渠道95

四、消费者经常购买的品牌调查96

五、羊毛衫品牌忠诚度调查98

六、羊毛衫品牌市场占有率调查98

七、消费者的消费理念调研98

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析99

一、价格敏感程度99

二、品牌的影响99

三、购买方便的影响99

四、广告的影响程度99

五、包装的影响程度99

第四章 国内羊毛衫行业品牌产品市场供需渠道分析100

第一节 销售渠道特征分析100

一、供需渠道定义100

二、供需渠道格局100

三、供需渠道形式101

第二节 销售渠道对羊毛衫行业品牌发展的重要性101

第三节 羊毛衫行业销售渠道的重要环节 分析102

一、批发商102

二、零售商103

三、代理商103

第四节2014-2016年中国羊毛衫行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析103

一、华东103

二、中南103

三、华北103

四、西部104

第五节 2016年国内羊毛衫行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析104

一、国内生产企业投资运作模式104

二、国内营销企业投资运作模式104

三、外销与内销优势分析105

第二部分 行业竞争分析111

第五章 国内羊毛衫行业优势品牌企业分析111

第一节 内蒙古鄂尔多斯羊绒制品股份有限公司111

一、公司及产品概况111

二、品牌发展历程112

三、经营情况分析112

四、近三年品牌市场份额变化118

五、公司品牌竞争策略118

第二节 北京雪莲羊绒股份有限公司119

一、公司及产品概况119

二、品牌发展历程119

三、经营情况分析120

四、公司品牌竞争策略125

第三节 春竹集团126

- 一、公司及产品概况126
- 二、品牌发展历程127
- 三、经营情况分析127
- 四、公司品牌竞争策略133

第四节 恒源祥集团134

- 一、公司及产品概况134
- 二、品牌发展历程134
- 三、经营情况分析135
- 四、近三年品牌市场份额变化141

第五节 浙江珍贝有限公司142

- 一、公司及产品概况142
- 二、品牌发展历程143
- 三、经营情况分析143
- 四、公司品牌竞争策略149

第六节 宁夏圣雪绒股份有限公司149

- 一、公司及产品概况149
- 二、品牌发展历程150
- 三、经营情况分析150
- 四、公司品牌竞争策略156

第七节 维信羊绒集团156

- 一、公司及产品概况156
- 二、品牌发展历程157
- 三、经营情况分析163
- 四、公司品牌竞争策略169

第八节 新疆天山毛纺织股份有限公司169

- 一、公司及产品概况169
- 二、品牌发展历程170
- 三、经营情况分析170
- 四、公司品牌竞争策略176

第九节 三利集团176

- 一、公司及产品概况176
- 二、品牌发展历程177
- 三、经营情况分析179
- 四、公司品牌竞争策略184

第十节 米皇184

- 一、公司及产品概况184
- 二、品牌发展历程185
- 三、经营情况分析186
- 四、公司品牌竞争策略192

第六章 国内羊毛衫行业品牌竞争格局分析194

第一节 羊毛衫行业历史竞争格局概况194

- 一、羊毛衫行业集中度分析194
- 二、羊毛衫行业竞争程度分析194

第二节 羊毛衫行业企业竞争状况分析200

- 一、领导企业的市场力量200
- 二、其他企业的竞争力200

第三节 2017-2022年国内羊毛衫行业品牌竞争格局展望201

第七章 羊绒衫企业竞争策略分析202

第一节 领先者市场竞争策略202

- 一、维护高质量形象202
- 二、扩大市场需求总量202
- 三、保护市场份额203
- 四、扩大市场份额204

第二节 挑战者市场竞争策略205

- 一、正面进攻205
- 二、侧翼攻击205
- 三、包围进攻206
- 四、迂回攻击206
- 五、游击战206

第三节 追随者的市场竞争策略206

一、紧密追随策略206

二、距离追随策略207

三、选择追随策略207

第四节 补缺者的市场竞争策略207

一、市场补缺者的特征207

二、市场补缺者的策略207

第三部分 行业经营发展预测209

第八章 2017-2022年国内羊毛衫行业品牌发展预测209

第一节 2017-2022年羊毛衫行业品牌市场财务数据预测209

一、2017-2022年羊毛衫行业品牌市场规模预测209

二、2017-2022年羊毛衫行业总产值预测210

三、2017-2022年羊毛衫行业利润总额预测210

四、2017-2022年羊毛衫行业总资产预测211

第二节 2017-2022年羊毛衫行业供需预测212

一、2017-2022年羊毛衫产量预测212

二、2017-2022年羊毛衫需求预测213

三、2017-2022年羊毛衫供需平衡预测213

四、2017-2022年主要羊毛衫产品进出口预测214

第三节 2017-2022年羊毛衫行业投资机会214

一、2017-2022年羊毛衫行业主要领域投资机会214

二、2017-2022年羊毛衫行业出口市场投资机会214

第四节 影响羊毛衫行业发展的主要因素215

一、2017-2022年影响羊毛衫行业运行的有利因素分析215

二、2017-2022年影响羊毛衫行业运行的稳定因素分析215

三、2017-2022年影响羊毛衫行业运行的不利因素分析216

四、2017-2022年我国羊毛衫行业发展面临的挑战分析216

五、2017-2022年我国羊毛衫行业发展面临的机遇分析216

第五节 羊毛衫行业投资风险及控制策略分析217

一、2017-2022年羊毛衫行业市场风险及控制策略217

二、2017-2022年羊毛衫行业政策风险及控制策略217

三、2017-2022年羊毛衫行业经营风险及控制策略218

四、2017-2022年羊毛衫同业竞争风险及控制策略218

五、2017-2022年羊毛衫行业其他风险及控制策略219

第九章 对国内羊毛衫行业总结及企业经营战略建议220

第一节 羊毛衫行业问题总结220

第二节 2017-2022年羊毛衫行业企业的标杆管理221

一、国内企业的经验借鉴221

二、国外企业的经验借鉴222

第三节 2017-2022年羊毛衫行业企业的资本运作模式222

一、羊毛衫行业企业国内资本市场的运作建议222

二、羊毛衫行业企业海外资本市场的运作建议228

第四节 2017-2022年羊毛衫行业企业营销模式建议228

一、羊毛衫行业企业的国内营销模式建议228

二、羊毛衫行业企业海外营销模式建议229

第五节 羊毛衫市场的重点客户战略实施230

一、实施重点客户战略的必要性230

二、合理确立重点客户231

三、对重点客户的营销策略232

第四部分 行业投资建议分析235

第十章 对中国羊绒衫行业投资的建议及观点235

第一节 2017-2022年中国羊绒衫行业投资风险分析235

一、原材料压力风险分析235

二、技术风险分析235

三、政策和体制风险236

第二节 投资风险分析237

一、同业竞争风险237

二、市场贸易风险237

三、产业政策变动的影响238

第三节 行业应对策略238

一、竞争性战略联盟的实施238

二、企业自身应对策略242

第四节 重点客户战略的实施243

- 一、实施重点客户战略的必要性243
- 二、合理确立重点客户243
- 三、强化重点客户的管理244
- 四、对重点客户的营销策略244
- 五、实施重点客户战略中需重点解决的问题245

第十一章 企业投资战略分析与策略248 (ZY GXH)

第一节 投资战略分析248

- 一、技术开发战略248
- 二、产业战略规划252
- 三、业务组合战略253
- 四、营销战略规划256
- 五、区域战略规划259
- 六、企业信息化战略规划267

第二节 我国羊绒衫行业发展策略270

- 一、坚守核心主业270
- 二、构建优质渠道270
- 三、整合优质资源271
- 四、提升经营能力272
- 五、明确品牌形象272
- 六、调整市场策略273

第三节 品牌的战略思考274

- 一、品牌的基本含义274
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性277
- 三、羊绒衫品牌的特性和作用278
- 四、羊绒衫品牌的价值战略280
- 五、我国羊绒衫品牌竞争趋势281
- 六、羊绒衫企业品牌发展战略282
- 七、羊绒衫行业品牌竞争策略284 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2015年GDP初步核算数据30

图表 2 2011-2015年GDP环比增长速度30

图表 3 2016年GDP初步核算数据31

图表 4 GDP环比和同比增长速度31

图表52013年-2016年全国居民消费价格涨跌幅度32

图表62013年-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况33

图表72013年-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况33

图表82015年居民消费价格分类别同比涨跌幅35

图表92015年居民消费价格分类别环比涨跌幅36

图表102016年居民消费价格主要数据36

图表112013年-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅39

图表122013年-2016年工业生产者购进价格涨跌幅39

图表132013年-2016年生产资料出厂价格涨跌幅40

图表142013年-2016年生活资料出厂价格涨跌幅41

图表152016年年份工业生产者价格主要数据41

图表 162012-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度45

图表 172012-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度46

图表 182012-2015年我国全社会固定资产投资及其增长率情况48

图表 192013年-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速48

图表 202013年-2016年固定资产投资到位资金同比增速50

图表 212015年固定资产投资（不含农户）主要数据50

图表 22 2011-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速53

图表 23 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据54

图表 242011-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度56

图表 25 2013-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度57

图表 26 2016年社会消费品零售总额主要数据57

图表 27 2014-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度59

图表 28 2016年年份社会消费品零售总额主要数据59

图表 29 2011-2016年城镇新增就业人数69

图表 30 2012-2016年中国羊毛衫产能利用率变化87

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/Y16189ORZE.html>