

2018年中国时装广告牌市场分析报告- 行业深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国时装广告牌市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/330952330952.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

种种迹象表明，服装行业正在呈现触底复苏态势。

据调查，2017年100家百货商品零售额同增2.8%，其中服装零售额同增4.3%，零售额增速及增速的同比均高于整体零售，结束了此前长达五年的增速下滑态势。

市场研究机构欧睿国际发布的数据显示，2017年全球服饰和鞋履市场的零售额同比增长4%至1.7万亿美元。

统计显示，在已披露2017年业绩预报的41家服装类上市公司中，有39家公司预盈，其中有8家服装类上市公司预计净利润实现翻番。

图表：100家商品/服装零售历年增速（单位：%）

图表来源：公开资料整理

在服装中，女装率先复苏，男装跟随复苏，童装接力爆发。

其中，男装和女装分别增长3.7%和3.3%至4190亿美元和6430亿美元，童装增长6.2%至1600亿美元，运动服饰增长6.8%至3000亿美元。欧睿国际预测，2021年该渠道售出的服饰和鞋履在总收入中的占比将提升至20%。

图表：200家百货服装细分品类零售额增速（单位：%）

图表来源：公开资料整理

基于国家政策、经济发展水平和国人消费需求的膨胀等多方因素，其实去年开始，我国百货和奢侈品行业发展向好，贝恩公司《2017年中国奢侈品市场研究》报告中也提到，中国奢侈品在减速增长三年后，去年迎来了高达20%的井喷式增长，内地奢侈品市场增速超过国外市场。

随着全球时尚市场向东方的转移，也给予了国产时尚品牌更广阔的预期和市场前景。2017年可以被视为中国消费品市场回暖的转折点，而消费升级和行业整合是重要的驱动力。各家集团纷纷发力，各显神通。

服装运营主要包括三个环节：研发设计、加工生产以及品牌渠道运营。服装价值链上的利润分配约为：研发设计占35%，品牌渠道运营占55%，加工生产占10%。这就形成了男士时尚休闲鞋和服装行业的微笑曲线，设计研发和品牌渠道运营环节所获得的商业价值远远

高于生产加工环节。

时装广告牌的形式、规格与安装方式，应力求多样化和与众不同。既要做到引人瞩目，又要与店面设计融为一体，给人以完美的外观形象。招牌的材质有多种：木质、石材、金属材料，还可以是直接镶在装饰外墙上。招牌的安装可以是直立式、壁式、也可以是悬吊式的。

对于许多中小的专业商店，在招牌的制作与使用上，可直接反映商店的经营内容。制作成与经营内容相一致的形象或图形，能增强招牌的直接感召力。由服饰店的经营范围不同，可以取不同类型的招牌。女装店可选择时尚感强的招牌，且招牌的颜色要醒目；男装店多以西服为主，则较正式，招牌要适应这种风格，要显得庄重；童装店则要活泼、有趣，能吸引小朋友。

观研天下发布的《2018年中国时装广告牌市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、三角警示牌T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

报告大纲

第一章2015-2017年中国时装广告牌行业发展概述

第一节时装广告牌行业发展情况概述

- 一、时装广告牌行业相关定义
- 二、时装广告牌行业基本情况介绍
- 三、时装广告牌行业国内发展特点分析

第二节中国时装广告牌行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、时装广告牌行业产业链条分析
- 三、中国时装广告牌行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节中国时装广告牌行业生命周期分析

- 一、时装广告牌行业生命周期理论概述
- 二、时装广告牌行业所属的生命周期分析

第四节时装广告牌行业经济指标分析

- 一、时装广告牌行业的赢利性分析
- 二、时装广告牌行业的经济周期分析
- 三、时装广告牌行业附加值的提升空间分析

第五节中国时装广告牌行业进入壁垒分析

- 一、时装广告牌行业资金壁垒分析
- 二、时装广告牌行业技术壁垒分析
- 三、时装广告牌行业规模壁垒分析
- 四、时装广告牌行业品牌壁垒分析
- 五、时装广告牌行业其他壁垒分析

第二章2015-2017年全球时装广告牌行业市场发展现状分析

第一节全球时装广告牌行业发展历程回顾

第二节全球时装广告牌行业市场区域分布情况

第三节亚洲时装广告牌行业地区市场分析

- 一、亚洲时装广告牌行业市场现状分析
- 二、亚洲时装广告牌行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲时装广告牌行业市场前景分析
- 四、亚洲时装广告牌发展趋势分析

第四节北美时装广告牌行业地区市场分析

- 一、北美时装广告牌行业市场现状分析
- 二、北美时装广告牌行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美时装广告牌行业市场前景分析
- 四、北美时装广告牌行业发展趋势分析
- 第五节 欧盟时装广告牌行业地区市场分析
 - 一、欧盟时装广告牌行业市场现状分析
 - 二、欧盟时装广告牌行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟时装广告牌行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界时装广告牌行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球时装广告牌行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国时装广告牌产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国时装广告牌行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节 中国时装广告牌产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国时装广告牌产业运行情况

第一节 中国时装广告牌行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国时装广告牌行业市场规模分析

第三节中国时装广告牌行业供应情况分析

第四节中国时装广告牌行业需求情况分析

第五节中国时装广告牌行业供需平衡分析

第六节中国时装广告牌行业发展趋势分析

第五章中国所属时装广告牌行业运行数据监测

第一节中国所属时装广告牌行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、时装广告牌行业资产规模分析

第二节中国所属时装广告牌行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国所属时装广告牌行业财务指标分析

一、时装广告牌行业盈利能力分析

二、时装广告牌行业偿债能力分析

三、时装广告牌行业营运能力分析

四、时装广告牌行业发展能力分析

第六章2015-2017年中国时装广告牌市场格局分析

第一节中国时装广告牌行业竞争现状分析

一、中国时装广告牌行业竞争情况分析

二、中国时装广告牌行业主要品牌分析

第二节中国时装广告牌行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节中国时装广告牌行业存在的问题

第四节中国时装广告牌行业解决问题的策略分析

第五节中国时装广告牌行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章2015-2017年中国行业需求特点与价格走势分析

第一节中国时装广告牌行业消费特点

第二节中国时装广告牌行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节时装广告牌行业成本分析

第四节时装广告牌行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节中国时装广告牌行业价格现状分析

第六节中国时装广告牌行业平均价格走势预测

- 一、中国时装广告牌行业价格影响因素
- 二、中国时装广告牌行业平均价格走势预测
- 三、中国时装广告牌行业平均价格增速预测

第八章2015-2017年中国时装广告牌行业区域市场现状分析

第一节中国行业区域市场规模分布

第二节中国华东地区市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区时装广告牌市场规模分析
- 四、华东地区时装广告牌市场规模预测

第三节华中地区时装广告牌市场分析

- 一、华中地区概述
 - 二、华中地区经济环境分析
 - 三、华中地区时装广告牌市场规模分析
 - 四、华中地区时装广告牌市场规模预测
- 第四节华南地区时装广告牌市场分析
- 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区时装广告牌市场规模分析

第九章2015-2017年中国时装广告牌行业竞争情况

第一节中国时装广告牌行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节中国时装广告牌行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节中国时装广告牌行业竞争环境分析（T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章时装广告牌行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国时装广告牌行业发展前景分析与预测

第一节中国时装广告牌行业未来发展前景分析

一、行业国内投资环境分析

二、中国时装广告牌行业市场机会分析

三、中国时装广告牌行业投资增速预测

第二节中国时装广告牌行业未来发展趋势预测

第三节中国时装广告牌行业市场发展预测

一、中国时装广告牌行业市场规模预测

二、中国时装广告牌行业市场规模增速预测

三、中国时装广告牌行业产值规模预测

四、中国时装广告牌行业产值增速预测

第四节中国时装广告牌行业盈利走势预测

一、中国时装广告牌行业毛利润同比增速预测

二、中国时装广告牌行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国时装广告牌行业投资风险与营销分析

第一节时装广告牌行业投资风险分析

一、时装广告牌行业政策风险分析

二、时装广告牌行业技术风险分析

三、时装广告牌行业竞争风险

四、时装广告牌行业其他风险分析

第二节时装广告牌行业企业经营发展分析及建议

一、时装广告牌行业经营模式

二、时装广告牌行业销售模式

三、时装广告牌行业创新方向

第三节时装广告牌行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国时装广告牌行业发展策略及投资建议

第一节中国时装广告牌行业品牌战略分析

- 一、时装广告牌企业品牌的重要性
- 二、时装广告牌企业实施品牌战略的意义
- 三、时装广告牌企业品牌的现状分析
- 四、时装广告牌企业的品牌战略
- 五、时装广告牌品牌战略管理的策略

第二节中国时装广告牌行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节中国时装广告牌行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国时装广告牌行业发展策略及投资建议

第一节中国时装广告牌行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节中国时装广告牌行业营销渠道策略

- 一、时装广告牌行业营销模式
- 二、时装广告牌行业营销策略

第三节中国时装广告牌行业价格策略

第四节观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国时装广告牌行业投资区域分析
- 二、中国时装广告牌行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/330952330952.html>