

2016-2022年中国袜子市场发展态势与“十三五”未来趋势研究报告

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《2016-2022年中国袜子市场发展态势与“十三五”未来趋势研究报告》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/huaxian/239500239500.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

袜子是生活必需品，行业规模大，已进入平稳发展阶段。2015年中国、日本、美国、欧洲（欧洲数据为英法德三国合计，下同）的袜子消费规模分别为153.6亿美元、47.3亿美元、79.7亿美元、52.7亿美元。欧、美、日较早进入行业平稳发展阶段，2001-2010和2010-2015年复合增速均维持在0%-5%之间（除2010-2015年的日本）。过去15年里，中国的袜子消费规模一直保持较快增长速度，2001-2010年、2010-2015年销售额复合增长率分别为10.41%、10.20%。据预测，未来5年，中国、日本、美国、欧洲袜子消费复合增速将分别为0.7%、-0.5%、3%、0.4%。

国际上主要棉袜生产商

中国与越南在劳动力成本、税收待遇方面对比

袜子外需增长乏力，国内制袜行业极度分散，高端产品制造竞争压力小于低档产品。据中国海关统计，2015年我国袜子织物出口金额为59.01亿美元，较上年下降4.21%。考虑到TPP协议的影响，中国制袜企业的成本优势可能丧失，出口短期难以复苏。国内制袜企业竞争格局具体表现：

- （1）行业极度分散：大多数棉袜企业为小微型企业，生产规模小，分散在浙江、江苏、广东等地，且该状况在未来一段时间内仍将维持。
- （2）产品低档化：企业规模小，生产设备陈旧，工艺技术落后，缺乏自主研发能力，产品品种相对单一，同质化现象严重，缺乏市场竞争力，很难进入国内外高端市场。
- （3）中高端市场竞争相对平稳：中高端市场棉袜生产企业数量不多，并且拥有先进的生产设备、管理理念和生产技术，更有创新研发能力和市场营销能力，在国内外市场拥有很强的竞争力。

中国报告网发布的《2016-2022年中国袜子市场发展态势与“十三五”未来趋势研究报告》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。

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。

报告大纲：

第一部分 国内外袜业动态分析

第一章 2015年世界袜子市场运行态势分析

第一节 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 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 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 2015年中国袜子产业运行环境解析

第一节 2015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

第二节 2015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、全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 2015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 2015年中国袜子产业运行新形势透析

第一节 2015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、2015年中国袜子的产量统计
- 四、2015年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、2015年中国袜业十大品牌榜单
- 九、大唐发布中国首个袜业指数

第二节 2015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 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、国际袜业交易会在上海举办

第四章 中国袜子重点产区动态分析

第一节 诸暨大唐

- 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 浙江义乌

- 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 2015年中国袜子及其他服饰制造行业主要数据监测分析

第一节 2015年中国袜子及其他服饰制造行业发展分析

第二节 2015年中国袜子及其他服饰制造行业规模分析

- 一、袜子及其他服饰制造行业企业数量分析
- 二、袜子及其他服饰制造行业资产规模分析
- 三、袜子及其他服饰制造行业销售收入分析
- 四、袜子及其他服饰制造行业利润总额分析

第三节 2015年中国袜子及其他服饰制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、资产规模结构分析
- 三、销售规模结构分析
- 四、利润规模结构分析

第四节 2015年中国袜子及其他服饰制造行业产值分析

- 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 2013-2015年中国袜子及其他服饰制造行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、主要费用统计

第六节 2013-2015年中国袜子及其他服饰制造行业运营效益分析

- 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 2015年中国袜子市场运行动态分析

第一节 2015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 2015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 2015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 中国袜子市场需求消费形势分析

第一节 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 2015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 2015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

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

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

第九章 2015年中国各式样袜子进出口贸易分析

第一节 2015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 2015年中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 < 67分特进出口分析

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 2015年中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细 67分特进出口分析

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

第四节 2015年中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜进出口分析

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 2015年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分析

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

第十章 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

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 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

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 2015年中国袜子的面料市场透析

第一节 化纤市场透析

- 一、化纤产量情况分析
- 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、2014年纺织行业运行情况
- 二、2015年纺织行业运行情况

三、中国纺织品的出口竞争力

第三节 棉纺供应

- 一、2015年棉纺织业运行情况
- 二、2015年中国纱布产量情况
- 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 2015年中国袜子市场竞争格局分析

第一节 2015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 2015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

第四节 2015年中国袜子市场集中度分析

第五节 中国袜子市场竞争趋势分析

第十四章 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、企业基本情况概述
- 二、企业经营情况分析

第二节 浙江梦娜袜业股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司下属公司分析
- 四、公司国际市场分析
- 五、公司国内市场分析

第三节 海宁耐尔袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第四节 青岛即发集团控股有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业技术优势分析
- 四、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、企业经营情况分析

第六节 浙江情怡袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展规划

第七节 浙江步人袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第八节 浙江紫清控股集团有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第九节 浙江宝娜斯袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第十节 浙江振汉袜业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第十一节 浙江崧峰针织有限公司

- 一、公司基本情况

二、企业经营情况分析

第十二节 烟台厚木华润袜业有限公司

一、公司基本情况

二、企业经营情况分析

第十三节 青岛东山纤维有限公司

一、公司基本情况

二、企业经营情况分析

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 2015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

第三节 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

第四节 2016-2022年中国袜子市场投资策略及建议分析

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxian/239500239500.html>