

2019年中国休闲服行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国休闲服行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/376191376191.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，休闲服行业也得到了快速发展，2016年我国休闲服行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，休闲服行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从休闲服行业企业区域分布情况来看，休闲服行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国休闲服行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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家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、PEST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 2018年世界休闲服产业运行态势分析

第一节 2018年世界休闲服产业发展概况

一、世界休闲服行业特点分析

二、世界知名品牌休闲服发展简述

三、世界休闲服潮流回顾

第二节 2018年世界主要国家休闲服行业发展态势分析

一、美国

二、法国

三、意大利

四、韩国

第三节 2019-2025年世界休闲服产业发展前景预测分析

第二章 2018年中国休闲服行业市场运行状况分析

第一节 2018年中国休闲服行业发展现状分析

一、休闲装在中国的发展基础

二、中国休闲装在竞争中凸显的问题

三、中国休闲装的发展策略

第二节 2018年中国休闲服市场运行情况分析

一、轻纺联将推出防辐射休闲服

二、休闲服走高端扩张道路实行品牌升级活动

三、北美风休闲服全国品牌代理战略全面启动

四、国产休闲装品牌营销如何破局

五、中国休闲服装市场大品牌纷纷启动升级策略

六、春夏休闲服装面料流行趋势系列发布活动

第三节 2018年中国知名品牌休闲服市场运行动态分析

一、Camel Active 领衔男士功能休闲服潮流

二、品牌休闲服Zara进军埃及服装市场

三、休闲服品牌优衣库逆境增长并进军新加坡

四、唐狮休闲服升级别具特色的品牌文化

五、波司登夺美国休闲服品牌销售权

六、卡丹罗休闲服商标疑似傍意大利名牌卡丹路

七、森马休闲服启动多品牌战略

第四节 2018年中国休闲服品牌营销现状分析

一、品牌定位

二、品牌推广

三、品牌延伸

第三章 2016-2018年中国服装产量数据统计分析

第一节 2016-2018年全国服装产量数据分析

一、2016-2018年全国服装产量数据

二、2016-2018年重点省市服装产量数据

第二节 2018年全国服装产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

一、2018年全国服装产量数据

二、2018年重点省市服装产量数据

第三节 全国服装产量增长性分析

第四章 中国纺织服装行业经济运行数据监测

第一节 中国纺织服装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国纺织服装所属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 中国纺织服装所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国休闲服及相关产品进出口情况分析

第一节 中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤进出口情况分析

- 一、中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤出口统计
- 二、中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤进口统计
- 三、中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤进出口价格对比
- 四、中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国针或钩织男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤进出口省市分析

第二节 中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤进出口情况分析

- 一、中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤出口统计
- 二、中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤进口统计
- 三、中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤进出口价格对比
- 四、中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国针或钩织女西便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤进出口省市分析

第三节 中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口数据统计

- 一、中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤出口统计
- 二、中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进口统计
- 三、中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口价格对比
- 四、中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口省市分析

第四节 中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤进出口情况分析

- 一、中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤出口统计
- 二、中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤进口统计
- 三、中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤进出口价格对比
- 四、中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国女西或便服套装、上衣、裙、裙裤、长短裤及马裤进出口省市分析

第六章 2018年中国休闲服消费市场分析

第一节 2018年休闲服消费者市场细分

- 一、2018年我国人口细分与休闲服市场人口结构
- 二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构
- 三、地理位置细分市场与休闲服市场

第二节 2018年休闲服消费者情况分析

- 一、我国休闲服消费现状的研究与分析
- 二、我国知识女性休闲服消费情况分析

三、高校学生休闲服消费特征分析

第三节 2018年消费者购买偏好分析

一、品牌偏好分析

二、商品价格分析

三、流行趋势分析

第七章 2018年中国休闲服销售及营销分析

第一节 2018年中国休闲服的营销渠道

一、营销渠道的概念

二、服装销售渠道的结构及成员组成

三、批发商和零售商为传统的营销渠道

四、服装零售商的定义、作用

五、服装零售商的类型及简介

六、休闲服营销渠道的焦点变化

第二节 后奥运时代休闲服品牌的营销策略

一、明星效应

二、赛事赞助

三、公益营销

四、制造焦点

五、危机处理

六、体育营销

七、事件整合

第三节 中国休闲服市场各品类销售分析

一、T恤

二、牛仔

三、羽绒服

四、衬衫

第八章 2018年中国休闲服装细分市场动态分析

第一节 大众休闲

一、大众休闲的特点和主要品牌

二、大众休闲品牌运营分析

第二节 运动休闲

一、运动休闲市场分析

二、运动休闲的特点和主要品牌

第三节 时尚休闲

一、时尚休闲的主要品牌

二、时尚休闲的特点

第四节 户外休闲

一、户外休闲市场现状

二、户外休闲的特点和主要品牌

第九章 2018年中国休闲服行业市场竞争格局分析

第一节 2018年中国休闲服行业竞争现状分析

一、国内休闲服装品牌直面国际竞争

二、休闲服饰进入大卖场竞争时代

三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代

第二节 2018年中国休闲服行业集中度分析

一、休闲服市场集中度分析

二、服装产量集中度分析

三、休闲服区域集中度分析

第三节 2018年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第十章 中国休闲服重点品牌企业竞争性财务指标分析

第一节 江苏波司登制衣有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 浙江高邦服饰集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 太子龙控股集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 浙江乔治白服饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 江苏喜登博服饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 惠来县源瀚制衣有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 江西宏福服装有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 沈阳黎明安娜服装有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 天津天石休闲用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 晋江市亨佳斯服饰发展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十一章 2018年中国休闲服行业投资环境分析

第一节 2018年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 纺织行业振兴规划

一、纺织行业振兴规划概述

二、纺织行业振兴规划细则

三、产业调整和振兴的主要任务

四、纺织行业振兴规划主要措施

五、纺织行业振兴规划的意义与作用

六、纺织行业振兴规划对休闲服行业的影响

第十二章 2019-2025年中国休闲服行业投资机会与风险分析

第一节 2019-2025年中国休闲服投资机会分析

一、休闲服产业投资吸引力分析

二、休闲服产业投资区域分析

第二节 2019-2025年中国休闲服投资风险预警

一、行业竞争风险预警

二、信贷风险预警

三、原材料风险预警

第三节 专家建议

第十三章 2019-2025年中国休闲服行业发展趋势分析

第一节 2019-2025年我国休闲服行业前景与机遇分析

一、我国休闲服竞争格局预测分析

二、纺织服装业预测分析

三、金融危机对休闲服的影响分析

第二节 2019-2025年中国休闲服市场趋势分析

一、休闲服需求预测分析

二、休闲服供给预测分析

三、休闲服流行趋势分析

第三节 2019-2025年中国休闲服市场盈利预测分析

第十四章 2019-2025年中休闲服行业投资战略研究

第一节 休闲服行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、信息化战略规划

第二节 对我国休闲服品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、休闲服实施品牌战略的意义

三、休闲服企业品牌的现状分析

四、我国休闲服企业的品牌营销

五、休闲服品牌战略管理的策略

第三节 休闲服企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源策略

七、国际化策略

图表目录：

图表：2016-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2018年中国三产业增加值结构图

图表：2016-2018年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2016-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2016-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2016-2018年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016-2018年中国工业增加值增长趋势图

图表：2016-2018年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2016-2018年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2016-2018年我国财政收入支出走势图

图表详见正文·····（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/376191376191.html>