

2016-2022年中国晚礼服产业竞争现状及十三五未来前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国晚礼服产业竞争现状及十三五未来前景分析报告》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/fuzhuang/248363248363.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

中国是十三亿人口的大国，是全世界zui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。2014年，我国服装产业运行总体平稳，规模以上企业产量微增，增速趋缓；服装内xiao有所增长，但增速进一步放缓。

目前中国晚礼服市场还是处于初期发展阶段，其表现在于，生产企业以加工贸易为主，多数缺乏自主品牌；xiao售以影楼为主要渠道的批发为主；而零售市场由于多数新人对晚礼服文化内涵和品牌缺乏认知，需求潜力未得到充分挖掘。经营模式以直xiao为主，规模较小，生产数量不多。2014年，我国晚礼服市场规模达到了587.14亿元，同比增长14%,可见其发展并为受到服装整体行业的影响。

中国晚礼服行业主要分为内xiao和外贸两大路径，目前总体来说，外贸的出口量和质量远远大于内xiao，对于很多大中企业来说，也是外贸重于内xiao。相较于国外晚礼服行业，国内的行业起步较晚，发展还未成熟，行业未组成规模。目前，我国已形成广东、厦门、苏州以及台湾四大晚礼服设计、生产、出口基地，具备高、中、低档不同特色。2014年，晚礼服企业数量虽然达到了3000多家，但是规模以上企业占比很小，小规模生产企业较为活跃。

中国报告网发布的《2016-2022年中国晚礼服产业竞争现状及十三五未来前景分析报告》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。

报告目录

第一部分 晚礼服产业环境透视

第一章 晚礼服行业概述

第一节 晚礼服相关概念

一、晚礼服简介

二、晚礼服的分类

第二节 晚礼服发展历史

第三节 2013-2015年中国晚礼服行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒／退出机制

四、行业周期

五、竞争激烈程度指标

第二章 2014-2015年世界晚礼服行业发展状况分析

第一节 2014-2015年世界晚礼服行业运行概况

第二节 2014-2015年世界主要地区晚礼服行业运行情况分析

第三节 2016-2022年世界晚礼服行业发展趋势分析

第三章 2014-2015年中国晚礼服的行业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境分析

一、国际宏观经济分析

二、中国宏观经济分析

三、产业宏观经济分析

第二节 2014-2015年中国晚礼服的行业发展政策环境分析

一、行业政策分析

二、相关行业标准分析

第三节 2014-2015年中国晚礼服的行业发展社会环境分析

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 晚礼服行业技术环境分析

一、晚礼服技术分析

二、服装技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第二部分 晚礼服行业深度分析

第四章 2014-2015年中国晚礼服行业市场调查情况分析

第一节 2014-2015年中国晚礼服市场运行现状分析

一、国内晚礼服市场现状分析

二、国内晚礼服市场需求情况分析

第二节 2014-2015年中国晚礼服行业发展形势分析

一、国内晚礼服行业现状

二、中国晚礼服行业影响因素分析

第三节 2014-2015年中国晚礼服行业发展对策与建议分析

第五章 2014-2015年中国晚礼服行业数据调查分析

第一节 2014-2015年中国晚礼服行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国晚礼服行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、xiao售收入分析

第三节 2014-2015年中国晚礼服行业成本费用分析

一、xiao售成本统计

二、费用统计

第四节 2014-2015年中国晚礼服行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 中国晚礼服区域市场调查状况分析

第一节 华北市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第二节 中南市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第三节 华东市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第四节 东北市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第五节 西南市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第七章 中国晚礼服用户度市场调查情况分析

第一节 晚礼服用户认知程度

第二节 晚礼服用户关注因素

- 一、消费者购买服装考虑的重要因素
- 二、消费特点的忠诚度现状分析
- 三、消费者通常购买衣服的地点调查
- 四、消费者能够接受的晚礼服价格调查
- 五、消费者购买的来源信息调查

第三部分 晚礼服产业竞争格局分析

第八章 2014-2015年中国晚礼服产业市场竞争格局分析

第一节 2014-2015年中国晚礼服产业竞争现状分析

- 一、市场竞争程度分析
- 二、晚礼服产品价格竞争分析
- 三、晚礼服产业市场竞争分析

第二节 晚礼服竞争优劣势分析

第三节 2014-2015年中国晚礼服行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度

第四节 2016-2022年中国晚礼服企业提升竞争力策略分析

第九章 2014-2015年中国晚礼服行业重点厂商分析

第一节 东莞市昊丽服装有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业主要产品分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 广东金潮集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业主要产品分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 广东名瑞(集团)股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业主要产品分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 东莞市锦狐服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第五节 潮州市金嘉德服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 晚礼服行业发展战略研究

第十章 2014-2015年中国晚礼服行业产业链分析

第一节 晚礼服上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

第二节 晚礼服下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势

三、下游行业对晚礼服行业的影响

第十一章 2016-2022年中国晚礼服产业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国晚礼服产业发展趋势分析

一、晚礼服发展方向分析

二、晚礼服行业前景分析

第二节 2016-2022年中国晚礼服产业市场预测分析

一、晚礼服市场供给预测分析

二、晚礼服行业需求预测分析

第三节 2016-2022年中国晚礼服产业市场盈利预测分析

第十二章 2016-2022年中国晚礼服产业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国晚礼服产业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国晚礼服产业投资机会分析

一、晚礼服行业区域投资热点分析

二、晚礼服行业投资潜力分析

第三节 2016-2022年中国晚礼服产业投资风险分析

一、2016-2022年晚礼服行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年晚礼服行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年晚礼服行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年晚礼服行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年晚礼服同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年晚礼服行业其他风险及控制策略

第十三章 结论和建议

第一节 晚礼服行业发展战略研究

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xiao品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国晚礼服品牌的战略思考

一、晚礼服品牌的重要性

二、晚礼服实施品牌战略的意义

三、我国晚礼服企业的品牌战略

四、晚礼服品牌战略管理的策略

第三节 晚礼服经营策略分析

一、晚礼服市场细分策略

二、晚礼服市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、晚礼服新产品差异化战略

第四节 营xiao分析与营xiao模式推荐

一、营xiao分析

二、营xiao模式

图表目录

图表：行业生命周期曲线

图表：晚礼服买家地区分布

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表：世界工业生产同比增长率

图表：三大经济体GDP环比增长率

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：三大经济体零售额同比增长率

图表：世界贸易量同比增长率

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：美国、日本和欧元区失业率

图表：2015年一季度国民经济初步核算

图表：2015年1-4月规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年1-4月制造业PMI指数

图表：2015年1-4月非制造业商务活动指数

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）到位资金同比增速

图表：2015年1-4月民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2015年1-4月全国商品房xiao售面积及xiao售额增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2015年1-4月社会消费品零售总额月度增长变化

图表：2015年1-4月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2015年1-4月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2015年1-4月鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2015年4月居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2013-2015年社会消费品零售总额

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2014-2015Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2013-2015年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2013-2015年全国一般公共财政收入

图表：2013-2015年国家外汇储备

图表：2014年年末全部金融机构本外币存dai款余额及其增长速度

图表：2013-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2013-2015年中国服装行业市场规模情况分析

图表：2013-2015年中国服装行业企业利润情况分析

图表：晚礼服行业标准

图表：2014年末人口数及其构成

图表：2013-2015年城镇新增就业人数

图表：2013-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：高新技术纤维产业化及应用

图表：产业用服装品技术产业化及应用

图表：新型服装机械技术

图表：服装织造行业技术改造

图表：2014-2015年晚礼服行业市场规模

图表：2014-2015年中国晚礼服行业企业数量

图表：2014-2015年晚礼服行业从业人员数量

图表：2014-2015年晚礼服行业资产规模

图表：晚礼服行业企业数量结构

图表：2014-2015年晚礼服行业xiao售收入

图表：2013-2015年晚礼服行业xiao售成本

图表：2013-2015年晚礼服行业费用统计

图表：2013-2015年晚礼服行业xiao售利润率分析

图表：2013-2015年华北地区晚礼服产量

图表：2013-2015年华北地区晚礼服xiao量

图表：2013-2015年中南地区晚礼服产量

图表：2013-2015年中南地区晚礼服xiao量

图表：2013-2015年华东地区晚礼服产量

图表：2013-2015年华中地区晚礼服xiao量

图表：2013-2015年东北地区晚礼服产量

图表：2013-2015年东北地区晚礼服xiao量

图表：2013-2015年西南地区晚礼服产量

图表：2013-2015年西南地区晚礼服xiao量

图表：消费者购买服装考虑的重要因素

图表：消费特点的忠诚度

图表：消费者品牌忠诚度

图表：消费者通常购买衣服的地点

图表：消费者能够接受的晚礼服价格

图表：消费者购买的来源信息

图表：2016-2022年中国晚礼服产业产量预测

图表：2016-2022年中国晚礼服产业利润总额预测

图表：四种基本的品牌战略

图表详见正文

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。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/248363248363.html>