

2019年中国服装市场分析报告- 行业发展现状与投资前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国服装市场分析报告-行业发展现状与投资前景预测》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/459361459361.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 2016-2019年国际服装行业分析

1.1 国际服装行业发展概况

1.1.1 全球纺织服装行业规模

1.1.2 全球服装细分行业发展

1.1.3 全球服装市场竞争分析

1.1.4 欧洲服装行业消费规模

1.2 美国

1.2.1 美国服装发展阶段分析

1.2.2 美国服装行业发展现状

1.2.3 美国服装采购结构分析

1.2.4 美国服装市场集中程度

1.2.5 美国服装销售渠道分析

1.3 韩国

1.3.1 韩国服装市场发展经验

1.3.2 韩国服装行业贸易规模

1.3.3 韩国服装网购市场状况

1.3.4 在中国市场的发展策略

1.4 日本

1.4.1 日本服装产业发展特点

1.4.2 日本纺织服装行业规模

1.4.3 日本服装进口贸易分析

1.4.4 日本服饰品牌布局海外

1.4.5 日本服装企业竞争战略

1.5 其他国家和地区

1.5.1 俄罗斯

1.5.2 孟加拉

1.5.3 越南

第二章 2016-2019年中国服装行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 宏观经济概况

2.1.2 对外经济分析

2.1.3 工业运行情况

2.1.4 固定资产投资

2.1.5 宏观经济展望

2.2 政策环境

2.2.1 行业相关标准实施

2.2.2 行业相关影响法规

2.2.3 行业税率调整动态

2.3 社会环境

2.3.1 人口规模与构成

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 社会消费规模

2.3.4 居民消费水平

2.4 技术环境

2.4.1 服装行业技术水平分析

2.4.2 服装行业主要技术发展

2.4.3 服装行业技术特点总结

第三章 2016-2019年中国服装行业深度分析

3.1 中国服装行业发展背景综述

3.1.1 产业链发展分析

3.1.2 国际市场需求复苏

3.1.3 国内市场消费升级

3.1.4 行业发展特点分析

3.1.5 企业经营成本较高

3.2 2016-2019年中国服装行业运营状况分析

3.2.1 行业产量规模

3.2.2 行业销售规模

3.2.3 服装价格走势

3.2.4 行业经营效益

3.2.5 企业发展动向

3.3 2016-2019年中国服装业产业集群解析

3.3.1 产业集群基本概述

3.3.2 产业集群面临机遇

3.3.3 产业集群面临挑战

- 3.3.4 集群发展影响因素
- 3.3.5 产业集群发展战略
- 3.4 2016-2019年服装行业品牌发展分析
 - 3.4.1 服装品牌发展特点
 - 3.4.2 服装奢侈品牌发展
 - 3.4.3 本土品牌发展分析
 - 3.4.4 本土品牌发展策略
 - 3.4.5 品牌推广策略分析
- 3.5 中国服装行业发展面临的问题分析
 - 3.5.1 行业面临困境
 - 3.5.2 行业存在问题
 - 3.5.3 行业发展难题
 - 3.5.4 产业升级障碍
- 3.6 中国服装行业发展策略分析
 - 3.6.1 行业发展对策建议
 - 3.6.2 行业对应解决措施
 - 3.6.3 品牌价值提升战略
 - 3.6.4 产业升级对策分析

第四章 中国纺织服装、服饰行业财务状况

- 4.1 中国纺织服装、服饰所属行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 行业资产规模分析
- 4.2 中国纺织服装、服饰所属行业产销与费用分析
 - 4.2.1 产成品分析
 - 4.2.2 销售收入分析
 - 4.2.3 负债分析
 - 4.2.4 利润规模分析
 - 4.2.5 产值分析
 - 4.2.6 销售成本分析
 - 4.2.7 销售费用分析
 - 4.2.8 管理费用分析
 - 4.2.9 财务费用分析
 - 4.2.10 其他运营数据分析
- 4.3 中国纺织服装、服饰所属行业财务指标分析

4.3.1行业盈利能力分析

4.3.2行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章 2016-2019年中国服装市场发展分析

5.1 服装市场发展特征分析

5.1.1 服装消费行为特征

5.1.2 主力消费群体特征

5.1.3 智能服装消费潜力

5.2 中国纺织服装专业市场运行分析

5.2.1 市场运行现状

5.2.2 市场景气指数

5.2.3 市场区域结构

5.2.4 流通层级结构

5.2.5 新增市场分析

5.3 中国纺织服装电子商务市场分析

5.3.1 市场发展状况

5.3.2 市场交易规模

5.3.3 B2B协同发展

5.3.4 网络零售规模

5.3.5 专业市场升级

5.3.6 基础服务建设

第六章 2016-2019年中国服装加工行业发展深度分析

6.1 中国服装加工业发展综述

6.1.1 行业发展状况

6.1.2 成本管理分析

6.1.3 企业经营模式

6.1.4 主要问题分析

6.1.5 转型升级对策

6.2 中国服装加工企业智能制造分析

6.2.1 企业智能制造总体架构

6.2.2 企业智能制造重点内容

6.2.3 企业智能制造主要特征

6.2.4 企业智能制造实践阶段

6.2.5 企业智能制造发展路径

6.3 服装加工数字化生产线构建分析

6.3.1 主要建设背景

6.3.2 总体技术方案

6.3.3 主要组成部分

6.3.4 设备联网功能

6.3.5 管控系统软件

6.3.6 应用影响分析

6.4 中国服装加工行业竞争结构分析

6.4.1 产业内现有企业的竞争

6.4.2 潜在进入者的威胁

6.4.3 替代品的威胁

6.4.4 供应商的议价能力

6.4.5 购买者讨价还价能力

6.5 中国服装加工行业SWOT分析

6.5.1 优势（strength）

6.5.2 劣势（weakness）

6.5.3 机会（opportunity）

6.5.4 威胁（threat）

6.6 中国服装加工行业投资风险分析

6.6.1 火灾和爆炸

6.6.2 营业中断风险

6.6.3 机器损坏风险

6.6.4 雇主责任风险

6.6.5 产品责任风险

6.6.6 环境污染风险

6.6.7 公众责任风险

6.7 中国服装加工行业重点客户实施战略

6.7.1 实施重点客户战略的必要性

6.7.2 合理确立重点客户

6.7.3 重点客户战略管理

6.7.4 重点客户管理功能

6.8 服装加工企业GSD标准工时实施路径

6.8.1 传统服装企业主要管理问题

6.8.2 GSD标准工时概念与引进意义

6.8.3 GSD标准工时实施方案

6.8.4 GSD标准工时实施效果

第七章 2016-2019年中国部分地区服装行业发展分析

7.1 江苏

7.1.1 纺织服装行业综述

7.1.2 消费市场发展分析

7.1.3 服装产量情况分析

7.1.4 技术品牌制约因素

7.1.5 服装版型技术作用

7.1.6 技术品牌构建策略

7.1.7 竞争能力提升建议

7.2 浙江

7.2.1 消费市场分析

7.2.2 行业发展动态

7.2.3 温州发展状况

7.2.4 主要发展问题

7.2.5 未来发展目标

7.3 安徽

7.3.1 消费市场分析

7.3.2 县市发展状况

7.3.3 区域发展空间

7.3.4 行业发展问题

7.3.5 产业发展建议

7.4 新疆

7.4.1 行业营收分析

7.4.2 园区发展现状

7.4.3 产业投资状况

7.4.4 产业发展建议

7.4.5 产业发展规划

7.5 其它地区

7.5.1 广州

7.5.2 天津

7.5.3 上海

7.5.4 河北

7.5.5 福建

第八章 2016-2019年女装行业发展分析

8.1 中国女装行业发展分析

8.1.1 行业发展特点

8.1.2 行业生命周期

8.1.3 行业发展规模

8.1.4 行业区域格局

8.2 中国女装市场竞争分析

8.2.1 行业竞争特点分析

8.2.2 女装市场品牌层级

8.2.3 女装品牌竞争格局

8.2.4 女装行业的格局变化

8.2.5 高端市场品牌格局

8.3 2016-2019年中国女装电商发展分析

8.3.1 女装网购价位格局

8.3.2 女装网店商城分布

8.3.3 女装线上营收情况

8.3.4 女装网购决策因素分析

8.4 中国女装行业存在的问题及对策分析

8.4.1 行业突出矛盾

8.4.2 行业发展策略

8.4.3 自主品牌培育

8.4.4 渠道建设策略

8.4.5 市场营销策略

8.5 中国女装市场发展展望

8.5.1 行业发展趋势

8.5.2 市场发展方向

8.5.3 产品发展趋势

第九章 2016-2019年男装行业发展分析

9.1 2016-2019年国外男装产业发展状况

9.1.1 产业主要发展脉络

9.1.2 市场增速逐步上升

- 9.1.3 市场变化特点分析
- 9.1.4 意大利男装市场分析
- 9.1.5 俄罗斯男装消费分析
- 9.1.6 国内外男装市场特点对比
- 9.2 2016-2019年中国男装行业发展状况
 - 9.2.1 行业发展态势
 - 9.2.2 行业发展规模
 - 9.2.3 网购市场崛起
 - 9.2.4 内销价格指数
 - 9.2.5 市场需求特点
- 9.3 中国男装产业集群分布
 - 9.3.1 我国男装市场分布格局
 - 9.3.2 福建男装品牌发展状况
 - 9.3.3 福建石狮男装产业集群
 - 9.3.4 江苏常熟男装产业集群
 - 9.3.5 浙江温州男装产业集群
 - 9.3.6 浙江宁波男装产业集群
 - 9.3.7 广东惠城男装产业集群
- 9.4 男装市场品牌发展分析
 - 9.4.1 品牌发展格局
 - 9.4.2 品牌竞争力分析
 - 9.4.3 品牌运营模式
 - 9.4.4 品牌创新策略
 - 9.4.5 品牌发展趋势
- 9.5 男装产业竞争格局解析
 - 9.5.1 行业竞争主体分析
 - 9.5.2 行业竞争形势分析
 - 9.5.3 行业集中度分析
 - 9.5.4 国内企业竞争动态
 - 9.5.5 男装竞争模式对比
 - 9.5.6 企业核心竞争力
 - 9.5.7 竞争力提升策略
- 9.6 中国男装行业存在问题及对策分析
 - 9.6.1 企业存在问题
 - 9.6.2 市场发展对策

9.6.3 市场销售策略

9.7 中国男装行业未来发展分析

9.7.1 行业发展趋势

9.7.2 产业发展方向

9.7.3 设计趋势分析

9.7.4 定制趋势加强

第十章 2016-2019年童装行业发展分析

10.1 2016-2019年童装行业整体发展分析

10.1.1 产业生命周期

10.1.2 市场发展特征

10.1.3 市场规模分析

10.1.4 人均消费水平

10.1.5 行业监管政策

10.1.6 产业结构分析

10.1.7 区域发展格局

10.2 2016-2019年中国童装市场竞争格局

10.2.1 市场集中度分析

10.2.2 企业运营状况

10.2.3 企业竞争布局

10.2.4 市场融资动态

10.3 童装线上市场发展分析

10.3.1 线上市场发展形势

10.3.2 线上市场发展规模

10.3.3 电商市场竞争状况

10.3.4 产品质量成为发展短板

10.3.5 网购童装市场监管加强

10.3.6 线上线下互动发展趋势

10.4 中大童装市场剖析

10.4.1 中大童装市场需求

10.4.2 中大童装市场状况

10.4.3 中大企业面临的问题

10.5 2016-2019年中国童装品牌的发展分析

10.5.1 童装发展品牌市场的背景

10.5.2 童装企业自主品牌的发展

- 10.5.3 我国童装品牌格局分析
- 10.5.4 童装品牌细分市场定位
- 10.5.5 童装市场品牌塑造策略
- 10.6 中国童装消费市场剖析
 - 10.6.1 童装消费的主要特征
 - 10.6.2 影响童装消费的因素
 - 10.6.3 童装消费水平多层次
 - 10.6.4 童装市场消费需求现状
 - 10.6.5 童装个性化消费来临
- 10.7 部分地区童装市场分析
 - 10.7.1 山东省即墨市
 - 10.7.2 浙江省织里镇
 - 10.7.3 广州童装批发市场
 - 10.7.4 东莞童装批发城
- 10.8 童装产业存在的问题及对策
 - 10.8.1 成人化问题
 - 10.8.2 安全健康问题
 - 10.8.3 品牌意识不强
 - 10.8.4 文化底蕴不足
 - 10.8.5 市场发展策略
 - 10.8.6 柔性供应链模式
- 10.9 中国童装行业前景趋势分析
 - 10.9.1 政策机遇分析
 - 10.9.2 需求机遇分析
 - 10.9.3 发展前景展望
 - 10.9.4 市场需求趋向
 - 10.9.5 产业发展趋势

第十一章 2016-2019年内衣行业发展分析

- 11.1 2016-2019年国际内衣行业发展分析
 - 11.1.1 市场发展态势
 - 11.1.2 行业发展特征
 - 11.1.3 运动内衣市场火热
 - 11.1.4 市场发展新动向
 - 11.1.5 产业规模预测

11.2 2016-2019年中国内衣产业发展状况

11.2.1 产业链环节

11.2.2 行业发展综述

11.2.3 行业发展规模

11.2.4 行业发展热点

11.2.5 资本市场动态

11.2.6 高端市场发展

11.3 中国盐步内衣指数统计分析

11.3.1 内衣价格总指数

11.3.2 细分品类指数分析

11.3.3 内衣景气指数分析

11.4 2016-2019年中国内衣市场竞争格局

11.4.1 市场竞争差异化

11.4.2 市场集中度分析

11.4.3 跨界企业布局

11.4.4 国际品牌布局

11.4.5 区域生产格局

11.5 内衣细分产品发展分析

11.5.1 针织内衣

11.5.2 保暖内衣

11.5.3 少女内衣

11.5.4 男性内衣

11.5.5 孕妇内衣

11.6 部分地区内衣产业分析

11.6.1 浙江

11.6.2 深圳

11.6.3 盐步

11.7 中国内衣行业存在问题及对策分析

11.7.1 行业存在问题

11.7.2 企业面临挑战

11.7.3 行业发展策略

11.7.4 经销商资源整合

11.7.5 营运系统策略

11.7.6 企业突围策略

11.8 中国内衣市场未来的发展

11.8.1 产业升级机遇

11.8.2 行业发展趋势

11.8.3 模式发展趋势

11.8.4 内衣穿着趋势

第十二章 2016-2019年休闲装及运动装发展分析

12.1 中国休闲装行业发展概况

12.1.1 品牌发展格局

12.1.2 运营收益状况

12.1.3 存货周转效率

12.1.4 重点企业动态

12.1.5 企业发展方向

12.1.6 区域发展格局

12.1.7 市场景气预测

12.2 中国主要地区休闲装发展分析

12.2.1 江苏海虞镇

12.2.2 福建石狮市

12.2.3 广东虎门镇

12.3 休闲装细分产品发展分析

12.3.1 美式风格休闲服

12.3.2 商务休闲装

12.3.3 时尚休闲装

12.3.4 青春休闲服

12.4 运动装市场发展分析

12.4.1 行业发展背景

12.4.2 市场需求状况

12.4.3 市场规模状况

12.4.4 品牌占有率排名

12.4.5 市场竞争格局

12.4.6 企业运营状况

12.4.7 未来发展趋势

12.5 休闲装面临的问题及发展策略分析

12.5.1 主要发展问题

12.5.2 企业发展问题

12.5.3 品牌定位差异化

12.5.4 企业发展方向

12.5.5 企业经营思路

12.6 中国休闲运动服装市场前景趋势

12.6.1 市场发展趋向

12.6.2 产品发展方向

12.6.3 消费趋势分析

12.6.4 时装化发展趋势

12.6.5 高性能发展趋势

第十三章 2016-2019年羽绒服行业发展分析

13.1 中国羽绒服行业概况

13.1.1 行业发展综述

13.1.2 行业发展特点

13.1.3 市场普及率分析

13.1.4 质量监管要求

13.1.5 行业标准化进展

13.1.6 外贸转型升级基地

13.2 中国羽绒服市场发展分析

13.2.1 生产环节分析

13.2.2 产量规模状况

13.2.3 市场规模状况

13.2.4 市场品牌排行

13.2.5 五力竞争分析

13.2.6 市场竞争压力

13.2.7 市场发展态势

13.3 中国羽绒服线上市场销售分析

13.3.1 销售状况回顾

13.3.2 销售现状分析

13.4 中国羽绒服装市场存在的问题

13.4.1 品牌及管理问题

13.4.2 产品销售渠道问题

13.4.3 产品同质化问题及对策

13.4.4 中小品牌面临的挑战

13.5 中国羽绒服市场的发展趋势

13.5.1 品牌集中度高

13.5.2 面辅料需求提升

13.5.3 产品发展方向

13.6 龙头企业案例分析——波司登

13.6.1 企业发展历程

13.6.2 财务运营状况

13.6.3 销售渠道分析

13.6.4 品牌形象分析

13.6.5 企业发展策略

第十四章 2016-2019年职业装行业发展分析

14.1 中国职业装行业发展概况

14.1.1 产品特点介绍

14.1.2 行业发展现状

14.1.3 产业链深度合作

14.1.4 衬衫加工业介绍

14.1.5 行业发展规划

14.2 中国职业装市场分析

14.2.1 职业装市场分类

14.2.2 职业装市场阶段

14.2.3 职业装市场规模

14.2.4 职业装市场特征

14.2.5 职业装细分市场

14.2.6 职业装市场调查

14.2.7 职业装典型企业

14.2.8 职业工装市场概述

14.2.9 职业工装市场空间

14.3 中国职业装品牌分析

14.3.1 品牌发展历程

14.3.2 品牌排名状况

14.3.3 品牌化发展趋势

14.3.4 品牌存在问题

14.3.5 品牌创新策略

14.4 职业装设计的原则及趋势

14.4.1 职业装设计的意义

14.4.2 职业装设计的原则

14.4.3 职业装设计的趋势

14.4.4 职业装线上定制趋势

14.5 职业装行业存在的问题及发展对策

14.5.1 行业面临问题

14.5.2 行业转型策略

14.5.3 行业创新思路

14.5.4 行业发展建议

14.5.5 细分领域拓展策略

14.6 中国职业装市场的前景趋势

14.6.1 市场发展空间

14.6.2 市场发展趋势

14.6.3 消费要求上升

14.6.4 未来发展目标

第十五章 2016-2019年中国服装行业进出口分析

15.1 2016-2019年中国纺织品服装对外贸易总体分析

15.1.1 2019年贸易分析

15.1.2 2019年贸易现状

15.1.3 2019年贸易动态

15.1.4 2019年贸易展望

15.2 中国服装行业对外贸易特点

15.2.1 产品出口结构变化

15.2.2 出口市场特点分析

15.2.3 民营企业成为主力

15.2.4 进口领域迎来利好

15.2.5 市场份额小幅下滑

15.3 中国衬衫市场对外贸易分析

15.3.1 2019年衬衫贸易情况

第十六章 2016-2019年服装市场竞争分析

16.1 国际服装市场竞争态势分析

16.1.1 服装产业价值链分析

16.1.2 美国细分品类竞争态势

16.1.3 亚洲服装行业竞争态势

16.1.4 欧洲服装企业竞争力分析

- 16.1.5 中国服装企业竞争力分析
- 16.2 国外服装品牌在华竞争情况
 - 16.2.1 品牌总体竞争分析
 - 16.2.2 快时尚品牌竞争力
 - 16.2.3 休闲品牌竞争形势
- 16.3 2016-2019年国内服装市场竞争分析
 - 16.3.1 行业竞争结构分析
 - 16.3.2 国内市场竞争现状
 - 16.3.3 市场集中程度分析
 - 16.3.4 服装品牌竞争状况
 - 16.3.5 行业渠道竞争分析
 - 16.3.6 竞争影响因素分析
 - 16.3.7 服装行业竞争趋势
 - 16.3.8 童装品牌竞争分析
- 16.4 服装企业市场竞争模式解析
 - 16.4.1 快速反应模式
 - 16.4.2 服务差异化模式
 - 16.4.3 目标集聚模式
- 16.5 国际视角下我国纺织服装企业的竞争环境分析
 - 16.5.1 服装企业竞争优势分析
 - 16.5.2 服装企业竞争劣势分析
 - 16.5.3 服装企业竞争发展战略
- 16.6 服装行业的竞争策略分析
 - 16.6.1 应对国际竞争的战略
 - 16.6.2 提高产业竞争力对策
 - 16.6.3 打造品牌竞争力策略

第十七章 2016-2019年服装行业营销分析

- 17.1 服装行业销售渠道概述
 - 17.1.1 零售百货商场
 - 17.1.2 服装专业市场
 - 17.1.3 连锁专卖店
 - 17.1.4 服装超市（折扣店）
 - 17.1.5 “店中店”模式
 - 17.1.6 网络市场销售

17.2 中国服装营销市场概况

17.2.1 服装消费影响因素

17.2.2 重视移动网络营销

17.2.3 服装营销存在缺陷

17.2.4 品牌营销存在问题

17.2.5 营销渠道存在矛盾

17.3 服装行业营销策略分析

17.3.1 营销策略制定原则

17.3.2 会员制营销策略

17.3.3 文化营销分析

17.3.4 视觉营销分析

17.3.5 色彩营销分析

17.3.6 运用RFID技术

17.4 互联网环境下服装营销策略研究

17.4.1 线下线上结合销售模式

17.4.2 注重服装品牌的塑造

17.4.3 建立网络数据库营销

17.4.4 品牌差异化推广策略

17.4.5 整合营销与推广策略

17.4.6 企业网络营销的对策

17.5 新媒体环境下品牌服装的营销策略分析

17.5.1 服装品牌微博营销建议

17.5.2 服装品牌微信营销建议

17.5.3 服装线下体验营销策略

17.6 童装市场营销策略分析

17.6.1 主要营销策略

17.6.2 定位营销策略

17.6.3 营销渠道分析

17.6.4 营销创新发展

17.6.5 色彩营销策略

17.6.6 目标市场营销

17.7 其他服装细分产品营销策略

17.7.1 打造内衣终端策略

17.7.2 内衣终端促销方式

17.7.3 体育服装营销策略

17.7.4 老年服装营销策略

第十八章 中国服装行业上市公司分析

18.1 雅戈尔集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.2 宁波杉杉股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.3 报喜鸟控股股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.4 福建七匹狼实业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.5 江苏红豆实业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.6 湖北美尔雅股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

18.7 上海开开实业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

18.8 浙江森马服饰股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

18.9 海澜之家股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

18.10 中国利郎有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十九章 中国服装行业其他品牌企业介绍

19.1 男装主要生产企业介绍

19.1.1 罗蒙

19.1.2 庄吉

19.1.3 柒牌

19.2 女装主要生产企业介绍

19.2.1 艾格

19.2.2 日播时尚

19.2.3 莫名

19.3 休闲装主要生产企业介绍

19.3.1 以纯

19.3.2 班尼路

19.3.3 真维斯

19.3.4 美特斯邦威

19.4 运动装主要生产企业介绍

19.4.1 耐克

19.4.2 阿迪达斯

19.4.3 李宁

19.4.4 安踏

第二十章 中国服装行业投资动态分析

20.1 A股及新三板上市公司在服装行业投资动态分析

20.1.1 投资项目综述

20.1.2 投资区域分布

20.1.3 投资模式分析

20.1.4 典型投资案例

20.1.5 最新投资动态

20.2 服装行业上市公司投资动态分析

20.2.1 投资规模统计

20.2.2 投资区域分布

20.2.3 投资模式分析

20.2.4 典型投资案例

20.2.5 最新投资动态

第二十一章 服装行业投资潜力分析

21.1 中国服装行业投资状况

21.1.1 行业投资规模

21.1.2 投资增速状况

21.1.3 资本并购项目

21.1.4 资本并购特点

21.2 中国服装行业投资机遇分析

21.2.1 借互联网实现弯道超车

21.2.2 资本驱动资源整合

21.2.3 主业并购延伸

21.2.4 快时尚生产方式

21.2.5 个性化定制

21.3 我国服装行业海外投资分析

21.3.1 对外投资规模

21.3.2 投资考虑因素

21.3.3 缅甸投资机会

21.3.4 越南投资机会

- 21.3.5 孟加拉投资机会
- 21.3.6 东盟投资机会
- 21.3.7 其他地区投资机会
- 21.4 纺织服装专业市场投资分析
 - 21.4.1 投资模式及其影响
 - 21.4.2 投资火热的成因
 - 21.4.3 对外投资情况
 - 21.4.4 市场投资机遇
- 21.5 中国服装产业投资壁垒分析
 - 21.5.1 资金壁垒
 - 21.5.2 技术壁垒
 - 21.5.3 政策壁垒
 - 21.5.4 品牌壁垒
 - 21.5.5 营销网络壁垒
 - 21.5.6 人才壁垒
- 21.6 中国服装产业投资建议
 - 21.6.1 行业投资导向
 - 21.6.2 市场布局策略
 - 21.6.3 品牌运营思路

第二十二章 2020-2026年服装行业发展前景分析

- 22.1 全球服装行业发展前景分析
 - 22.1.1 全球服装市场发展展望
 - 22.1.2 全球服装行业发展趋势
 - 22.1.3 亚洲区域发展前景良好
 - 22.1.4 全球服装零售业发展趋势
- 22.2 中国服装行业发展趋势及前景展望
 - 22.2.1 行业发展趋势
 - 22.2.2 细分市场趋势
 - 22.2.3 生产运营趋势
 - 22.2.4 消费市场前景
 - 22.2.5 行业未来前景
- 22.3 “十三五”中国服装行业发展分析
 - 22.3.1 发展形势
 - 22.3.2 发展方向

22.3.3 重点任务

22.4 2020-2026年中国服装行业预测分析

22.4.1 2020-2026年中国服装行业影响因素分析

22.4.2 2020-2026年中国服装行业产量规模预测

22.4.3 2020-2026年中国服装行业销售总额预测

图表目录

图表 2016-2019年全球服装零售市场规模统计及预测

图表 2019年全球纺织产品出口情况

图表 2019年全球高端品牌发展情况

图表 2019年全球快时尚品牌发展情况

图表 2019年全球运动休闲品牌发展情况

图表 全球部分中、高端知名服装品牌梳理

图表 美国服装市场发展阶段

图表 2016-2019年美国服装总体及子行业集中度变化情况

图表 2019年中国和美国服装鞋帽销售渠道结构

图表 2016-2019年日本服装及配件批发金额及同比增速

图表详见报告正文……（GY YXY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国服装市场分析报告-行业发展现状与投资前景预测》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。

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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/459361459361.html>