

2020-2026年中国休闲服市场深度分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国休闲服市场深度分析与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/184469.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

休闲服（Casual wear），是人们在闲暇生活中从事各种活动所穿的服装。与sportswear有相当大比例的重合部分，常常可以互换使用。Casual wear也与一种现代生活方式高度相关，重视生活质量，强调闲暇生活重要的价值观导致了休闲服的流行。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国休闲服市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了休闲服行业市场发展环境、休闲服整体运行态势等，接着分析了休闲服行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服市场竞争格局。随后，报告对休闲服做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲服行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服产业有个系统的了解或者想投资休闲服行业，本报告是您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：

第一章 2019年世界休闲服产业运行态势分析

第一节 2019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 2019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 2020-2026年世界休闲服产业发展前景预测分析

第二章 2019年中国休闲服行业市场运行状况分析

第一节 2019年中国休闲服所属行业发展现状分析

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 2019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 2019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 2019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 2016-2019年中国服装所属行业产量数据统计分析

第一节 2016-2019年全国服装产量数据分析

- 一、2016-2019年全国服装产量数据
- 二、2016-2019年重点省市服装产量数据

第二节 2019年全国服装产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

- 一、2019年全国服装产量数据
- 二、2019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 2016-2019年中国纺织服装所属行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2016-2019年（按季度更新）中国纺织服装行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

第二节 2016-2019年（按季度更新）中国纺织服装行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年纺织服装盈利能力预测

第三节 2016-2019年（按季度更新）中国纺织服装所属行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年纺织服装产品产销预测

第四节 2016-2019年（按季度更新）纺织服装出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

第五章 2016-2019年中国休闲服及相关产品所属行业进出口数据分析

第一节 2016-2019年中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤进出口数据统计情况

- 一、2016-2019年中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤出口统计
- 二、2016-2019年中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤进口统计
- 三、2016-2019年中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤进出口价格对比
- 四、中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国针或钩织男西服或便服套装,上衣,长短裤,马裤进出口省市分析

第二节 2016-2019年中国针或钩织女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业进出口数据情况

- 一、2016-2019年中国针或钩织女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤出口统计
- 二、2016-2019年中国针或钩织女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤进口统计
- 三、2016-2019年中国针或钩织女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤进出口价格对比
- 四、中国针或钩织女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤进出口主要来源地及出口目的地

五、中国针或钩织女西服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤进出口省市分析

第三节 2016-2019年中国男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业进出口数据统计

- 一、2016-2019年中国男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤出口统计
- 二、2016-2019年中国男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进口统计
- 三、2016-2019年中国男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口价格对比
- 四、中国男西服或便服套装、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、中国男西服或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤进出口省市分析

第四节 2016-2019年中国女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业进出口数据统计

- 一、2016-2019年中国女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤出口统计
- 二、2016-2019年中国女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤进口统计
- 三、2016-2019年中国女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤进出口价格对比
- 四、中国女西服或便服套装,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、中国女西服或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤进出口省市分析

第六章 2019年中国休闲服消费市场分析

第一节 2019年休闲服消费者市场细分

- 一、2019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 2019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 2019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 2019年中国休闲服销售及营销分析

第一节 2019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 2019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 2019年中国休闲服行业市场竞争格局分析

第一节 2019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 2019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 2019年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第十章 2019年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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第二节 浙江高邦服饰集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第三节 太子龙控股集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节 浙江乔治白服饰股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 江苏喜登博服饰有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 惠来县源瀚制衣有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 江西宏福服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 沈阳黎明安娜服装有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节 天津天石休闲用品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节 晋江市亨佳斯服饰发展有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一章 2019年中国休闲服行业投资环境分析

第一节 2019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 2020-2026年中国休闲服行业投资机会与风险分析

第一节 2020-2026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 2020-2026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 研究中心建议

第十三章 2020-2026年中国休闲服行业发展趋势分析

第一节 2020-2026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、贸易战对休闲服的影响分析

第二节 2020-2026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 2020-2026年中国休闲服市场盈利预测分析

第十四章 2020-2026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：部分

图表 2016-2019年重点省市服装产量数据

图表 2019年全国服装产量数据

图表 2019年重点省市服装产量数据

图表 全国服装产量增长性分析

图表 2016-2019年中国纺织服装行业企业数量增长趋势图

图表 2016-2019年中国纺织服装行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2016-2019年中国纺织服装行业总体销售额增长趋势图

图表 2016-2019年中国纺织服装行业总体利润总额增长

图表 2016-2019年中国纺织服装行业总体从业人数分析

图表 2016-2019年中国纺织服装行业投资资产增长性分析

图表 2019年中国各省市纺织服装行业企业数量统计表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/184469.html>