2022-2028年中国服装行业
前景展望与发展前景预测报告

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

《2022-2028年中国服装行业前景展望与发展前景预测报告》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/202203/276432.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

服装，是衣服鞋包及装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为:缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。

服装在人类社会发展的早期就已出现，当时古人将一些材料做成粗陋的“衣服”，穿在身上。人类最初的衣服多用兽皮，而裹身的最早“织物”是用麻和草等纤维制成。对社会来说，服装已经是遮体、装饰的生活必需品，不仅仅为穿，还是一个身份、一种生活态度、一个展示个人魅力的表现。

阿里平台女装品类中：优衣库继续蝉联女装品牌销售额冠军，优衣库天猫旗舰店在双11开售16分钟后GMV突破5亿，本次双11也是优衣库史上最快突破10亿销售额的一年，其中优衣库O2O店铺销售额同比2018年增长数倍以上；另外波司登表现亮眼，在女装榜单中位列第二，相比2018年双11提升2名。女装品类2019年双11各品牌排名及变化（按销售额）

[女装品类]2019年双十一各品牌排名及变化

排名

2018年

2019年

1

优衣库

优衣库

2

ONLY

波司登

3

VeroModa

ONLY

4

波司登

VeroModa

5

伊芙丽

JupeVendue

6

韩都衣舍

伊芙丽

7

乐町

太平鸟

8

太平鸟

Chinstudio

9

TeenieWeenie

乐町

10

Zara

韩都衣舍 数据来源：公共资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国服装行业前景展望与发展前景预测报告》共二十二章。首先介绍了服装行业市场发展环境、服装整体运行态势等，接着分析了服装行业市场运行的现状，然后介绍了服装市场竞争格局。随后，报告对服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装行业发展趋势与投资预测。您若想对服装产业有个系统的了解或者想投资服装行业，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 服装所属行业发展情况分析

第一章 我国服装行业发展现状分析

第一节 我国服装行业分类和特点

一、我国服装行业的分类情况

二、我国服装行业的特点39

第二节 我国服装业发展概况

一、近年服装业快速发展
二、服装企业中民营企业是主体
三、我国服装业将进入海外扩张时代
四、中国服装产业发展的第二次浪潮
五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征
第三节 2019年我国服装业发展情况分析
一、2019年中国服装行业运行质量分析
二、2019年中国服装行业发展环境分析
三、2019年中国服装行业内需市场分析
四、2019年中国服装行业出口市场分析
五、2019年中国服装产业全年大记事
第四节 2015中国服装行业发展趋势分析预测
一、国际市场保持稳定，中国产业在竞争中调整结构
二、内需平稳快速增长，“品牌战略”引领航程
三、资源供需矛盾更为突出，产业调整转型升级加速

第二章 2019年中国服装业运行情况分析
第一节 “十二五”纺织服装行业运行情况回顾
一、行业发展总体保持较快增长
二、投资区域结构调整步伐持续加快
三、内需市场对行业支撑作用明显增强
四、国际竞争力继续提升，出口结构持续优化
五、经济运行效益和质量进一步提升
六、产业结构调整取得明显成效
七、技术进步与劳动生产率进一步提升
第二节 2019年我国服装所属行业经济运行情况分析
一、2019年我国服装行业总体情况
二、2019年我国服装行业投资情况
三、2019年我国服装行业出口情况
四、2019年我国服装行业内需情况
第三节 2019年我国服装所属行业经济运行特点分析
一、产业转型升级由被动走向自觉

二、劳动力短缺加速产业区域结构调整
三、集约化发展下资源整合、资本运作、国际合作皆为要点
四、品牌推进更上一层楼，品牌生态见雏形

第三章 2015-2019年中国纺织服装制造业所属行业经济运行数据分析
第一节 2015-2019年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标
一、2018年全国纺织服装制造业主要经济指标
二、2019年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标
第二节 2015-2019年全国部分服装产品所属行业生产情况
一、2015-2019年服装生产情况分析
二、2015-2019年全国针织服装产品产量统计数据
三、2015-2019年全国皮革服装产品产量统计数据
四、2015-2019年全国梭织服装产品产量统计数据
五、2015-2019年全国羽绒服产品产量统计数据
六、2015-2019年全国衬衫产品产量统计数据
第三节 2015-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属行业产销数据分析
一、2018年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析
第四节 2015-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属行业资产负债分析
一、2018年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析
第五节 2015-2019年全国及中国各省市纺织服装制造业所属行业规模分析
一、2018年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析
第六节 2015-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属所属行业盈利能力分析
一、2018年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析

第四章 2019年中国纺织服装业发展情况预测
第一节 2019年中国纺织服装业发展环境分析
第二节 2019年中国纺织服装业发展情况预测
一、服装消费需求推动产业创新

二、服装内需将继续成行业发展强大驱动力
三、2019年中国纺织服装业面临产业升级
四、2019年中国纺织服装业应积极转型

第五章 主要细分产品市场分析
第一节 女装
一、中国女装行业现状分析
二、女装品牌诸侯争霸 同质化成女装发展瓶颈
三、中国女装：“三多三少”现状之浅析
四、女装消费主体分析
五、中国女装品牌竞争进入“细分时代”
六、我国成熟女性服装市场发展现状分析
七、2019年中国女装发展情况分析
八、2019年中国女装发展态势预测
十、中国女装消费市场的发展潜力及趋势
十一、女装消费趋势及企业策略
第二节 男装
一、我国男装产业状况分析
二、男装产业集群的分布
三、我国男装市场竞争现状
四、男装品牌发展新模式：零售商品牌
五、2019年中国十大男装
六、2019年中国男装发展态势预测
第三节 童装
一、2019年童装产业运行基本概况
二、深度剖析童装战略营销模式
三、儿童服装标准更新2013年月日起正式实施
四、2019年童装市场发展趋势展望
五、2019年中国童装发展态势预测
六、时尚类童装品牌市场空间渐大
第四节 内衣
一、中国内衣行业市场分析

二、中国内衣市场品牌竞争格局

三、都市女性内衣趋于高档

四、我国内衣行业存在的问题

五、2019年内衣市场的新亮点

六、2019年内衣市场发展趋势展望

七、完善功能性修正型内衣国内市场前景广阔

第五节 运动服装

冬奥会的日益临近使得人们对于运动的关注不断升温。各大运动品牌未来将借力奥运带来的流量，加大宣传力度，提升品牌曝光度，塑造品牌形象。此外，申请冬奥成功以来，国务院、国家体育总局等颁布了多项政策支持我国体育产业的发展，并提出了阶段性的发展目标，2018 年我国体育产业总规模为 2.66 万亿元，同比增长 20.91%，按照发展规划估计 2025 年中国体育产业总规模将达到 5 万亿元，19～25 年复合增速预计为 9.43%。疫情结束后人们对于强身健体的需求叠加奥运盛会的临近，运动行业有望蓬勃发展。2015-2022年中国运动服饰行业规模及预测数据来源：公开资料整理

一、我国运动服装市场现状与对策研究

二、我国首个运动服装标准助力产业整合

三、2019年运动服前十位品牌市场占有率

四、运动服装市场商机无限

第六节 羽绒服装

一、中国羽绒服产业大势分析

二、我国羽绒服装质量检验标准与国外差距分析

三、2019年羽绒服装全国及各省市产量

四、透视中国羽绒服行业

五、2019年我国羽绒服企业发展策略

第七节 休闲服装

一、闽派服装领跑休闲服装产业

二、休闲服装进入卖场竞争阶段

三、休闲裤地方标准出台

四、外资品牌加速扩张 中国休闲服装求解产业升级路径

五、我未来十年国休闲服装产业发展趋势解析

第八节 职业装

一、我国职业装市场分析

二、中国职业装行业在变化中求创新求发展
三、品牌化是职业装的发展趋势
四、2019年衬衫全国及各省市产量215

第二部分 服装所属行业进出口分析
第六章 全球服装市场分析及出口贸易概况
第一节 2019年全球服装市场分析及预测
一、全球服装品牌设计及供应链趋势
二、看世界服装行业发展之六大趋势
三、纺织预测：全球纺织贸易新兴趋势
第二节 2019年全球纺织服装业面临转折

第七章 中国服装业所属行业进出口分析
第一节 2019年全国纺织品服装进出口概况
第二节 2019年纺织服装出口情况分析
一、2019年我国纺织服装出口的主要特点
二、2019年我国纺织服装行业出口显著增长的主要原因
三、当前我国纺织服装出口面临的主要问题
四、2019年纺织品服装出口情况
第三节 2019年全国纺织品服装出口市场特征分析
一、一般贸易出口增长迅速，占比提升
二、对主要市场出口全面增长，市场份额持续攀升
三、全国三分之二的企业出口实现增长，民营企业最具活力
四、纺织品出口增速超过服装，出口商品价格整体上涨
五、全国各省市出口均现增长，中、西部省市反弹更为迅速
六、主要商品出口量价齐升
第四节 2019年我国纺织服装出口预测

第八章 2019年纺织服装所属行业进出口市场统计数据
第一节 2019年我国服装出口统计数据
一、2019年服装全国出口统计数据
二、2019年服装广东省出口统计数据

三、2019年服装上海市出口统计数据
四、2019年服装江苏省出口统计数据
五、2019年服装浙江省出口统计数据
六、2019年服装福建省出口统计数据
七、2019年服装山东省出口统计数据
第二节 2019年我国服装进口统计数据
一、2019年服装全国进口统计数据
二、2019年服装广东省进口统计数据
三、2019年服装上海市进口统计数据
四、2019年服装江苏省进口统计数据
五、2019年服装浙江省进口统计数据
六、2019年服装福建省进口统计数据
七、2019年服装山东省进口统计数据

第九章 我国服装主要出口市场分析
第一节 欧盟服装市场及我国出口情况分析
一、欧盟国家服装零售业正向国际化和集中化发展
二、欧盟取消纺织品进口配额检验
三、欧盟委员会针对纺织服装标签达成协议
第二节 美国服装市场及我国出口情况分析
一、2019年美国从中国进口服装情况
二、我出口美国纺织品服装主要类别2
三、中国服装业进入美国市场策略
第三节 意大利服装市场及我国出口情况分析
一、意大利纺织服装工业产业链简析及主要特征
二、2019年意大利纺织时尚业面临形势严峻
三、意大利两部门联手 推动纺织行业出口
四、意大利纺织企业要求对中国纺织品实行更严格监控
五、中国进口.亿美元意大利服装
第四节 德国服装市场及我国出口情况分析
一、德国纺织服装业状况
二、德国充满纺织服装贸易空间和合作机会

三、德国与香港在斯里兰卡合资建服装出口工厂
第五节 法国服装市场及我国出口情况分析
一、法国服装工业及贸易消费现状
二、法国女性花费在贴身内衣方面的服装预算
三、华人在法国投资纺织品服装业前景分析
四、法国服装市场进入网上销售时代
五、2019年中国服装对法国出口分析
第六节 俄罗斯服装市场及我国出口情况分析
一、法国鼓励国内服装企业积极出口俄罗斯
二、俄罗斯纺织服装市场极具开发潜力
三、俄罗斯是中国的第五大服装出口市场
第七节 日本服装市场及我国出口情况分析
一、日本人对中国制造服装满意度调查
二、日本经济产业省提出纺织服装产业战略目标
三、2019年中国服装出口日本统计数据273
第八节 香港服装市场及我国出口情况分析
一、香港纺织服装行业生产及消费概况
二、回归十年 香港纺织服装贸易稳步增长
三、2019年香港成全球第三大纺织品出口地
第九节 中国成为阿根廷第一大服装进口来源国
第十节 非洲各国纺织服装发展现状及我国出口机遇
一、全球化浪潮洗礼非洲服装产业
二、南非
三、埃及
四、肯尼亚
五、莱索托
六、突尼斯
七、投资非洲服装业机会分析

第十章 我国服装出口主要竞争对手分析
第一节 印度服装市场分析
一、印度服装业发展概况

二、印度服装业与中国出口竞争力、结构的对比
三、2019年印度2%重点市场计划有助于稳定服装出口
四、2019年月份印度的服装出口情况
第二节 巴西服装市场分析
一、巴西纺织服装业向世界进军
二、巴西纺织和服装工业准备在世界市场发挥重要作用
三、巴西纺织服装企业将阿联酋作为出口市场
第三节 泰国服装市场分析
二、2019年泰国服装出口预测
二、2019年泰国服装制造商因劳动成本高而向海外转移
第四节 越南服装市场分析
一、越南准备成为世界五大服装出口国
二、2019年越南纺织服装出口情况分析
三、2019年越南纺织服装出口预计
第五节 韩国服装市场分析
一、韩国纺织服装业的现状
二、韩国纺织服装业的竞争优势
三、韩国纺织服装业竞争力的SWOT分析
四、韩国服装品牌进入全球服装市场及其策略
第六节 土耳其服装市场分析
一、土耳其的纺织服装工业
二、土耳其在全球纺织服装市场中的位置

第十一章 我国纺织品服装出口对策
第一节 2019年中国纺织服装类产品贸易保护状况回顾
一、2019年政策性贸易保护壁垒高筑
二、技术性贸易保护壁垒成为主体
三、积极应对提高行业企业话语权
第二节 入世十周年 纺织服装业贸易摩擦不断升温
一、我国纺织出口快速增长
二、对华贸易保护渐成常态
三、加强应对保护意识是关键

第三节 2019年后我国纺织贸易面临的风险和对策分析
一、基本情况
二、我国纺织服装出口面临的国际环境更加严峻
三、中欧协议到期后，中欧爆发大规模贸易摩擦的风险依然存在
四、中美协议到期后，中美爆发贸易摩擦的不确定性增加
五、纺织服装出口面临长期地不断增多的反倾销调查
六、积极的出口管理是规避贸易风险的必要措施
七、出口配额管理目的性和针对性强，效果明显
八、其它形式的非配额出口管理在短期内作用有限
九、实现纺织服装出口贸易转型需要综合的配套政策
十、应充分认识近期中国纺织服装企业“走出去”的风险
第四节 2019年我国纺织品服装出口增长预测
第五节 我国纺织服装产品出口绿色壁垒的新趋势与对策
一、纺织服装行业绿色壁垒的新趋势与中国企业的状态
二、针对纺织服装绿色壁垒的对策研究

第三部分 服装产业集群及主要省市发展情况分析
第十二章 服装产业集群与企业西迁情况
第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析
一、产业集群概述
二、中国服装产业集聚模式
三、我国纺织产业集群崛起“中部军团”
四、服装业集群应以市场配置为导向
第二节 东部沿海纺织服装企业西迁分布
一、东部沿海纺织服装西迁现状
二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性
三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果分析
四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况
五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路
六、结语

第十三章 主要生产省市发展情况

第一节 江苏省
一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列
二、“十三五”江苏服装产业发展回顾
三、江苏纺织服装业国际竞争力的探讨
四、“十三五”期间江苏省服装行业发展战略
五、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势
第二节 浙江省
一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势
二、2019年浙江省纺织服装出口情况分析
三、纺织服装产业创意基地落户浙江
四、温州本土服装品牌积极开拓全国市场
五、温州服装行业结构调整方向及对策
六、“十三五”期间浙江省服装行业发展战略
第三节 广东省
一、广东服装业市场运行情况分析
二、广东服装出口情况分析
三、深圳服装业实现产值2000多亿元
四、 “十三五”广东服装业：产业集群双转移
五、2019年广东服装行业面临洗牌格局
第四节 上海市
一、上海市服装市场特点
二、上海市服装市场品牌特征
三、2019年上海百货店服装类商品销售情况
四、2019年四季度上海纺织服装出口稳步增长
第五节 福建省
一、2019年福建省纺织服装出口快速增长
二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起
三、2019年石狮纺织服装产业高速增长
第六节 湖南省服装产业发展情况分析
一、“十三五”湖南服装产业发展回顾
二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级
第七节 其他省市

一、2019年河北纺织行业保持较快增长
二、2019年山东纺织服装出口创汇同比增长情况
三、“十三五”山东服装发展规划

第四部分 服装市场营销分析
第十四章 消费者及需求分析
第一节 消费者及影响服装需求因素分析
一、消费者群体规模简要分析
二、2019年中国各省区城镇人均收入情况
三、2019年居民消费价格总水平环比升情况
四、2019年内地中产消费者消费特征分析
四、消费升级对中国纺织服装行业的影响
五、2019年服装消费越来越重视品牌和个性
第二节 影响服装需求的因素分析
一、社会文化
二、流行趋势
三、服装的基本功能与特征
四、商品名称
五、商标
六、商品价格
七、商品广告
八、消费者收入

第十五章 服装销售渠道与营销策略分析
第一节 2019年我国服装商业发展概况
一、2019年的服装商业零售市场分析
二、2019年的服装商业销售新趋势
第二节 中国服装销售渠道分析
一、我国服装销售渠道的模式
二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
三、服装产业渠道销售之痛
四、中国服装产业销售渠道发展策略

五、2019年服装流通渠道分析
第三节 服装批发市场分析
一、服装批发市场的发展特征
二、服装批发市场的三大类型
三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
四、中国大中型服装批发市场一览
第四节 中国服装企业市场营销策略综述分析
一、生活水平与服装观念
二、实际消费需求的产生
三、服装流行的特点
四、服装流行的基本规律
五、服装流行的基本法则
六、服装流行花期
七、服装六大属性
八、服装二大族类
九、女性顾客三大族
十、服装购买三步曲
十一、服装购买的特点
第五节 服装企业的定制营销
一、建立数据库掌握顾客需求
二、用柔性制造提速定制服务
三、敏捷供应链为定制护航
四、用网络提供互动平台

第十六章 中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析
第一节 中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析
一、中国纺织服装专业市场现状
二、2019《纺织服装专业市场建设及管理技术规范》发布
三、纺织服装专业市场：升级换代 自主创新
四、2019纺织服装专业市场交易分析
第二节 2019国纺织服装行业年度十大专业市场
一、中国轻纺城

二、中国东方丝绸市场
三、常熟天虹服装城
四、常熟服装城
五、上海世贸商城
六、芦淞服饰城
七、华南城
八、北京大红门服装商贸城
九、中纺中心服装城
十、广州白马服装市场

第五部分 服装行业竞争格局分析
第十七章 服装行业竞争情况分析
第一节 2019年服装行业竞争情况分析
一、2019年服装行业竞争升级
二、2019年国内市场全面竞争时代的来临
三、2019年国内外服装品牌商业竞争全面展开
四、2019年中国服装品牌的集体竞争更高段位 供应链的竞争
五、2019年度中国服装行业竞争力前十强
六、中国服装行业从成本竞争走向价值竞争
七、2019年台湾纺织服装将全面进军中国大陆
八、“十三五”期间服装企业应全面提升竞争实力
第二节 2019年服装行业全国百强企业名单
一、2019度服装业产品销售收入百强企业名单
二、2019度服装行业利润总额百强企业名单
三、2019度服装行业销售利润率百强企业名单
第三节 2019纺织服装行业竞争力发展状况

第十八章 服装业领先企业分析
第一节 雅戈尔集团股份有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略

第二节 红豆集团有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第三节 海澜集团公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第四节 波司登股份有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第五节 杉杉投资控股有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第六节 青岛即发集团控股公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第七节 庄吉集团
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第八节 富可达控股股份有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略
第九节 罗蒙集团股份有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略

第十节 美特斯邦威集团有限公司
一、企业基本概况
二、企业经营情况分析
三、公司发展展望与策略

第六部分 服装行业趋势及战略分析
第十九章 2022-2028年服装行业发展趋势分析
第一节 2022-2028年服装业发展主要趋势
一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈
二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变
三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免
四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新
五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者
六、产业供应链发展趋势条件更加成熟
七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势
八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代
九、企业战略发展和现代管理发展趋势
第二节 2022-2028年中国服装产业机遇与挑战
一、服装产业面临的机遇
二、服装产业面临的挑战
三、中国服装业发展的困惑
四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮
第三节 2022-2028年中国服装行业发展指南
一、“十三五”服装行业面临的环境
二、“十三五”中国服装行业科技发展指南
三、“十三五”服装行业发展重点
四、12省区将纺织服装列为“十三五”发展重点
五、我国纺织工业“十三五”规划将于近期发布

第二十章 2022-2028年服装行业发展策略分析
第一节 中国服装品牌发展现状
一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年

二、中国服装品牌生命周期
三、国际品牌淹没中国品牌
四、我国出口服装自主品牌仅占一成
五、“十三五”中国服装品牌发展目标
第二节 本土服装品牌“洋化”现象原因及利弊分析
一、洋化现象原因分析
二、洋化现象利弊分析
第三节 中国服装品牌发展战略
一、中国服装必须走品牌创新之路
二、服装品牌的精神
三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解
四、中国服装品牌发展应从细微处做起
五、应对国际服装品牌的战略
第四节 服装企业品牌定位策略
一、品牌的产品属性定位
二、品牌的名称设置
三、品牌的消费群体定位
四、消费群体的购买习惯定位
五、消费群体的文化层次定位
六、品牌的风格及文化定位
七、品牌的营销定位
八、在品牌的定位过程中应注意的问题

第二十一章 2022-2028年中国服装业的品牌战略分析
第一节 服装业投资特性分析
一、2019年服装行业景气度分析
二、2019年服装行业赢利能力分析
三、服装行业进入壁垒和退出机制分析
四、中国服装出口的主要贸易壁垒
五、服装业的主要风险
六、十三五期间纺织服装业投资情况分析
七、当前服装业投资的判断和预测

第二节 服装行业投资前景分析
一、服装行业投资前景分析
二、防静电服装市场前景看好
三、针织服装发展新趋势分析
四、智能服装的时尚化通道
五、童装市场巨大将成投资热门
六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势

第二十二章 2022-2028年中国纺织服装企业投资海外策略及建议()
第一节 中国纺织服装企业投资海外策略
一、成本高企压力增大
二、海外投资另辟蹊径
三、配套缺陷阻碍发展
四、全盘考虑转换思维
五、国际营销战略需调整
第二节 纺织服装业投资东盟的原因及经济效应分析
一、中国对东盟纺织服装业投资的原因分析
二、我国纺织服装业投资东盟的经济效应分析
三、我国纺织服装企业投资东盟时应该注意的几个问题
四、浙江纺织服装企业投资东盟的SWOT分析
（一）投资东盟的利益
（二）SWOT分析
（三）对策建议
第三节 突、中纺织服装业的现状及中国纺织服装业投资突尼斯的可能性
一、突尼斯纺织服装业在国民经济中的地位
二、2019年突尼斯纺织服装业进出口情况
三、2019年突尼斯纺织服装行业出口增长情况
四、中国纺织服装出口经营现状与前景
五、突尼斯的投资环境
六、我纺织服装业对突投资应注意的几个问题
第四节 中国企业投资孟加拉国纺织服装业的优势分析
一、孟加拉国纺织服装业现状

二、孟加拉国纺织服装业发展趋势
三、孟政府对纺织服装业及吸引外商直接投资的重视
四、孟成衣从出口目的国所享受的独特待遇及我纺织服装业受困后他们得到的好处
五、孟纺织设备及纱线、布匹的大额缺口给我企业带来的机遇
六、我国劳动力市场的困境及孟加拉劳动力市场的优势分析
七、我国 “走出去”政策激励我企业赴海外投资办厂861(ZYGXH)

图表目录：

图表 1 限额以上企业服服饰类零售额累计同比增速
图表 2 “互联网+”的六大特征
图表 3 “互联网+”的商业模式
图表 4 服装及衣着附件出口金额（月）
图表 5 纺织制品出口金额（月）
图表 6 限额以上企业的零售总额和服装销售情况
图表 7 全国百家大型零售企业零售情况低位徘徊
图表 8 50家重点零售企业的5月数据由负转正
图表 9 2015-2019年我国纺织服装制造行业销售收入
图表 10 2015-2019年我国纺织服装制造行业利润总额
图表 11 2019年全国服装产量分省市统计表
图表 12 2019年全国针织服装产量分省市统计表
图表 13 2019年全国皮革服装产量分省市统计表
图表 14 2019年全国梭织服装产量分省市统计表
图表 15 2019年全国羽绒服产量分省市统计表
图表 16 2019年全国衬衫产量分省市统计表
图表 17 2015-2019年我国纺织服装制造行业产成品
图表 18 2018年全国纺织服装制造行业不同地区产成品
图表 19 2019年全国纺织服装制造行业不同地区产成品
图表 20 2018年全国纺织服装制造行业不同地区负债合计
图表 21 2015-2019年我国纺织服装制造行业资产负债
图表 22 2019年全国纺织服装制造行业不同地区负债合计
图表 23 2015-2019年我国纺织服装制造行业资产合计
图表 24 2018年全国纺织服装制造行业不同地区资产合计

图表 25 2019年全国纺织服装制造行业不同地区资产合计
图表 26 2015-2019年我国纺织服装制造行业利润总额
图表 27 2018年全国纺织服装制造行业不同地区利润总额
图表 28 2019年全国纺织服装制造行业不同地区利润总额
图表 29 女装消费者年龄划分
图表 30 女装消费者消费档次划分
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202203/276432.html