

2022-2028年中国休闲服产业 发展现状与投资战略报告

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年中国休闲服产业发展现状与投资战略报告》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/202202/266994.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。

90年代中国大陆地区休闲时尚品牌较少，比如男装的主流服饰为商务正装，年轻消费者的需求得不到满足，以班尼路、佐丹奴、堡狮龙为代表的港资休闲服品牌进军内地市场，填补了休闲时尚服装的空白，获得了快速的发展，成为最早的中国休闲时尚服饰巨头。港资休闲服品牌中，打头阵的是佐丹奴。香港品牌佐丹奴创立于1981年，1992年开始该品牌进入中国内地市场，并且开创了中国休闲服零售连锁的先河，开拓了中国休闲服市场的发展。从1992年至2000年，佐丹奴品牌在中国大陆地区店铺数量从3家发展到了357家，平均每年开店数量达44家，且大部分的店铺都是经销加盟店，1999年直营店仅10家，到了2000年直营店也不过30家，占比不到10%。虽然佐丹奴进入中国内地最早，但是港资休闲服中知名度最高、发展最好的品牌是班尼路。班尼路原本是一个创立于1981年的意大利品牌，1996年香港德永佳集团收购班尼路及其商标，并将其进行重新包装，创立了班尼路集团有限公司及BANLENO（班尼路）休闲服饰品牌。虽然较先锋品牌佐丹奴进入中国内地市场更晚，但是班尼路的发展速度超越了佐丹奴，成为中国内地知名度最高的香港休闲服品牌。班尼路品牌之所以成功，主要有四个方面的原因。第一，产品品质佳。背靠生产、销售针织色纱及针织布起家的德永佳集团，班尼路品牌产品质量得以保证，生产成得以降低。第二，品牌定位清晰。定位18-40岁年轻客群的大众时尚休闲服饰，满足当时相对空白的服饰领域，旗下品牌组合有班尼路、生活几何（S&K）、互动地带（I.P.ZONE）、衣本色（ebase）等六大品牌。第三，品牌营销强。通过邀请明星代言获取品牌知名度，代言明星从刘德华、王菲、张曼玉到F4等，都是家喻户晓的明星。第四，渠道扩张迅速。班尼路在内地经营采用两种方式：一是与当地国营商业企业合作成立合营公司，二是用特许经营的方式发展加盟连锁店。通过合营公司和特许经营的方式能够减少班尼路扩张成本，加快了扩张速度，并且当地公司更熟悉本地政策和市场，班尼路在不同区域有不同的合作对象，在广州与友谊合作，在重庆与大生合作，在北京与兴宇合作，在上海与海文合作。快速的渠道扩张使得班尼路迅速占领了核心城市的核心商圈，抢在其他品牌发展之前获取了先发的渠道优势。从90年代开始，香港休闲服饰品牌在中国内地取得了迅速的发展，除了前面提到的佐丹奴和班尼路，真维斯品牌和堡狮龙品牌也乘着休闲服饰行业在中国内地的崛起而得到了快速的发展。繁荣的景象一直持续到了2011年到2012年，当时班尼路品牌在中国内地店铺数量已经高达4044家，销售收入达58.11亿港元，真维斯、佐丹奴和堡狮龙在中国内地店铺数量分别为2796、1372家和771家，销售收入

分别为20.31亿港元、20.29亿港元和6.56亿港元。香港休闲服品牌基本情况 - - - - 巅峰时期中国大陆地区销售情况 2018年中国大陆地区销售情况 - 成立时间 上市时间 年份 门店数量 销售额（亿港元） 门店数量 销售额（亿港元） 班尼路 1981年 1996年（注1） 2012年 4044 58.11 2183 27.67 真维斯 1972年 1996年（注2） 2011年 2796 47.3 1212 20.31 佐丹奴 1981年 1991年 2011年 1372 20.29 937 12.93 堡狮龙 1987年 1993年 2011年 771 6.56 164 3.41

中企顾问网发布的《2022-2028年中国休闲服产业发展现状与投资战略报告》共十三章。首先介绍了中国休闲服行业市场发展环境、休闲服整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国休闲服行业，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 全球休闲服行业发展分析第一节 全球休闲服行业发展轨迹综述一、全球休闲服行业发展面临的问题二、全球休闲服行业技术发展现状及趋势第二节 全球休闲服行业市场情况一、2019年全球休闲服产业发展分析二、2019年全球休闲服行业研发动态三、2019年全球休闲服行业挑战与机会第三节 部分国家地区休闲服行业发展状况一、2015-2019年美国休闲服行业发展分析二、2015-2019年欧洲休闲服行业发展分析三、2015-2019年日本休闲服行业发展分析四、2015-2019年韩国休闲服行业发展分析 第二章 我国休闲服所属行业发展现状各品牌价格带情况（单位：元） - T恤 连衣裙 外套 牛仔裤 休闲裤 MJstyle 29-199 45-359 69-539 59-399 39-299 优衣库 19-199 19-499 99-1299 59-299 59-499 Zara 49-259 69-999 69-1499 59-499 39-499 H&M 15-499 30-1290 20-1790 40-449 25-1490 第一节 中国休闲服行业发展概述一、中国休闲服行业发展面临问题二、中国休闲服行业技术发展现状及趋势第二节 我国休闲服行业发展状况一、2018年中国休闲服行业发展回顾二、2019年我国休闲服市场发展分析第三节 2015-2019年中国休闲服行业供需分析第四节 2019年休闲服行业产量分析一、2019年我国休闲服产量分析二、2022-2028年我国休闲服产量预测 第三章 中国休闲服行业区域市场分析第一节 2019年华北地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测第二节 2019年东北地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测第三节 2019年华东地区休闲服行业分析一

、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第四节 2019年华南地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第五节 2019年华中地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第六节 2019年西南地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第七章 2019年西北地区休闲服行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第四章 休闲服行业投资与发展前景分析第一节 2019年休闲服行业投资情况分析一、2015年总体投资结构二、2019年投资规模情况三、2019年投资增速情况四、2019年分地区投资分析

第二节 休闲服行业投资机会分析一、休闲服投资项目分析二、可以投资的休闲服模式三、2019年休闲服投资机会四、2019年休闲服投资新方向

第三节 休闲服行业发展前景分析一、2019年休闲服市场面临的发展商机二、2022-2028年休闲服市场的发展前景分析

第五章 休闲服行业竞争格局分析第一节 休闲服行业集中度分析一、休闲服市场集中度分析二、休闲服企业集中度分析三、休闲服区域集中度分析

第二节 休闲服行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 休闲服行业竞争格局分析一、2019年休闲服行业竞争分析二、2019年中外休闲服产品竞争分析三、2015-2019年我国休闲服市场竞争分析五、2022-2028年国内主要休闲服企业动向

第六章 2015-2019年中国休闲服行业发展形势分析第一节 休闲服行业发展概况一、休闲服行业发展特点分析二、休闲服行业投资现状分析三、休闲服行业总产值分析四、休闲服行业技术发展分析

第二节 2015-2019年休闲服行业市场情况分析一、休闲服行业市场发展分析二、休闲服市场存在的问题三、休闲服市场规模分析

第三节 2015-2019年休闲服产销状况分析一、休闲服产量分析二、休闲服产能分析三、休闲服市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测一、产品发展新动态二、技术新动态三、产品发展趋势预测

第七章 中国休闲服所属行业整体运行指标分析第一节 2019年中国休闲服所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业生产规模分析

第二节 2019年中国休闲服所属行业产销分析一、行业产成品情况总体分析二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2015年中国休闲服所属行业财务指标总体分析一、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

第四节 所属行业产销运存分

析一、2015-2019年休闲服所属行业产销情况二、2015-2019年休闲服所属行业库存情况三、2015-2019年休闲服所属行业资金周转情况第五节 所属行业盈利水平分析一、2015-2019年休闲服所属行业价格走势二、2015-2019年休闲服所属行业营业收入情况三、2015-2019年休闲服所属行业毛利率情况四、2015-2019年休闲服所属行业赢利能力五、2015-2019年休闲服所属行业赢利水平六、2022-2028年休闲服所属行业赢利预测 第八章 休闲服所属行业盈利能力分析第一节 2015年中国休闲服所属行业利润总额分析一、利润总额分析二、不同规模企业利润总额比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析第二节 2019年中国休闲服所属行业销售利润率一、销售利润率分析二、不同规模企业销售利润率比较分析三、不同所有制企业销售利润率比较分析第三节 2015年中国休闲服所属行业总资产利润率分析一、总资产利润率分析二、不同规模企业总资产利润率比较分析三、不同所有制企业总资产利润率比较分析第四节 2019年中国休闲服所属行业产值利税率分析一、产值利税率分析二、不同规模企业产值利税率比较分析三、不同所有制企业产值利税率比较分析 第九章 休闲服重点企业发展分析第一节 浙江森马服饰股份有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第二节 迅销(中国)商贸有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第三节 海澜之家股份有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第四节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第五节 福建七匹狼实业股份有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第六节 宁波博洋服饰集团有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第七节 宁波中哲慕尚控股有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第八节 绫致时装(天津)有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第九节 太平鸟集团有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析第十节 马克华菲(上海)商业有限公司一、企业产销规模分析二、产品分析三、企业经营分析四、市场营销分析五、企业优势分析六、趋势及革新能力分析 第十章 休闲服行业投资策略分析第一节 行业发展特征一、行业的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式第二节 行业投资形势分析一、行业发展格局二、行业进入壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节 2019年休闲服行业投资效益分析第四节 2019年休闲服行业投资策略研究 第十一章 2022-2028

年休闲服行业投资风险预警第一节 影响休闲服行业发展的主要因素一、2019年影响休闲服行业运行的有利因素二、2019年影响休闲服行业运行的稳定因素三、2019年影响休闲服行业运行的不利因素四、2019年我国休闲服行业发展面临的挑战五、2019年我国休闲服行业发展面临的机遇第二节 休闲服行业投资风险预警一、2022-2028年休闲服行业市场风险预测二、2022-2028年休闲服行业政策风险预测三、2022-2028年休闲服行业经营风险预测四、2022-2028年休闲服行业技术风险预测五、2022-2028年休闲服行业竞争风险预测六、2022-2028年休闲服行业其他风险预测 第十二章 2022-2028年休闲服行业发展趋势分析第一节 2022-2028年中国休闲服市场趋势分析一、2022-2028年我国休闲服市场趋势总结二、2022-2028年我国休闲服发展趋势分析第二节 2022-2028年休闲服产品发展趋势分析一、2022-2028年休闲服产品技术趋势分析二、2022-2028年休闲服产品价格趋势分析第三节 2022-2028年中国休闲服行业供需预测一、2022-2028年中国休闲服供给预测二、2022-2028年中国休闲服需求预测第四节 2022-2028年休闲服行业规划建议 第十三章 休闲服企业管理策略建议（一）第一节 市场策略分析一、休闲服价格策略分析二、休闲服渠道策略分析第二节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第三节 提高休闲服企业竞争力的策略一、提高中国休闲服企业核心竞争力的对策二、休闲服企业提升竞争力的主要方向三、影响休闲服企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高休闲服企业竞争力的策略第四节 对我国休闲服品牌的战略思考一、休闲服实施品牌战略的意义二、休闲服企业品牌的现状分析三、我国休闲服企业的品牌战略四、休闲服品牌战略管理的策略（一）图表目录：图表：2015-2019年休闲服产量分析图表：2015-2019年休闲服产能分析图表：2015-2019年休闲服市场需求分析图表：2015年中国休闲服业总体规模企业数量结构图表：2015-2019年休闲服行业盈利能力分析图表：2015-2019年休闲服行业销售及利润分析图表：2015-2019年休闲服行业资产分析图表：2015-2019年休闲服行业负债分析图表：2015-2019年休闲服行业偿债能力分析图表：2015-2019年休闲服行业成本费用利润率分析图表：2015-2019年休闲服行业销售成本分析图表：2015-2019年休闲服行业销售费用分析图表：2015-2019年休闲服行业管理费用分析图表：2015-2019年休闲服行业财务费用分析图表：2015-2019年休闲服行业营运能力分析图表：2015-2019年休闲服行业发展能力分析图表：2015-2019年休闲服行业价格走势图表：2015-2019年休闲服行业营业收入情况图表：2015-2019年休闲服行业销售毛利率分析图表：2015-2019年休闲服行业赢利能力图表：2022-2028年休闲服行业赢利预测图表：2022-2028年中国休闲服市场价格走势预测图表：2022-2028年中国休闲服市场供给前景预测图表：2022-2028年中国休闲服需求发展前景预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/266994.html>