

2022-2028年中国休闲服装 市场深度分析与投资可行性报告

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年中国休闲服装市场深度分析与投资可行性报告》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/202112/255739.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

休闲服装现代一种新兴流行服装类别名称，是一种运动衣式的服装，如网球装、慢跑装、高尔夫球装等。是运动服和平时的生活服的结合，常用于晨间的拳操、爬山、郊游、打球等。休闲服装的特点是必须能够承受得起长时间的日晒和汗水的侵蚀，吸汗通气，色泽持久耐磨，造型宽松舒适。随着健身热潮在各国流行，休闲服装将兴起。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国休闲服装市场深度分析与投资可行性报告》共十三章。首先介绍了休闲服装行业市场发展环境、休闲服装整体运行态势等，接着分析了休闲服装行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服装市场竞争格局。随后，报告对休闲服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲服装行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服装产业有个系统的了解或者想投资休闲服装行业，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：

第一章休闲服装的基础知识

第一节休闲服装的定义和分类

第二节休闲服装的起源

第二章2015-2019年中国休闲服行业发展环境解析

第一节2015-2019年中国经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、存贷款利率变化

第二节2015-2019年中国休闲服政策法规分析

一、《针织休闲服装纺织》行业标准

二、机织服装行业标准

三、纺织服装专业市场建设及管理技术规范

第三节2015-2019年中国休闲服社会环境分析

一、人们的审美观念

二、人们的消费观念

第三章2015-2019年世界休闲服产业运行态势及政策法规分析

第一节2015-2019年世界休闲服产业发展概况分析

一、世界休闲服行业概况分析

二、世界知名品牌休闲服发展简述

第二节2015-2019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2015-2019年世界休闲服产业发展前景预测分析

第四章2015-2019年中国休闲服行业市场运行状况分析

第一节2015-2019年中国休闲服行业发展现状分析

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2015-2019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2015-2019年中国知名品牌休闲服市场运行动态分析

一、CamelActive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2015-2019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

第五章休闲服装行业运行情况分析

第一节休闲服装行业的规模

一、2015-2019年资产变化情况

二、2015-2019年负债变化情况

三、2015-2019年销售收入变化情况

四、2015-2019年从业人员数变化情况

第二节休闲服装行业盈利情况分析

一、2015-2019年利润总额变化情况

二、2015-2019年毛利率变化情况

三、2015-2019年销售利润率变化情况

四、2015-2019年利润率变化情况

五、2015-2019年资产负债率变化情况

第三节休闲服装所属行业结构分析

一、2015-2019年销售收入集中度

二、2015-2019年利润集中度

第四节2015-2019年中国休闲服装销售收入排名

第五节重要的休闲服装生产区域

一、广东沙溪

二、福建石狮

三、江苏常熟

第六章休闲服装市场分析

第一节中国休闲服装市场现状分析

一、中国休闲服装市场总体现状

二、休闲服装市场的规模与前景

三、休闲服装市场主要品牌分析

四、中国休闲服装市场特点分析

五、中国休闲服装供给区域分布格局

六、品牌在休闲服装行业意义重大

七、休闲服装国家监督抽查情况

第二节2015-2019年中国休闲服装市场容量及2019年预测

一、2015-2019年总体市场总量

二、2015-2019年主要品牌对比

第二节2015-2019年我国休闲服装销售分析

一、2015-2019年全国重点大型商场T恤衫销售

三、2015-2019年全国重点大型商场牛仔服销售

四、2015-2019年全国重点大型商场夹克衫销售

第三节中国休闲服装市场存在的主要问题

一、跟风模仿，迷失自我

二、广告内涵苍白，品牌文化不对称

三、没有明确的沟通主题

四、品牌个性不鲜明

五、终端布阵与品牌统一

六、漠视消费者

七、品牌核心价值模糊

八、不懂媒体通路

第七章2015-2019年中国休闲服消费市场调查分析

第一节2015-2019年中国休闲服消费者分析

一、消费者性别

二、消费者年龄

三、消费者职业

四、消费者收入

第二节2015-2019年中国休闲服市场消费渠道分析

一、大型商场、百货公司

二、普通商场、服装店

三、户外休闲服专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、网络商店

第三节2015-2019年中国休闲服消费者购买态度及影响分析

一、价格的敏感程度

二、品牌的影响程度

三、面料的影响程度

四、款式的影响程度

第八章2015-2019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2015-2019年中国针或钩织男西或便服套装,上衣,长短裤,马裤所属行业进出口分析

一、针或钩织男西或便服套装,上衣,长短裤,马裤所属行业进出口量值

二、针或钩织男西或便服套装,上衣,长短裤,马裤所属行业进出口单价

三、针或钩织男西或便服套装,上衣,长短裤,马裤所属行业主要进出口国家及地区

四、针或钩织男西或便服套装,上衣,长短裤,马裤所属行业进出口省市分析

第二节2015-2019年中国针或钩织女西便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业进出口分析

一、针或钩织女西便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业进出口量值

二、针或钩织女西便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业进出口单价

三、针或钩织女西便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业主要进出口国家及地区

四、针或钩织女西便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤所属行业进出口省市分析

第三节2015-2019年中国男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业进出口分析

一、男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业进出口量值

二、男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业进出口单价

三、男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业主要进出口国家及地区

四、男西或便服套装、上衣、长短裤及工装、马裤所属行业进出口省市分析

第四节2015-2019年中国女西或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业进出口分析

一、女西或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业进出口量值

二、女西或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业进出口单价

三、女西或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业主要进出口国家及地区

四、女西或便服套装,上衣,裙,裙裤,长短裤及马裤所属行业进出口省市分析

第九章2015-2019年中国休闲服行业市场竞争格局分析

第一节2015-2019年中国休闲服行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、供应商议价能力

第二节2015-2019年中国休闲服行业竞争现状分析

一、休闲服款式定位竞争

二、休闲服品牌竞争

三、休闲服销售渠道竞争

第三节2015-2019年中国休闲服市场竞争态势分析

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

第四节2015-2019年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第十章2015-2019年中国休闲服行业细分市场分析

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、时尚休闲的特点和主要品牌

二、时尚休闲服装品牌经营分析

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

第五节商务休闲

一、商务休闲市场概况

二、商务休闲的特点和主要品牌

第十一章 中国休闲服行业重点企业竞争力分析

第一节上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节东莞市东越服装有限公司（以纯）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节森马集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节班尼路集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节浙江高邦服饰集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节广东李宁体育发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节海宁蒙努集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节太子龙控股集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节江苏波司登制衣有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节石狮市爱登堡制衣发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十二章2022-2028年中国休闲服发展前景预测分析

第一节2022-2028年中国休闲服行业发展趋势分析

- 一、中国休闲服行业发展趋势分析
- 二、中国休闲服流行发展趋势分析
- 三、中国休闲服色彩流行趋势分析

第二节2022-2028年中国休闲服行业市场预测分析

- 一、产品需求预测分析
- 二、产品进出口预测分析
- 三、产品市场竞争格局预测分析

第三节2022-2028年中国休闲服行业市场盈利预测分析

第十三章2022-2028年中国休闲服行业投资机会与风险预警（）

第一节2022-2028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2022-2028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

第三节建议

图表目录：

图表12015-2019年中国GDP增长变化趋势图

图表22015-2019年中国GDP增长率变化趋势图

图表32015-2019年中国城镇居民可支配收入增长变化趋势图

图表42015-2019年中国农村居民人均纯收入增长变化趋势图

图表52015-2019年城镇居民恩格尔系数

图表62015-2019年农村居民恩格尔系数

图表7历年银行存款利率变化表

图表8代表企业的规模分布图

图表9代表企业的所有制分布图

图表10代表企业的地区分布图

图表112015-2019年中国休闲服装行业资产总额变化图

图表122015-2019年中国休闲服装行业负债变化图

图表132015-2019年中国休闲服装行业销售收入变化图

图表142015-2019年中国休闲服装行业从业人员变化图

图表152015-2019年中国休闲服装行业利润总额变化图

图表162015-2019年中国休闲服装行业毛利率变化图

图表172015-2019年中国休闲服装行业销售利润率变化图

图表182015-2019年中国休闲服装行业利润率变化图

图表192015-2019年中国休闲服装行业资产负债率变化图

图表202015-2019年中国休闲服装行业销售收入集中度变化图

图表212015-2019年中国休闲服装行业利润集中度变化图

图表222017年中国休闲服装企业收入排名

图表232018年中国休闲服装企业收入排名

图表242019年中国休闲服装企业收入排名

图表252015-2019年中国销售服装零售额增长情况一览表

图表262015-2019年中国销售服装零售额增长情况趋势图

图表272015-2019年国际国内主要休闲服装品牌企业盈利能力比较

图表282015-2019年国际国内主要休闲服装品牌企业销售收入增长率(YOY,%)

图表292015-2019年国际国内主要休闲服装品牌企业净利润增长率(YOY,%)

图表302015-2019年全国重点大型商场T恤衫销售情况统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255739.html>