

2016-2022年中国女式羊绒 大衣行业市场分析及发展前景研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2016-2022年中国女式羊绒大衣行业市场分析及发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/201511/18-192183.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

衣、食、住、行，是人类生存最基本的需求，因此与之相关的行业一直伴随着人类社会的进步而不断发展。其中，纺织服装业就是这样一个与人类基本需求密切相关的行业。随着生活水平的提高，人们对服装的需求逐渐趋于多元化，这给纺织业提出了新的要求，同时也拓展了其发展空间。在品种繁多的服装服饰中，羊绒制品以其独有的特性得到消费者的喜爱。

羊绒制品颜色鲜艳、柔和，保暖性好，重量很轻而且对皮肤没有刺激性，可以贴身穿着，其各项性能都是人们熟知的纯羊毛产品及其它纤维产品所望尘莫及的。这么多的优点，是由其所用原料——羊绒的特性所决定的。

从世界范围来看，羊绒业是纺织行业中的新兴产业。由于受到原料稀缺性的限制，发达国家在这个领域中，实际上从一开始就带有先天的缺陷。而中国是羊绒资源的主产地，具有成为羊绒业大国的必要条件，我国羊绒大衣行业的不足在于生产技术设备的落后与资金的匮乏。曾经有一个阶段，中国的羊绒原料主要销往海外市场，由发达国家进行加工。结果显而易见，发达国家利用资金优势低价收购珍贵的羊绒原料，并依靠其技术优势加工成羊绒制品，获取了较高的附加值。在发展中国家与发达国家的贸易往来中，这种状况其实是普遍存在的。随着我国纺织业的不断发展，羊绒加工技术的提升，近十多年来，我国羊绒大衣行业得到快速的发展，2013年我国无毛绒、精、粗山羊绒纱线及羊绒衫出口总额约14亿美元，同比增长21%，其中粗梳山羊绒纱线出口额为3.16亿美元，同比增长33.8%；无毛绒出口额为2.86亿美元，同比增长26%；精梳山羊绒纱线出口额为1.62亿美元，同比增长18.5%；羊绒衫出口额为6.37亿美元，同比增长14.6%。

我国羊绒服饰主要出口国家同比增长依次为：英国66%、日本34.8%、法国13.6%、美国5%，其他出口国家意大利增长幅度最大为100%。无毛绒、粗梳羊绒纱线以及羊绒衫的出口数量和总额为金融危机爆发以来最多的年份，显示出发达国家的经济开始复苏，市场需求和生产能力开始反弹。我国羊绒企业为降低成本，主动走出国门到东盟国家投资建厂，也是粗梳羊绒纱线出口增长的主要原因。2014年我国羊绒大衣产量达到1454万件，同比2013年，增长率为17%。

目前，国内羊绒及其产品加工企业已达2600多家，其中羊绒制品生产能力3万件以上的企业有500多家，拥有知名品牌的达20多家。羊绒加工行业小型企业数目很多，基本上是完全竞争，竞争程度激烈；有较强实力的只有20多家知名企业，有一定垄断竞争的能力。其中涉及女士羊绒大衣生产的企业有1842家，占整个羊绒及其产品加工企业总数的70.8%，仅次于羊绒衫加工企业。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国交通运输协会、

中国汽车工业协会、中国产业研究报告网、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及女士羊绒大衣专业研究单位公布的大量资料，对国内外女士羊绒大衣行业发展状况，我国女士羊绒大衣行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、主要企业的发展状况，中国女士羊绒大衣行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告还重点探寻了女士羊绒大衣行业的市场需求状况，企业竞争状况，行业发展趋势，以及企业应当采取的发展策略，准确了解目前女士羊绒大衣行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

报告目录

第一部分 女式羊绒大衣行业环境分析

第一章 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业分析

第一节 女式羊绒大衣产业概况分析

- 一、羊绒产品简介
- 二、羊绒产地分布结构分析
- 三、我国羊绒产量分析
- 四、羊绒大衣行业产业链分析

第二节 中国女式羊绒大衣行业发展环境分析

- 一、GDP增长与行业产值增长情况分析
- 二、消费价格水平
- 三、全国居民收入情况
- 四、交通、邮电和旅游
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、金融情况
- 九、对外贸易&进出口

第三节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业发展概况

- 一、2014年中国女式羊绒大衣行业发展概况
- 二、2015年中国女式羊绒大衣行业发展概况

第四节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业总体运行情况

- 一、2014-2015年中国女式羊绒大衣企业数量及分布
- 二、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业从业人员统计

第二部分 女式羊绒大衣行业深度透视

第二章 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业规模分析

第一节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业资产负债状况分析

- 一、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业总资产状况分析
 - 二、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业应收账款状况分析
 - 三、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业流动资产状况分析
 - 四、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业负债状况分析
- #### 第二节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业销售及利润分析
- 一、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业销售收入分析
 - 二、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业产品销售税金情况
 - 三、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业利润增长情况
 - 四、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业亏损情况

第三章 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业成本费用分析

- 第一节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业成本费用结构分析
- 第二节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业主营业务成本情况
- 第三节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业销售费用情况
- 第四节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业管理费用情况
- 第五节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业财务费用情况

第四章 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业区域结构分析

- 第一节 2014-2015年东北地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第二节 2014-2015年华北地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第三节 2014-2015年华东地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第四节 2014-2015年华南地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第五节 2014-2015年华中地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第六节 2014-2015年西北地区女式羊绒大衣行业市场现状分析
- 第七节 2014-2015年西南地区女式羊绒大衣行业市场现状分析

第五章 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业整体评价

- 第一节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业盈利能力

- 一、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业毛利率
 - 二、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业资产利润率
 - 三、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业销售利润率
 - 四、2014-2015年中国女式羊绒大衣行业成本费用利润率
- 第二节 2014-2015年中国女式羊绒大衣行业偿债能力

第三部分 女式羊绒大衣行业发展前景分析

第六章 中国女式羊绒大衣行业投资与发展前景分析

第一节 中国女式羊绒大衣行业投资机会分析

一、可以投资的中国女式羊绒大衣模式

- 1、传统生产模式
- 2、虚拟经营模式
- 3、竞合模式
- 4、仓储式模式
- 5、网络营销模式

二、2016-2022年中国女式羊绒大衣投资机会

第二节 2016-2022年中国女式羊绒大衣行业发展预测分析

一、未来中国女式羊绒大衣发展分析

二、未来中国女式羊绒大衣行业技术开发方向

- 1、羊绒低温染色
- 2、羊绒生态染色
- 3、天然染料染色
- 4、超声波助染技术
- 5、低温等离子体助染技术

三、总体行业“十三五”预测

第三节 2016-2022年中国女式羊绒大衣行业市场规模预测

第七章 2016-2022年投资风险分析

第一节 竞争风险

第二节 原材料价格波动风险分析

第三节 市场风险分析

第四节 管理风险分析

第五节 投资风险分析

第八章 观点与结论

第一节 中国女式羊绒大衣行业营销策略分析及建议

一、中国女式羊绒大衣行业营销模式

- 1、自营模式
- 2、特许加盟模式
- 3、批发模式
- 4、经销商模式
- 5、网络销售模式
- 6、百货商场（主题购物中心）
- 7、品牌专卖店
- 8、超级市场
- 9、批发兼零售市场
- 10、OUTLET

二、中国女式羊绒大衣行业市场营销策略

- 1、产品策略分析
- 2、市场推广策略
- 3、品牌营销策略
- 4、人员推销策略
- 5、售后服务策略

三、中国女式羊绒大衣企业营销创新策略分析

- 1、体验营销策略
- 2、关系营销策略
- 3、合作营销策略
- 4、文化营销策略
- 5、差异化营销策略

第二节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第三节 女式羊绒大衣企业发展战略研究

- 一、战略总体规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表：2011-2014年我国羊绒产量规模

图表：2015年1-2季度GDP初步核算数据

图表：2015年1-2季度GDP环比和同比增长速度

图表：2012-2014年国内生产总值及增长速度

图表：2015年7月中旬50个城市主要食品平均价格变动情况

图表：50个城市主要食品平均价格变动情况（2015年6月11-20日）

图表：流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2015年6月11—20日）

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2015年5月份社会消费品零售总额主要数据

图表：2012-2014年社会消费品零售总额

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2014年全国规模以上工业增加值及其增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2015年1-5月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2015年1-5月份民间固定资产投资主要数据

图表：2012-2014年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2014年全国一般公共财政收入

图表：2012-2014年国家外汇储备

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2014年中国对外贸易进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2012-2014年中国女式羊绒大衣产量

图表：2015年上半年中国女式羊绒大衣产销量

图表：2012-2015年我国女士羊绒大衣加工企业数量规模

图表：2015年我国女士羊绒大衣生产企业区域分布结构

图表：2012-2015年中国女士羊绒大衣行业从业人员规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业总资产规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业应收账款规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业流动资产规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业负债规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业主营业务收入规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业营业税金及附加

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业利润规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业亏损面

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业成本费用占主营收入比例结构

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业主营业务成本规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业销售费用规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业管理费用规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业财务费用规模

图表：2014-2015年东北地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2014-2015年华北地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2014-2015年华东地区蓄电池行业市场规模

图表：2014-2015年华南地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2014-2015年华中地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2014-2015年西北地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2014-2015年西南地区女式羊绒大衣行业市场规模

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业毛利率

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业资产利润率

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业销售利润率

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业成本费用利润率

图表：2014-2015年中国女式羊绒大衣行业资产负债比率

图表：2012-2015年中国女式羊绒大衣行业资产流动利率分析

图表：2016-2022年中国女式羊绒大衣行业市场规模预测

图表：确定公司战略目标的步骤

图表：制定公司战略规划的步骤

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201511/18-192183.html>