

2021-2027年中国休闲服装 行业研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国休闲服装行业研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/202103/16-392398.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

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。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国休闲服装行业研究与投资策略报告》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家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2021-2027年中国休闲服发展前景预测分析

第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国休闲服行业市场盈利预测分析

第十三章2021-2027年中国休闲服行业投资机会与风险预警

第一节2021-2027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2021-2027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.chinairr.org/report/R12/R1202/202103/16-392398.html>