

2021-2027年中国休闲装市场研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国休闲装市场研究与投资战略研究报告》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/R1202/202108/03-420754.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

休闲装，俗称便装。它是人们在无拘无束、自由自在的休闲生活中穿着的服装，将简洁自然的风貌展示在人前。休闲服装一般可以分为：前卫休闲、运动休闲、浪漫休闲、古典休闲、民俗休闲和乡村休闲等。休闲，英文为“Casual”，此词在时装上覆盖的范围很广，日常穿着的便装、运动装、家居装，或把正装稍作改进的“休闲风格的时装”。总之，凡有别于严谨、庄重服装的，都可称为休闲装。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国休闲装市场研究与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了休闲装行业市场发展环境、休闲装整体运行态势等，接着分析了休闲装行业市场运行的现状，然后介绍了休闲装市场竞争格局。随后，报告对休闲装做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲装行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲装产业有个系统的了解或者想投资休闲装行业，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 世界休闲装行业发展情况分析

第一节 世界休闲装行业分析

一、世界休闲装行业特点

二、世界休闲装行业动态

第二节 世界休闲装市场分析

一、世界休闲装消费情况

二、世界休闲装消费结构

三、世界休闲装价格分析

第三节 2019年中外休闲装市场对比

第二章 中国休闲装行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2015-2019年中国休闲装行业市场供给分析

一、休闲装整体供给情况分析

二、休闲装重点区域供给分析

第二节 休闲装行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、原料供给状况

三、技术水平提高

四、政策变动因素

第三节 2021-2027年中国休闲装行业市场供给趋势

一、休闲装整体供给情况趋势分析

二、休闲装重点区域供给趋势分析

三、影响未来休闲装供给的因素分析

第三章 信息社会下休闲装行业宏观经济环境分析

第一节 2015-2019年全球经济环境分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2021-2027年全球经济形势预测

第二节 信息时代对全球经济的影响

一、国际信息社会发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 信息时代对中国经济的影响

一、信息时代对中国实体经济的影响

二、信息时代影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

四、2019年中国宏观经济运行概况

五、2021-2027年中国宏观经济趋势预测

第四章 2019年中国休闲装行业发展概况

第一节 2019年中国休闲装行业发展态势分析

第二节 2019年中国休闲装行业发展特点分析

第三节 2019年中国休闲装行业市场供需分析

第五章 中国休闲装所属行业整体运行状况

第一节 中国休闲装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国休闲装所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国休闲装所属行业财务指标分析

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

第六章 2019年中国休闲装行业竞争情况分析

第一节 休闲装行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 休闲装行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 2021-2027年中国休闲装行业市场竞争策略展望分析

一、休闲装行业市场竞争趋势分析

二、休闲装行业市场竞争格局展望分析

三、休闲装行业市场竞争策略分析

第七章 2015-2019年中国休闲装产业行业重点区域运行分析

第一节 2015-2019年华东地区休闲装产业行业运行情况

第二节 2015-2019年华南地区休闲装产业行业运行情况

第三节 2015-2019年华中地区休闲装产业行业运行情况

第四节 2015-2019年华北地区休闲装产业行业运行情况

第五节 2015-2019年西北地区休闲装产业行业运行情况

第六节 2015-2019年西南地区休闲装产业行业运行情况

第七节 2015-2019年东北地区休闲装产业行业运行情况

第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第八章 中国休闲装行业企业分析

第一节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 迅销(中国)商贸有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 海澜之家股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 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、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 宁波博洋服饰集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 宁波中哲慕尚控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 绫致时装(天津)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 太平鸟集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 马克华菲(上海)商业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十章 2021-2027年中国休闲装行业消费市场分析

第一节 休闲装市场消费需求分析

- 一、休闲装市场的消费需求变化
- 二、休闲装行业的需求情况分析
- 三、2019年休闲装品牌市场消费需求分析

第二节 休闲装消费市场状况分析

- 一、休闲装行业消费特点
- 二、休闲装行业消费分析
- 三、休闲装行业消费结构分析
- 四、休闲装行业消费的市场变化
- 五、休闲装市场的消费方向

第三节 休闲装行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、休闲装行业品牌忠诚度调查
- 六、休闲装行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十一章 中国休闲装行业投资策略分析

第一节 2015-2019年中国休闲装行业投资环境分析

第二节 2015-2019年中国休闲装行业投资收益分析

第三节 2015-2019年中国休闲装行业产品投资方向

第四节 2021-2027年中国休闲装行业投资收益预测

- 一、预测理论依据
- 二、2021-2027年中国休闲装行业工业总产值预测
- 三、2021-2027年中国休闲装行业销售收入预测
- 四、2021-2027年中国休闲装行业利润总额预测
- 五、2021-2027年中国休闲装行业总资产预测

第十二章 中国休闲装行业投资风险分析

第一节 中国休闲装行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

第二节 中国休闲装行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十三章 休闲装行业发展趋势与投资战略研究

第一节 休闲装市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 休闲装行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 休闲装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 2021-2027年休闲装行业市场策略分析

第一节 休闲装行业营销策略分析及建议

一、休闲装行业营销模式

二、休闲装行业营销策略

三、外销与内销优势分析

第二节 休闲装行业企业经营发展分析及建议

一、休闲装行业经营模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十五章 行业发展趋势及投资建议分析

第一节 2021-2027年全国市场规模及增长趋势

第二节 2021-2027年全国投资规模预测

第三节 2021-2027年市场盈利预测

第四节 中国营销企业投资运作模式分析

第五节 项目投资建议

一、项目投资注意事项

二、销售注意事项

图表目录

图表：休闲装产业链分析

图表：国际休闲装市场规模

图表：国际休闲装生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2015-2019年中国休闲装市场规模

图表：2015-2019年我国休闲装需求情况

图表：2021-2027年中国休闲装市场规模预测

图表：2021-2027年我国休闲装供应情况预测

图表：2021-2027年我国休闲装需求情况预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202108/03-420754.html>