

2012-2016年中国休闲装市 场供需预测及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国休闲装市场供需预测及投资前景分析研究报告》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/R1202/201202/06-91548.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

近些年，崇尚、追求个性的文化，以及在都市生活的快节奏和紧张工作的压力下，人们渴望放松的心态使休闲服装成为一种新兴服装产业。“崇尚自然”的风潮不仅成为国际时尚的重要流派，而且也引导了中国市场的服装消费，休闲服装成为热点商品和服装的主流趋势。

据不完全统计，目前我国专业的休闲装生产厂家已达万余家，生产区域主要分布于广东、福建、浙江、江苏、山东等地。国内休闲服装品牌多达2000多种，休闲服装已在我国服装产业中渐居主导地位。另据推算，目前休闲服装在中国的销售已占整个服装业的18%左右。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国休闲装市场供需预测及投资前景分析研究报告》共九章。首先介绍了休闲装相关概述、中国休闲装市场运行环境等，接着分析了中国休闲装市场发展的现状，然后介绍了中国休闲装重点区域市场运行形势。随后，报告对中国休闲装重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

第一章 休闲服装相关概述

第一节 休闲服装

一、休闲服装设计理念

二、休闲服装的兴起

三、休闲服装的分类

四、休闲服装的设计特点分析

第二节 中国休闲服装行业相关概述

一、中国服装行业管理体制介绍

二、中国服装行业主要法规和政策

三、中国服装零售业相关法规介绍

第二章 中国休闲服装行业发展环境分析

第一节 国内休闲服装经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国休闲服装经济发展预测分析

第二节 中国休闲服装行业政策环境分析

第三章 全球休闲服装产业运行形态分析

第一节 2010-2011年全球服装行业发展现状分析

一、主要国家服装产量及出口概况

二、2011年欧美服装贸易保护手段特点分析

三、国际服装品牌高低端零售市场分析

四、金融危机下国际服装市场发展动态

第二节 2010-2011年全球休闲服装市场的竞争特征分析

一、注重品牌建设与推广

二、重点发展营销网络建设

三、创造产品的流行概念

四、生产和物流外包成为主流

五、依靠供应链管理提高竞争力

第三节 2010-2011年全球主要国家休闲服装行业动态分析

一、韩国休闲服装市场拓展分析

二、日本休闲品牌优衣库发展迅速

三、日本优衣库SPA经营模式分析

四、意大利休闲服装GANESH进入中国

第四章 中国休闲服装业运行新形势分析

第一节 中国休闲服装行业发展历程分析

一、中国休闲服装产业的发展阶段分析

二、中国休闲服装主要代表品牌分析

三、中国休闲服装产业发展特点分析

四、中国休闲服装第四代发展特征分析

第二节 2010-2011年中国休闲服装行业发展态势分析

一、中国休闲服装行业竞争格局分析

二、中外休闲服装品牌竞争力分析

三、中国休闲服装发展影响要素分析

四、休闲服装行业“快时尚”模式分析

第三节 2010-2011年中国休闲服产品特征分析

- 一、休闲装面料种类及特点分析
- 二、休闲服装产品的多样性分析
- 三、手工制造休闲服成市场热点
- 四、休闲服装的“平面化”分析
- 五、休闲服装的时尚化趋势分析

第四节 2010-2011年中国休闲服装零售业发展现状分析

- 一、中国休闲服装的市场需求分析
- 二、休闲服装的消费群体特征分析
- 三、中国休闲服装零售业发展特征分析
- 四、中国休闲服装零售市场竞争特点分析
- 五、中国休闲服装零售渠道发展变化分析
- 六、第三方物流的促进作用分析

第五章 中国休闲服装市场深度分析

第一节 2010-2011年中国休闲服装市场分析

- 一、中国休闲服装市场规模概况
- 二、2011年重点大型百货商场牛仔服销售业绩情况
- 三、2011年重点大型百货商场T恤衫销售业绩情况
- 四、2011年重点大型百货商场夹克衫销售业绩情况

第二节 2010-2011年中国男士休闲装市场分析

- 一、中国男装总体市场规模分析
- 二、中国商务休闲男装的市场需求分析
- 三、男士休闲服装品牌销量排行

第三节 2010-2011年中国休闲女装市场分析

- 一、中国女装总体市场规模分析
- 二、探求中高档休闲女装中国市场运营情况
- 三、商务休闲女装市场销售形势
- 四、休闲女装市场畅销排名统计分析

第四节 2010-2011年中国儿童休闲装市场分析

- 一、婴儿和儿童服装总体市场规模分析

- 二、我国儿童服装产业已进入转型时期
- 三、中国婴儿和儿童休闲服装市场规模容量
- 四、中国婴儿和儿童休闲服装经营与营利分析

第六章 中国网民休闲服装消费调研

第一节 2011年中国购买服装网民基本特征

- 一、网民网络应用行为分析
- 二、不同性别获取服装信息渠道
- 三、各年龄段获取服装信息渠道
- 四、各收入段获取服装信息渠道
- 五、获取服装信息渠道地区差异

第二节 2011年中国网民服装消费品牌偏好分析

- 一、男性服装品牌偏好
- 二、女性服装品牌偏好

第三节 2011年中国不同地区网民购买服装特征分析

- 一、不同地区网民休闲服装偏好
- 二、不同地区网民关注因素
- 三、不同地区网民服装购买者
- 四、不同地区网民服装购买场所
- 五、不同地区网民服装消费
- 六、不同地区网民对服装广告的态度
- 七、不同地区网民网上信息渠道

第四节 2011年中国不同收入购买服装网民特征分析

- 一、不同收入网民休闲服装偏好
- 二、不同收入网民关注因素
- 三、不同收入网民服装购买者
- 四、不同收入网民服装购买场所
- 五、不同收入网民服装消费
- 六、不同收入网民对服装广告的态度
- 七、不同收入网民网上信息渠道

第五节 2011年中国各年龄段购买服装特征分析

- 一、不同年龄网民休闲服装偏好

二、不同年龄网民关注因素

三、不同年龄网民服装购买者

四、不同年龄网民服装购买场所

五、不同年龄网民服装消费

六、不同年龄网民对服装广告的态度

七、不同年龄网民网上信息渠道

第六节 2011年中国不同性别服装网民特征分析

一、不同性别网民休闲服装偏好

二、不同性别网民关注因素

三、不同性别网民服装购买者

四、不同性别网民服装购买场所

五、不同性别网民服装消费

六、不同性别网民对服装广告的态度

七、不同性别网民网上信息渠道

第七节 2011年中国运动服饰网民消费调查

一、网民运动服饰搜索指数特点

二、休闲服饰产品关注度

三、运动服装品牌关注度

四、网民分布区域

五、运动服饰消费群体

第七章 中国重点区域休闲服装市场运行分析

第一节 2010-2011年中国休闲服装区域发展概况

一、中国主要休闲服装产业基地介绍

二、中国休闲服装产业区域转移分析

三、中国休闲服装的区域竞争协作分析

第二节 2010-2011年江苏常熟休闲服装产业发展现状分析

一、江苏常熟休闲服装产业发展现状

二、江苏常熟休闲服装品牌特点分析

三、海虞镇休闲服装产业发展特色分析

四、古里镇针织服装产业规模分析

五、沙家浜镇休闲服装产业发展现状

六、碧溪镇羊毛衫产业集群发展现状

七、虞山镇纺织服装产业发展概况

第三节 2010-2011年泉州休闲服装产业发展现状分析

一、泉州休闲服装产业升级分析

二、泉州时尚休闲男装产业特色分析

三、福建石狮休闲服装产业发展概况

四、石狮休闲裤产业进入标准化时代

五、石狮建休闲裤产业集群公共服务平台

六、石狮时尚休闲服装产业兴起

第四节 其他重点区域休闲服产业发展现状分析

一、沙溪休闲服装产业发展特色分析

二、2010-2020年沙溪休闲服装产业发展规划

三、温州休闲服装的“虚拟经营”分析

四、广东园洲镇休闲服装产业发展分析

第八章 中国休闲服装重点企业经营分析

第一节 宁波雅戈尔休闲服有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 宁波杉杉股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 江苏兰顿苹果服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 泉州市佐家乐服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2012-2016年中国休闲服装行业发展前景及投资分析

第一节 2012-2016年中国休闲服装行业发展前景预测

一、2012-2016年中国休闲服装总体市场规模预测

二、2012-2016年中国休闲男装市场规模预测

三、2012-2016年中国休闲女装市场规模预测

四、2012-2016年中国休闲童装市场规模预测

五、中国运动休闲服装市场发展潜力分析

第二节 2012-2016年中国休闲服装行业投资风险分析

一、原材料风险

二、技术风险

三、竞争风险

第三节 2012-2016年中国休闲服装行业投资建议

一、提高服装研发设计能力

二、服装品牌的个性定位

三、电子商务品牌建设

四、细分服装消费群体

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司主要经济指标走势图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司经营收入走势图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司盈利指标走势图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司负债情况图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司负债指标走势图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司运营能力指标走势图

图表：宁波雅戈尔休闲服有限公司成长能力指标走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营收入走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司负债情况图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司负债指标走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海美特斯邦威服饰股份有限公司成长能力指标走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司经营收入走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司盈利指标走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司负债情况图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司负债指标走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：福建七匹狼实业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司主要经济指标走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司经营收入走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司盈利指标走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司负债情况图

图表：宁波杉杉股份有限公司负债指标走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司运营能力指标走势图

图表：宁波杉杉股份有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司经营收入走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司盈利指标走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司负债情况图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司负债指标走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏兰顿苹果服饰有限公司成长能力指标走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司主要经济指标走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司经营收入走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司盈利指标走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司负债情况图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司负债指标走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司运营能力指标走势图

图表：泉州市佐家乐服饰有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

通过《2012-2016年中国休闲装市场供需预测及投资前景分析研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201202/06-91548.html>