

2022-2028年中国世界顶级 品牌服装市场分析与投资前景报告

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年中国世界顶级品牌服装市场分析与投资前景报告》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/202208/316359.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国世界顶级品牌服装市场分析与投资前景报告》共十五章。首先介绍了世界顶级品牌服装行业市场发展环境、世界顶级品牌服装整体运行态势等，接着分析了世界顶级品牌服装行业市场运行的现状，然后介绍了世界顶级品牌服装市场竞争格局。随后，报告对世界顶级品牌服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了世界顶级品牌服装行业发展趋势与投资预测。您若想对世界顶级品牌服装产业有个系统的了解或者想投资世界顶级品牌服装行业，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：

第一篇 世界服装纺织行业现状及宏观环境分析

第一章 2020年全球服装行业发展宏观环境分析

第一节 后配额时代提高服装产业竞争力分析

一、增进国际交流奠定贸易协议基础

二、服装业全球化的贸易自由需求

三、开拓新领域寻找合作伙伴

四、加强合作应对“后配额”

第二节 服装业的进出口政策以及关税状况

一、进出口政策

二、关税

第二章 2020年世界服装行业市场格局分析

第一节 2020年世界服装竞争格局分析

一、世界服装市场竞争日趋激烈

二、发达国家牢牢把握着世界高档服装市场的控制权

第二节 2020年国际服装市场竞争分析

一、欧盟服装市场越南与中国的竞争分析

二、美国服装零售商面临外来者的严峻竞争

- 三、越南纺织服装业呼唤东盟联合应对竞争
- 四、泰国政府将支持服装业提高与中国商品的竞争力
- 第三节 2020年国外服装对中国市场的开拓
 - 一、国际服装品牌在中国市场的竞争优势
 - 二、意大利知名服装品牌进攻中国市场
 - 三、韩国服装业对中国市场的开拓
 - 四、日韩服装抢夺中国网购市场

第三章 2020年世界服装行业主要国家运营情况分析

第一节 美国

- 一、美国服装市场增长速度放缓
- 二、美国针织服装市场发展态势
- 三、美国梭织服装市场呈现档次提升趋势

第二节 意大利

- 一、意大利服装的特点
- 二、意大利纺织服装行业发展概况
- 三、意大利服装的产业优势

第三节 法国

- 一、法国服装生产及消费状况回顾
- 二、法国服装市场销售情况分析
- 三、法国服装出口情况
- 四、法国服装业迈进网上销售时代
- 五、气候变暖对法国服装业产生的经营变化

第四节 韩国

- 一、韩国服装产业发展历程
- 二、韩国纺织服装行业发展回顾
- 三、韩国纺织品服装出口局势分析
- 四、韩国服装业加速向海外转移
- 五、韩国纺织服装行业发展的不利因素
- 六、韩国服装产业面临的问题及发展措施

第五节 日本

- 一、日本服装产业发展动向

- 二、日本服装进口情况分析
- 三、日本零售服装企业加强新业态的开发
- 四、日本大型服装企业品牌开发走入调整期
- 五、日本服装企业以错位竞争占领市场

第四章 2022-2028年世界服装业发展趋势分析

第一节 2022-2028年世界服装业之六大趋势分析

- 一、休闲服装成为服装业发展的主流
- 二、运动服装未来地位不可估量
- 三、高档面料和休闲服市场前景
- 四、意大利的高档休闲服和美国的运动服供应
- 五、混纺毛料在运动服中的使用
- 六、网上交易日益频繁

第二节 2022-2028年全球纺织服装业供应商未来发展展望

第三节 2022-2028年全球品牌服装细分市场前景预测

- 一、女装市场的发展趋势
- 二、男装市场前景预测
- 三、童装市场前景预测
- 四、物体服装市场前景预测

第二篇 中国服装所属行业市场运行分析与趋势预测

第五章 2020年中国服装行业发展环境分析

第一节 2020年中国发展经济环境分析

- 一、经济增长高位加速
- 二、物价结构性上涨明显
- 三、国际收支失衡进一步加剧

第二节 2020年中国服装行业发展政策环境分析

- 一、产业政策分析
- 二、进出口政策影响分析

第三节 2020年中国服装行业发展技术环境分析

第四节 2020年中国服装行业发展社会环境分析

- 一、居民消费水平分析

二、零售市场分析

第六章 2020年中国服装行业发展形势分析

第一节 2020年中国服装行业消费者分析

- 一、消费者群体规模及其收入状况简要分析
- 二、五大城市消费者的消费习惯及偏好分析
- 三、内地中产消费者消费特征分析

第二节 2020年中国服装行业发展存在的问题解析

- 一、产品质量问题。
- 二、生产过剩问题
- 三、品牌意识薄弱
- 四、缺乏强有力的产业集群
- 五、国际化道路尚处于初级阶段

第三节 2020年中国影响服装需求的其他因素分析

第四节 2020年中国服装市场供需平衡分析

第五节 2022-2028年中国服装市场需求规模及预测

- 一、按区域划分的中国服装市场
- 二、按种类划分的中国服装市场

第七章 2020年中国服装行业市场进口走势分析

第一节 2020年中国服装主要国别分析

- 一、韩国
- 二、法国
- 三、美国
- 四、日本
- 五、意大利

第二节 2020年中国服装进口主要品牌分析

- 一、香奈儿 (GabrielleChanel)
- 二、路易威登LV Louis Vuitton
- 三、迪奥 Dior
- 四、范思哲 Versace
- 五、普拉达 Prada

- 六、巴宝莉 Burberry
- 七、高田贤三 Kenzo
- 八、纪梵希 Givenchy
- 九、华伦天奴 Valentino
- 十、鲍士 Hugo Boss

第八章 2020年国外服装品牌在中国市场运行态势分析

第一节 2020年国外服装品牌在中国发展整体情况

- 一、市场销售情况分析
- 二、盈利能力分析
- 三、中国消费者对国外服装品牌的认知度

第二节 2020年国外服装品牌深度剖析

- 一、国外服装品牌市场渗透情况
- 二、国内外服装品牌竞争分析
- 三、国外服装品牌铺货情况

第九章 2020年国外服装品牌细分市场走势分析

第一节 女装

- 一、中国女装行业快速稳定发展
- 二、中国女装市场品牌发展状况
- 三、2020年中国女装市场销售状况分析
- 四、中高档中年女装消费市场动态分析
- 五、中国女装重点区域市场分析
- 六、2020年中国女装市场竞争分析
- 七、中国女装行业面临发展机遇前景广阔

第二节 男装

- 一、中国男装行业进入品牌主导时代
- 二、经济低迷下国内男装消费趋向发生转变
- 三、经济逆势中闽派男装积极寻求突破
- 四、2020年中国部分地区男装市场分析
 - 一、岩城男装市场消费特征透析
 - 二、外来品牌主导湖北男装市场

三、泉州男装产业独具优势

四、惠州男装产业的发展概况及近期规划

五、2020年中国男装市场各品牌竞争分析

第三节 童装

一、童装发展成为服装业新的增长点

二、中国童装产业结构及产业链概况

三、中国童装产业发展的主流趋向

四、中国童装市场开始步入调整周期

五、国内童装企业自主品牌的状况

第四节 内衣

一、2020年中国内衣行业进入调整阶段

二、中国内衣行业已初步形成独立风格

三、高端国际品牌内衣在中国市场发展分析

四、中国内衣零售所属行业市场运行分析

第五节 运动、休闲服装

一、休闲装逐步向细分领域拓展

二、休闲服装业需要转型深思

三、休闲服装市场销售情况分析

四、2020年中国主要地区休闲装集群分析

五、中国休闲服装产业的嬗变

六、我国休闲服装企业的内需突围策略

七、休闲服装的流行新趋势

第六节 羽绒服装

一、中国羽绒服品牌欲向高端转型

二、羽绒服企业谋求品牌延伸

三、羽绒服品牌竞争格局

四、羽绒服市场发展中的问题

第七节 职业装

一、职业装市场的分类

二、中国职业装市场的三个特点

三、中国职业装市场增长及竞争状况分析

四、中国职业装市场发展前景趋势

第十章 2020年国外服装在中国服装业细分市场调查

第一节 2020年国外职业装在中国所属行业市场运行分析

一、社交服装

二、职业服装

三、舞台服装

第二节 2020年国外休闲装在中国市场分析

一、运动服装

二、日常服装

三、室内服装

第十一章 世界服装品牌在中国市场调研

第一节 香奈儿 (Gabrielle Chanel)

一、产销状况

二、消费者认知度

三、顾客忠诚度

第二节 路易威登LV Louis Vuitton

一、产销状况

二、消费者认知度

三、顾客忠诚度

第三节 鲍士 Hugo Boss

一、产销状况

二、消费者认知度

三、顾客忠诚度

第四节 迪奥 Dior

一、产销状况

二、消费者认知度

三、顾客忠诚度

第五节 范思哲 Versace

一、产销状况

二、消费者认知度

三、顾客忠诚度

第六节 普拉达 Prada

- 一、产销状况
- 二、消费者认知度
- 三、顾客忠诚度

第七节 巴宝莉 Burberry

- 一、产销状况
- 二、消费者认知度
- 三、顾客忠诚度

第八节 高田贤三 Kenzo

- 一、产销状况
- 二、消费者认知度
- 三、顾客忠诚度

第九节 纪梵希 Givenchy

- 一、产销状况
- 二、消费者认知度
- 三、顾客忠诚度

第十节 华伦天奴 Valentino

- 一、产销状况
- 二、消费者认知度
- 三、顾客忠诚度

第十二章 2020年中国服装业市场竞争分析

第一节 2020年中国服装市场竞争分析

- 一、中国精品服装市场国内外品牌竞争情况
- 二、透视商场与服装市场之间隐存的战争
- 三、中国服装产业将结束数量竞争时代
- 四、2020年纺织服装行业竞争格局将呈现的主要变化

第二节 2020年中国服装业竞争的发展态势

- 一、高科技竞争
- 二、品牌竞争
- 三、渠道竞争
- 四、管理竞争

- 五、创新竞争
- 六、人力资源竞争
- 七、理念竞争
- 八、资讯竞争
- 九、竞争的弱化

第三篇 国外服装品牌在中国市场前景篇

第十三章 2022-2028年中国服装产业趋势预测分析

第一节 2022-2028年中国服装行业产业新趋势分析

第二节 未来中国服装市场发展趋势

- 一、服装市场更加细分化
- 二、农村市场将被大力开发
- 三、老年市场发展空间广阔
- 四、休闲类服装继续看好
- 五、服装商品进一步向个性化发展

第三节 2022-2028年中国服装市场前景预测

- 一、中国品牌服装产销预测分析
- 二、国外品牌服装市场销售形势预测分析
- 三、中国服装市场盈利预测分析

第十四章 2022-2028年中国重点省市服装市场未来发展预测分析

第一节 北京

- 一、服装市场回顾
- 二、服装市场发展预测分析
- 二、发展重点和规划布局

第二节 2022-2028年上海服装市场发展战略分析

- 一、服装市场发展现状
- 二、服装行业走势分析
- 三、市场供需预测分析

第十五章 2022-2028年国外品牌服装中国市场投资可行性分析

第一节 2022-2028年国外服装品牌投资热点分析

一、服装行业已成韩国对华投资新热点（）

二、区域投资热点分析

三、投资机会分析

第二节 2022-2028年国外服装品牌投资风险分析

一、市场竞争风险

二、市场运营风险

三、政策风险分析

四、其他风险

第三节 投资建议

部分图表目录：

图表：2016-2020年世界服装业产销状况

图表：世界服装行业结构分析

图表：世界服装行业产品价格分析

图表：行业生命周期理论

图表：2016-2020年世界服装业竞争格局

图表：2016-2020年世界服装业盈利水平

图表：2016-2020年世界服装业利润情况

图表：中国主要服装领先品牌

图表：2016-2020年中国服装市场主要领先品牌市场占有率

图表：中国消费者群体规模及其收入状况

图表：五大城市消费者的消费行为特征分析

图表：韩国出口服装到中国市场状况

图表：法国出口服装到中国市场状况

图表：美国出口服装到中国市场状况

图表：日本出口服装到中国市场状况

图表：意大利出口服装到中国市场状况

图表：中国进口香奈儿/路易威登品牌服装状况

图表：中国进口迪奥/范思哲品牌服装状况

图表：中国进口普拉达/巴宝莉品牌服装状况

图表：中国进口高田贤三品牌服装状况

图表：中国进口纪梵希品牌服装状况

图表：中国进口华伦天奴品牌服装状况

图表：中国进口鲍士品牌服装状况

图表：国外服装品牌在中国的盈利能力分析

图表：国外服装品牌在中国的销售收入

图表：国外品牌职业装产销状况

图表：国外品牌休闲装产销状况

图表：国外品牌男装产销状况

图表：国外品牌女装产销状况

图表：国外品牌童装产销状况

图表：国外品牌内衣产销状况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/316359.html>