

2024-2030年中国休闲服行业 发展趋势与投资前景分析报告

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

《2024-2030年中国休闲服行业发展趋势与投资前景分析报告》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/202312/428825.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《2024-2030年中国休闲服行业发展趋势与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 世界休闲服产业运行态势分析 第一节 世界休闲服产业发展概况 一、世界休闲服行业特点分析 二、世界知名品牌休闲服发展简述 三、世界休闲服潮流回顾 第二节 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 世界休闲服产业发展前景预测分析 第二章 中国休闲服行业投资环境分析 第一节 中国宏观经济环境分析 一、中国GDP分析 二、消费价格指数分析 三、城乡居民收入分析 四、社会消费品零售总额 五、全社会固定资产投资分析 六、进出口总额及增长率分析 第二节 纺织行业振兴规划 一、纺织行业振兴规划概述 二、纺织行业振兴规划细则 三、产业调整和振兴的主要任务 四、纺织行业振兴规划主要措施 五、纺织行业振兴规划的意义与作用 六、纺织行业振兴规划对休闲服行业的影响 第三章 中国休闲服行业市场运行状况分析 第一节 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 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 中国知名品牌休闲服市场运行动态分析 一、Camel Active 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 第四章 中国服装产量统计分析 第一节 全国服装产量分析 第二节 全国及主要省份服装产量分析 第三节 服装产量集中度分析 第五章 中国纺织服装行业主要数据监测分析 第一节 中国纺织服装行业规模分析 一、企业数量增长分析 二、从业人数增长分析 三、资产规模增长分析 第二节 中国纺织服装行业结构分析 一、企业数量结构分析 1、不同类型分析 2、不同所有制分析 二、销售收入结构分析 1、不同类型分析 2、不同所有制分析 第三节 中国纺织服装行业产值分析 一、产成品增长分析 二、工业销售产值分析 三、出口交货值分析 第四节 中国纺织服装行业成本费用分析 一、销售成本分析 二、费用分析 第五节 中国纺织服装行业盈利能力分析 一、主要盈利指标分析 二、主要盈利能力指标分析 第六章 中国休闲服消费市场分析 第一节 休闲服消费者市场细分 一、我国人口细分与休闲服市场人口结构 二、年龄结构细分与休闲服市场消费结

构 三、地理位置细分市场与休闲服市场 第二节 休闲服消费者情况分析 一、我国休闲服消费现状的研究与分析 二、我国知识女性休闲服消费情况分析 三、高校学生休闲服消费特征分析 第三节 消费者购买偏好分析 一、品牌偏好分析 二、商品价格分析 三、流行趋势分析

第七章 中国休闲服销售及营销分析 第一节 中国休闲服的营销渠道 一、营销渠道的概念 二、服装销售渠道的结构及成员组成 三、批发商和零售商为传统的营销渠道 四、服装零售商的定义、作用 五、服装零售商的类型及简介 六、休闲服营销渠道的焦点变化 第二节 后奥运时代休闲服品牌的营销策略 一、明星效应 二、赛事赞助 三、公益营销 四、制造焦点 五、危机处理 六、体育营销 七、事件整合 第三节 中国休闲服市场各品类销售分析 一、T恤 二、牛仔 三、羽绒服 四、衬衫

第八章 中国休闲服装细分市场动态分析 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、时尚休闲的主要品牌 二、时尚休闲的特点 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

第九章 中国休闲服行业市场竞争格局分析 第一节 中国休闲服行业竞争现状分析 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 第二节 中国休闲服行业集中度分析 一、休闲服市场集中度分析 二、服装产量集中度分析 三、休闲服区域集中度分析 第三节 中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第十章 中国休闲服重点品牌企业竞争性财务指标分析 第一节 江苏波司登制衣有限公司 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 浙江高邦服饰集团有限公司 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 太子龙控股集团有限公司 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 浙江乔治白服饰股份有限公司 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 第五节 江苏喜登博服饰有限公司 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 惠来县源瀚制衣有限公司 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 第七节 江西宏福服装有限公司 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 第八节 沈阳黎明安娜服装有限公司 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 第九节 天津天石休闲用品有限公司 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 第十节晋江市亨佳斯服饰发展有限公司 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 第十一章 中国休闲服行业发展趋势分析 第一节 我国休闲服行业前景与机遇分析 一、我国休闲服竞争格局预测分析 二、纺织服装业预测分析 三、金融危机对休闲服的影响分析 第二节 中国休闲服市场趋势分析 一、休闲服需求预测分析 二、休闲服供给预测分析 三、休闲服流行趋势分析 第三节 中国休闲服市场盈利预测分析 第十二章 中国休闲服行业投资机会与风险分析 第一节 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 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 略••••完整报告请咨询客服 图表目录 图表：中国GDP总量及增长趋势图 图表：中国三产业增加值结构图 图表：中国CPI、PPI月度走势图 图表：我国城镇居民可支配收入增长趋势图 图表：我国农村居民人均纯收入增长趋势图 图表：中国城乡居民人均收入增长对比图 图表：中国城乡居民恩格尔系数对比表 图表：中国城乡居民恩格尔系数走势图 图表：中国工业增加值增长趋势图 图表：我国社会固定资产投资额走势图 图表：我国城乡固定资产投资额对比图 图表：我国财政收入支出走势图 图表：人民币兑美元汇率中间价 图表：人民币汇率中间价对照表 图表：中国货币供应量统计表 单位：亿元 图表：中国货币供应量的增速走势图 图表：中国外汇储备走势图 图表：中国外汇储备及增速变化图 图表：中国人民银行利率调整表 略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/428825.html>