

# 2010-2015年中国休闲服行业投资前景及深度研究分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国休闲服行业投资前景及深度研究分析报告》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/201008/45639.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

### 第一章 休闲服行业相关概述

#### 第一节 休闲服定义及分类

##### 一、休闲服的定义

##### 二、休闲服的种类

##### 三、休闲服的特性

#### 第二节 休闲服行业的界定

##### 一、行业经济特性

##### 二、产业链结构分析

#### 第三节 休闲服行业发展成熟度分析

##### 一、行业发展分析

##### 二、行业中外市场成熟度分析

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 休闲服行业发展现状分析

#### 第一节 我国休闲服行业发展现状

##### 一、我国休闲服行业发展现状

##### 二、我国休闲服设计现状分析

##### 三、我国休闲服产业发展的新思路

#### 第二节 2009-2010年休闲服行业发展分析

##### 一、2009-2010年休闲服业产销存运行分析

##### 二、2009-2010年休闲服行业利润情况分析

##### 三、2009-2010年休闲服行业发展周期分析

#### 第三节 中国休闲服行业供需分析

##### 一、中国休闲服市场需求分析

##### 二、2009年中国休闲服市场供给总量分析

##### 三、2009年中国休闲服市场需求分析

##### 四、2010年中国休闲服市场供给总量分析

##### 五、2010年中国休闲服市场需求分析

### 第三章 休闲服市场发展分析

## 第一节 2009年全球休闲服市场分析

### 一、2009年服装行业大事记

### 二、2009年中国服装市场回顾

## 第二节 2009年全球休闲服市场分析

### 一、2009年我国休闲服需求分析

### 二、2009年欧美休闲服需求分析

### 三、2009年中外休闲服市场对比分析

## 第三节 我国休闲服市场分析

### 一、休闲服市场分析

### 二、休闲服市场特点分析

### 三、休闲服市场变化的方向

### 四、2009年全国休闲服市场变化趋势分析

## 第四节 休闲服市场价格分析

### 一、休闲服市场价格影响因素分析

### 二、2009年休闲服市场价格走势分析

### 三、2009-2010年休闲服出厂价格分析

### 四、2009-2010年休闲服零售价格分析

### 五、2009-2010年休闲服市场价格分析

## 第五节 中国休闲服的营销渠道分析

### 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、2009年休闲服营销渠道的焦点变化

## 第六节 主要国家地区休闲服市场分析

### 一、2009年美国休闲服市场分析

### 二、2009年欧洲休闲服市场分析

### 三、2009年日本休闲服市场分析

### 四、2009年韩国休闲服市场分析

### 五、2009年其他国家休闲服市场

## 第四章 休闲服行业运行环境分析

### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 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、2010年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年休闲服行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响

### 第三节 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

## 第五章 休闲服行业经济运行分析

### 第一节 2009-2010年服装产量分析

- 一、2009年服装产量分析
- 二、2010年服装产量分析
- 三、2009-2010年重点省市服装产量分析

### 第二节 2009年我国休闲服行业绩效分析

- 一、2009年行业产销情况分析
- 二、2009年行业规模情况分析
- 三、2009年行业盈利能力分析
- 四、2009年行业经营发展能力分析

### 第三节 2009年休闲服行业经济运行分析

- 一、2009年经济运行情况分析
- 二、2009年服装市场销售情况分析

## 第六章 休闲服消费市场分析

### 第一节 2009年休闲服消费市场分析

- 一、2009年服装消费市场销售情况回顾

## 二、2009年休闲服消费市场分析

### 第二节 休闲服消费者市场细分

#### 一、2009年我国人口细分与休闲服市场人口结构分析

#### 二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构分析

#### 三、地理位置细分市场与休闲服市场分析

### 第三节 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

### 第四节 消费者购买偏好分析

#### 一、2009-2010年休闲服品牌偏好分析

#### 二、2009-2010年休闲服商品价格分析

#### 三、2009-2010年休闲服装流行趋势分析

## 第七章 休闲服细分市场分析

### 第一节 大众休闲

#### 一、大众休闲的特点分析

#### 二、大众休闲的主要品牌分析

#### 三、大众休闲品牌运营分析

### 第二节 运动休闲

#### 一、运动休闲的特点分析

#### 二、运动休闲的主要品牌分析

#### 三、运动休闲市场分析

### 第三节 时尚休闲

#### 一、时尚休闲的特点分析

#### 二、时尚休闲的主要品牌分析

### 第四节 户外休闲

#### 一、户外休闲的特点分析

#### 二、户外休闲的主要品牌分析

#### 三、户外休闲市场现状分析

## 第八章 休闲服行业运行指标分析

## 第一节 2009年中国休闲服行业总体规模分析

### 一、企业数量结构分析

### 二、行业生产规模分析

## 第二节 2009-2010年中国休闲服行业产销分析

### 一、行业产成品情况总体分析

### 二、行业产品销售收入总体分析

## 第三节 2009-2010年中国休闲服行业财务指标总体分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业营运能力分析

### 三、行业发展能力分析

## 第九章 休闲服行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

#### 一、2009年休闲服原材料价格走势

#### 二、2009年休闲服行业人工成本分析

### 第二节 产销运存分析

#### 一、2009年休闲服行业产销情况

#### 二、2009年休闲服行业库存情况

#### 三、2009年休闲服行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

#### 一、2009-2010年休闲服行业价格走势

#### 二、2009-2010年休闲服行业营业收入情况

#### 三、2009-2010年休闲服行业毛利率情况

#### 四、2009-2010年休闲服行业赢利能力

#### 五、2009-2010年休闲服行业赢利水平

#### 六、2010-2015年休闲服行业赢利分析

## 第十章 休闲服行业投资分析

### 第一节 2009年休闲服行业投资规模分析

#### 一、2009年总体投资及结构分析

#### 二、2009年投资规模情况分析

#### 三、2009年投资增速情况分析

## 第二节 2009年休闲服行业投资区域分析

- 一、2009年分地区投资分析
- 二、2009年外商投资情况分析

## 第十一章 休闲服行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业的竞争分析
- 二、新进入者的威胁分析
- 三、替代品的威胁分析
- 四、供应商的讨价还价能力分析
- 五、购买者的讨价还价能力分析

### 第二节 行业集中度分析

- 一、服装行业集中度分析
- 二、服装产业集群发展状况
- 三、影响服装产业集群因素分析
- 四、服装产业集群发展建议

### 第三节 中国休闲服行业竞争分析

- 一、美国休闲服巨人Gap2010年进军中国
- 二、意大利休闲品牌GANESH2010年进军中国
- 三、日本优衣库2010年进驻台湾

## 第十二章 休闲服企业竞争策略分析

### 第一节 休闲服市场竞争策略分析

- 一、2009年休闲服市场增长潜力分析
- 二、2009年休闲服主要潜力品种分析
- 三、现有休闲服产品竞争策略分析
- 四、潜力休闲服品种竞争策略选择分析
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 休闲服企业竞争策略分析

- 一、金融危机对休闲服行业竞争格局的影响分析
- 二、金融危机后休闲服行业竞争格局的变化分析

### 第三节 休闲服品牌的营销策略分析



- 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

## 第十三章 休闲服重点品牌企业竞争分析

### 第一节 班尼路Baleno

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、主要产品及各产品市场定位
- 四、产品投放区域格局
- 五、品牌竞争策略
- 六、2010-2015年发展战略、盈利能力分析

### 第二节 森马Semir

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、竞争优势分析
- 四、品牌竞争策略

### 第三节 以纯YISHION

- 一、企业概况
- 二、产品投放区域格局
- 三、竞争优势分析
- 四、2010-2015年发展战略、盈利能力分析及投资风险

### 第四节 美特斯邦威

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、产品投放区域格局
- 四、竞争优势分析
- 五、品牌市场份额

## 六、品牌竞争策略、渠道策略

### 第五节 真维斯JEANSWEST

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、竞争优势分析

#### 四、品牌市场份额

#### 五、品牌竞争策略、渠道策略

### 第六节 佐丹奴Giordano

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、竞争优势分析

#### 四、品牌竞争策略、渠道策略

#### 五、2010-2015年发展战略

### 第七节 李宁Lining

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、竞争优势分析

#### 四、产品线构成

#### 五、产品投放区域格局

#### 六、品牌竞争策略、渠道策略

#### 七、2010-2015年发展战略

### 第八节 杰克琼斯Jackjones（主要针对中国市场）

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、竞争优势分析

### 第九节 H&M（主要针对中国市场）

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、竞争优势分析

#### 四、品牌市场份额

### 第十节 ZARA（主要针对中国市场）

#### 一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、竞争优势分析

四、产品投放区域格局

五、品牌市场份额

六、品牌竞争策略、渠道策略

第十一节 优衣库UNIQLO（主要针对中国市场）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2009-2010年经营状况

四、2010-2015年发展战略

五、品牌市场份额

六、品牌竞争策略、渠道策略

七、产品投放区域格局

第十四章 2010-2015年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、我国休闲服行业发展前景

二、我国休闲服发展机遇分析

三、金融危机对休闲服的影响分析

第二节 2010-2015年中国休闲服市场趋势分析

一、2010-2015年休闲服发展趋势分析

二、2010-2015年休闲服市场发展空间分析

三、2010-2015年休闲服技术革新趋势

四、2010-2015年休闲服价格走势分析

第三节 2010-2015年休闲服区域市场发展趋势分析

一、2010-2015年华北地区行业发展趋势分析

二、2010-2015年东北地区行业发展趋势分析

三、2010-2015年华东地区行业发展趋势分析

四、2010-2015年华南地区行业发展趋势分析

五、2010-2015年华中地区行业发展趋势分析

六、2010-2015年西南地区行业发展趋势分析

七、2010-2015年西北地区行业发展趋势分析

#### 第四节 2010-2015年休闲服需求与消费分析

- 一、2010-2015年休闲服产品消费分析
- 二、2010-2015年休闲服市场规模分析
- 三、2010-2015年休闲服行业总产值分析
- 四、2010-2015年休闲服行业销售收入分析
- 五、2010-2015年休闲服行业总资产分析

#### 第五节 2010-2015年中国休闲服行业供需分析

- 一、2010-2015年中国休闲服产量分析
- 二、2010-2015年中国休闲服需求分析
- 三、2010-2015年中国休闲服供需平衡分析
- 四、2010-2015年中国休闲服产品价格分析

#### 第六节 2010-2015年休闲服行业竞争趋势分析

- 一、2010-2015年我国休闲服市场竞争趋势
- 二、2010-2015年休闲服行业竞争格局展望
- 三、2010-2015年休闲服行业竞争策略分析
- 四、2010-2015年休闲服企业竞争策略分析

### 第十五章 2010-2015年休闲服行业投资机会与投资风险分析

#### 第一节 休闲服行业投资效益分析

- 一、2009-2010年休闲服行业投资状况分析
- 二、2010-2015年休闲服行业投资效益分析
- 三、2010-2015年休闲服行业投资趋势分析
- 四、2010-2015年休闲服行业的投资方向分析
- 五、2010-2015年休闲服行业投资的建议分析

#### 第二节 2010-2015年影响休闲服行业发展的主要因素

- 一、2010-2015年影响休闲服行业运行的有利因素分析
- 二、2010-2015年影响休闲服行业运行的不利因素分析
- 三、2010-2015年我国休闲服行业发展面临的挑战分析
- 四、2010-2015年我国休闲服行业发展面临的机遇分析

#### 第三节 休闲服行业投资风险及控制策略分析

- 一、2010-2015年休闲服行业市场风险及控制策略
- 二、2010-2015年休闲服行业政策风险及控制策略

- 三、2010-2015年休闲服行业经营风险及控制策略
- 四、2010-2015年休闲服行业技术风险及控制策略
- 五、2010-2015年休闲服行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2010-2015年休闲服行业其他风险及控制策略

## 第十六章 2010-2015年休闲服行业投资战略分析

### 第一节 休闲服行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、信息化战略规划

### 第二节 对我国休闲服品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、休闲服实施品牌战略的意义
- 三、休闲服企业品牌的现状分析
- 四、休闲服企业的品牌营销
- 五、休闲服品牌战略管理的策略

### 第三节 休闲服企业经营管理策略

- 一、成本策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、重组策略
- 五、转型策略
- 六、营销策略
- 七、人力资源策略
- 八、国际合作策略

## 图表目录

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年1-11月全国针织服装产量

图表：2009年1-11月全国衬衫产量

图表：2009年1-11月年全国羽绒服产量

图表：2010年1-6月全国针织服装产量

图表：2010年1-6月全国衬衫产量

图表：2010年1-6月年全国羽绒服产量

图表：2009年1-10月我国规模以上服装企业生产情况

图图表：2009年1月服装出厂价格指数

图表：2009年2月服装出厂价格指数

图表：2009年3月服装出厂价格指数

图表：2009年4月服装出厂价格指数

图表：2009年5月服装出厂价格指数

图表：2009年6月服装出厂价格指数

图表：2009年7月服装出厂价格指数

图表：2009年8月服装出厂价格指数

图表：2009年9月服装出厂价格指数

图表：2009年10月服装出厂价格指数

图表：2009年11月服装出厂价格指数

图表：2009年12月服装出厂价格指数

图表：2010年1月服装出厂价格指数

图表：2010年2月服装出厂价格指数

图表：2010年3月服装出厂价格指数

图表：2010年4月服装出厂价格指数

图表：2010年5月服装出厂价格指数

图表：2009年1月服装零售价格指数

图表：2009年2月服装零售价格指数

图表：2009年3月服装零售价格指数

图表：2009年4月服装零售价格指数

图表：2009年5月服装零售价格指数

图表：2009年6月服装零售价格指数

图表：2009年7月服装零售价格指数

图表：2009年8月服装零售价格指数

图表：2009年9月服装零售价格指数

图表：2009年10月服装零售价格指数

图表：2009年11月服装零售价格指数

图表：2009年12月服装零售价格指数

图表：2010年1月服装零售价格指数

图表：2010年2月服装零售价格指数

图表：2010年3月服装零售价格指数

图表：2010年4月服装零售价格指数

图表：2010年5月服装零售价格指数

图表：销售渠道环节关系图

图表：2009年1-11月服装产量走势图

图表：2009年1-2月全国服装产量

图表：2009年2-3月全国服装产量

图表：2009年3-4月全国服装产量

图表：2009年4-5月全国服装产量

图表：2009年5-6月全国服装产量

图表：2009年6-7月全国服装产量

图表：2009年7-8月全国服装产量

图表：2009年8-9月全国服装产量

图表：2009年9-10月全国服装产量

图表：2009年10-11月全国服装产量

图表：2009年1-12全国服装产量

图表：2010年1-2月全国休闲服产量

图表：2010年2-3月全国服装产量

图表：2010年3-4月全国服装产量

图表：2010年4-5月全国服装产量

图表：2010年5-6月全国休闲服产量

图表：2009年1-2月重点省市服装产量

图表：2009年2-3月重点省市服装产量

图表：2009年3-4月重点省市服装产量

图表：2009年4-5月重点省市服装产量

图表：2009年5-6月重点省市服装产量

图表：2009年6-7月重点省市服装产量

图表：2009年7-8月重点省市服装产量

图表：2009年8-9月重点省市服装产量

图表：2009年9-10月重点省市服装产量

图表：2009年10-11月重点省市服装产量

图表：2009年11-12月重点省市服装产量

图表：2010年1-2月重点省市服装产量

图表：2010年2-3月重点省市服装产量

图表：2010年3-4月重点省市服装产量

图表：2010年4-5月重点省市服装产量

图表：2010年5-6月重点省市服装产量

图表：2009年1-11月份规模以上企业完成服装产量情况

图表：2003年-2009年服装行业生产情况

图表：规模以上企业产量同比

图表：2007-2009年消费及衣着消费增长情况

图表：大商场月度服装销售增幅情况

图表：2009年服装价格指数

图表：2006-2009年月度服装消费价格变化情况

图表：企业服装产品价格月度变化情况

图表：2007-2009年消费者信心指数

图表：品牌意识分析表一

图表：品牌意识分析表二

图表：品牌意识分析总图

图表：最经常购买的体恤单价

图表：经常购买的牛仔裤、休闲裤单价

图表：2009年十佳休闲服品牌



图表：2009年知名休闲服品牌

图表：2009年十佳T恤品牌榜

图表：2009年知名T恤品牌

图表：2009年休闲品牌中国驰名商标

图表：2008年东北地区夹克前十位品牌市场综合占有率

图表：2008年华东地区夹克前十位品牌市场综合占有率

图表：2008年中南地区夹克前十位品牌市场综合占有率

图表：2008年西北地区夹克前十位品牌市场综合占有率

图表：2008年西南地区夹克前五位品牌市场综合占有率

图表：2009年1-11月我国纺织服装业企业数量结构

图表：2010年1-6月我国纺织服装业企业数量结构

图表：2009年1-11月我国纺织服装业工业总产值统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业产成品情况统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业产成品情况统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业收入统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业收入统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业利润统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业利润统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业工业销售产值统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业工业销售产值统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业出口交货值统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业出口交货值统计

图表：2009年1-11月我国纺织服装业新产品产值统计

图表：2010年1-5月我国纺织服装业新产品产值统计

图表：产业集聚综合竞争力和传统竞争力之比较表

图表：2007-2009年德永佳集团有限公司业务表现及主要财务比率

图表：2007-2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售

图表：2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售

图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合利润表

图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合资产负债表

图表：2007-2009年德永佳集团中国大陆市场发展情况

图表：2007-2009年德永佳集团香港及澳门市场发展情况

图表：2007-2009年德永佳集团台湾市场发展情况

图表：2007-2009年德永佳集团新加坡市场发展情况

图表：2007-2009年德永佳集团马来西亚市场发展情况

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营构成

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司每股指标

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司获利能力

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司经营能力

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司偿债能力

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司资本结构

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司发展能力

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司现金流量

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司营业利润

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司利润总额

图表：2009-2010年美特斯邦威集团有限公司净利润

图表：2008年旭日集团有限公司损益表

图表：2008年旭日集团有限公司资产负债表

图表：2008年佐丹奴有限公司资产负债表

图表：2008年佐丹奴有限公司资产损益表

图表：2004-2009年李宁体育用品有限公司增长情况统计图

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司财务回顾

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司主要财务指标

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司资产负债表

图表：李宁体育用品有限公司2009年中期业绩摘要

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司按产品构成的收入划分

图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司各区域收入增长统计图

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：休闲服/牛仔裤品牌中国驰名商标

图表：休闲服装品牌行业重点企业暨行业著名品牌名录

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/45639.html>