

# 2022-2028年中国休闲服市场深度分析与投资战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国休闲服市场深度分析与投资战略咨询报告》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/202202/267059.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

休闲服（Casual wear），是人们在闲暇生活中从事各种活动所穿的服装。与sportswear有相当大比例的重合部分，常常可以互换使用。Casual wear也与一种现代生活方式高度相关，重视生活质量，强调闲暇生活重要的价值观导致了休闲服的流行。

随着国人收入的提高，服装消费不断增长。从2012-2017年间，我国服装类零售一直保持平稳增长趋势，2017年服装类零售总额达1.45万亿元，相比2012年的9778亿元增加了4779亿元。2018年服装类零售总额1.37万亿元，预计2019年服装类零售总额达到1.38万亿元。2018年我国商品消费总额为338271亿元，同比增长8.9%。2018年服装类消费占商品零售比重为4.05%，较2017年有所下滑。预计2019年服装类在商品零售中占比有所上升，达到4.16%。

2015-2019年中国服装类消费占商品零售比重走势预测

2018年中国服装行业细分市场规模占比情况

休闲服行业是服装市场中较为重要的细分行业，截至2017年，国内休闲服行业市场规模达7250亿元，市场规模较大，具有较高的发展潜力。从行业竞争格局来看，休闲服行业各类品牌的市占率都较低（通过比较休闲服行业总规模和休闲服公司的营收），行业竞争格局较为分散，且市场上存在很多国际品牌的竞争。休闲服品牌在中国销售情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国休闲服市场深度分析与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国休闲服行业市场发展环境、休闲服整体运行态势等，接着分析了中国休闲服行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服市场竞争格局。随后，报告对休闲服做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲服行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服产业有个系统的了解或者想投资中国休闲服行业，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 休闲服行业相关概述

1.1 休闲服行业定义

1.1.1 休闲服行业的定义

1.1.2 休闲服行业产品特点

1.2 休闲服行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 上游原材料市场及影响分析

2.1 织布行业的供需分析

2.1.1 我国布产量及产销率分析

2.1.2 我国棉布产量及产销率分析

2.1.3 我国化纤布产量及产销率分析

2.2 织布行业原材料价格走势

2.2.1 棉花市场价格分析

2.2.2 化学纤维市场价格

2.2.3 茧丝市场价格分析

2.3 织布行业的区域集中度分析

2.3.1 织布企业数量区域集中度分析

2.3.2 织布企业销售收入区域集中度

2.3.3 织布行业对休闲服行业的影响

第三章 2015-2019年中国休闲服行业发展环境分析

3.1 休闲服行业政策环境

3.1.1 相关产业政策

3.1.2 行业相关发展规划

3.1.3 政策环境对行业的影响

3.2 宏观经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响

3.3 休闲服行业社会环境分析

3.3.1 休闲服

产业社会环境3.3.2 社会环境对行业的影响3.4 休闲服行业技术环境分析3.4.3 行业主要技术发展趋势3.4.4 技术环境对行业的影响 第四章 全球休闲服所属行业发展概述4.1 2015-2019年全球休闲服所属行业发展情况概述4.1.1 全球休闲服行业发展现状4.1.2 全球休闲服行业发展特征4.2 2015-2019年全球主要地区休闲服所属行业发展状况4.2.1 欧洲4.2.2 美国4.2.3 韩国4.2.4 日本4.3 2022-2028年全球休闲服行业发展前景预测4.3.1 全球休闲服行业发展前景分析4.3.2 全球休闲服行业发展趋势分析4.4 全球休闲服行业重点企业发展动态分析4.4.1 Inditex公司4.4.2 H&M公司4.4.3 盖普公司4.4.4 迅销公司 第五章 中国休闲服所属行业发展概述5.1 中国休闲服所属行业发展状况分析5.1.1 中国休闲服行业发展阶段5.1.2 中国休闲服行业发展总体概况5.1.3 中国休闲服行业发展特点分析5.2 2015-2019年休闲服所属行业发展现状各品牌中国大陆地区销售收入增速(%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	佐丹奴	30.88						
	13.48	5.94	-4.79	16.81	6.51	15.38	25.21	15.36	-3.37	班尼路	40.57	53.13	13.34	5.37	11.59			
	22.84	13.04	9.55	28.51	22.73	真维斯	3.01	3.56	24.89	26.03	14.68	16.69	14.13	20.27	18.76			
	9.69	森马服饰(森马品牌)	-	-	-	-	-	-	-	16.86	美邦服饰	-	-	-	116.36			
	59.12	41.72	16.63	太平鸟	-	-	-	-	-	-	H&M	-	-	-	75.56			
	49.25	Fast Retailing	-	-	-	-	-	-	-	-	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	2018	2019	佐丹奴	-	9.06	13.92	-6.46	-9.01	-8.51	-8.16	-11.44	1.71	-1.07	班尼路	6.86			
	21.72	16.52	-15.33	-16.71	-2.05	-0.02	-13.38	-1.78	-18.95	真维斯	8.60	7.73	1.91	-8.25				
	-15.08	-28.13	-28.82	-	-	-	森马服饰(森马品牌)	46.38	19.46	-12.65	-4.04	4.70	10.26					
	3.61	0.59	20.55	-	美邦服饰	43.73	32.60	-4.37	-17.03	-16.08	-4.92	3.56	-0.72	18.62	-			
	太平鸟	-	-	44.12	49.35	30.48	18.09	7.06	12.99	7.98	-	H&M	63.36	49.33	38.33			
	23.94	4.62	15.62	6.41	19.91	-5.65	-	Fast Retailing	-	-	-	30.44	28.47	15.99	27.62	-		

5.2.1 2015-2019年中国休闲服所属行业市场规模5.2.2 2015-2019年中国休闲服所属行业发展分析5.2.3 2015-2019年中国休闲服企业发展分析5.3 行业产品设计投入与能力分析5.3.1 休闲服年均新上市款式数量分析5.3.2 休闲服行业产品系列与风格分析5.3.3 休闲服行业设计人员规模分析 第六章 休闲服市场销售渠道与发展策略分析6.1 休闲服行业销售渠道分析6.1.1 休闲服行业销售渠道6.1.2 休闲服购物中心销售渠道6.1.3 休闲服销售电子商务渠道6.2 休闲服行业供应链管理6.2.1 中国休闲服行业供应链管理现状分析6.2.2 国际领先品牌供应链管理模式的经验借鉴6.3 2015-2019年中国休闲服所属行业市场供需分析6.3.1 中国休闲服行业供给分析6.3.2 中国休闲服行业需求分析6.3.3 中国休闲服行业供需平衡6.4 2015-2019年中国休闲服所属行业财务指标总体分析6.4.1 行业盈利能力分析6.4.2 行业偿债能力分析6.4.3 行业营运能力分析6.4.4 行业发展能力分析 第七章 中国休闲服行业细分市场分析7.1 休闲服行业细分市场概况7.1.1 市场细分充分程度7.1.2 市场细分发展趋势7.1.3 市场细分战略研究7.1.4 细分市场结构分析7.2 大众休闲

服7.2.1 市场发展现状概述7.2.2 行业市场规模分析7.2.3 行业市场需求分析7.2.4 产品市场潜力分析7.3 商务休闲服7.3.1 市场发展现状概述7.3.2 行业市场规模分析7.3.3 行业市场需求分析7.3.4 产品市场潜力分析7.4 运动休闲服7.4.1 市场发展现状概述7.4.2 行业市场规模分析7.4.3 行业市场需求分析7.4.4 产品市场潜力分析7.5 户外休闲服7.5.1 市场发展现状概述7.5.2 行业市场规模分析7.5.3 行业市场需求分析7.5.4 产品市场潜力分析 第八章 中国休闲服行业市场竞争格局分析8.1 中国休闲服行业竞争格局分析8.1.1 休闲服行业区域分布格局8.1.2 休闲服行业企业规模格局8.1.3 休闲服行业企业性质格局8.2 中国休闲服行业竞争五力分析8.2.1 上游议价能力8.2.2 下游议价能力8.2.3 新进入者威胁8.2.4 替代产品威胁8.2.5 现有企业竞争8.3 中国休闲服行业竞争SWOT分析8.3.1 优势8.3.2 劣势8.3.3 机会8.3.4 威胁8.4 中国休闲服行业投资兼并重组整合8.4.1 投资兼并重组现状8.4.2 投资兼并重组案例8.5 中国休闲服行业重点企业竞争策略 第九章 中国休闲服行业领先企业竞争力分析9.1 德永佳集团有限公司9.1.1 企业发展基本情况9.1.2 企业主要产品9.1.3 企业竞争优势9.1.4 企业经营状况9.1.5 企业最新发展动态9.1.6 企业发展战略9.2 佐丹奴国际有限公司9.2.1 企业发展基本情况9.2.2 企业主要产品9.2.3 企业竞争优势9.2.4 企业经营状况9.2.5 企业最新发展动态9.2.6 企业发展战略9.3 旭日企业有限公司9.3.1 企业发展基本情况9.3.2 企业主要产品9.3.3 企业竞争优势9.3.4 企业经营状况9.3.5 企业最新发展动态9.3.6 企业发展战略9.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司9.4.1 企业发展基本情况9.4.2 企业主要产品9.4.3 企业竞争优势9.4.4 企业经营状况9.4.5 企业最新发展动态9.4.6 企业发展战略9.5 浙江森马服饰股份有限公司9.5.1 企业发展基本情况9.5.2 企业主要产品9.5.3 企业竞争优势9.5.4 企业经营状况9.5.5 企业最新发展动态9.5.6 企业发展战略9.6 东莞市以纯集团有限公司9.6.1 企业发展基本情况9.6.2 企业主要产品9.6.3 企业竞争优势9.6.4 企业经营状况9.6.5 企业最新发展动态9.6.6 企业发展战略9.7 温州市拜丽德集团有限公司9.7.1 企业发展基本情况9.7.2 企业主要产品9.7.3 企业竞争优势9.7.4 企业经营状况9.7.5 企业最新发展动态9.7.6 企业发展战略9.8 广东波顿时装有限公司9.8.1 企业发展基本情况9.8.2 企业主要产品9.8.3 企业竞争优势9.8.4 企业经营状况9.8.5 企业最新发展动态9.8.6 企业发展战略9.9 堡狮龙国际集团有限公司9.9.1 企业发展基本情况9.9.2 企业主要产品9.9.3 企业竞争优势9.9.4 企业经营状况9.9.5 企业最新发展动态9.9.6 企业发展战略9.10 广东圣玛田服饰有限公司9.10.1 企业发展基本情况9.10.2 企业主要产品9.10.3 企业竞争优势9.10.4 企业经营状况9.10.5 企业最新发展动态9.10.6 企业发展战略 第十章 2022-2028年中国休闲服行业发展趋势与前景分析10.1 2022-2028年中国休闲服市场发展前景10.1.1 2022-2028年休闲服市场发展潜力10.1.2 2022-2028年休闲服市场发展前景展望10.1.3 2022-2028年休闲服细分行业发展前景分析10.2 2022-2028年中国休闲服市场发展趋势预测10.2.1 2022-2028年休闲服行业发展趋势10.2.2 2022-2028年休闲服市场规模预测10.2.3 2022-2028年休闲服行业应用趋势预测10.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测10.3 2022-2028年中国休闲服行业供需预测10.3.1 2022-2028年中国休闲服

行业供给预测10.3.2 2022-2028年中国休闲服行业需求预测10.3.3 2022-2028年中国休闲服供需平衡预测 第十一章 2022-2028年中国休闲服行业投资前景11.1 休闲服行业投资特性11.1.1 休闲服行业进入壁垒11.1.2 休闲服行业盈利模式11.1.3 休闲服行业盈利因素11.2 休闲服行业投资机会11.2.1 产业链投资机会11.2.2 细分市场投资机会11.2.3 重点区域投资机会11.2.4 产业发展的空白点11.3 休闲服行业投资风险11.3.1 休闲服行业政策风险11.3.2 宏观经济风险11.3.3 市场竞争风险11.3.4 关联产业风险11.3.5 产品结构风险11.3.6 技术研发风险11.3.7 其他投资风险11.4 休闲服行业投资潜力与建议11.4.1 休闲服行业投资潜力11.4.2 休闲服行业最新投资动态11.4.3 休闲服行业投资机会与建议 第十二章 2022-2028年中国休闲服企业投资战略与客户策略分析12.1 休闲服企业发展战略规划背景意义12.1.1 企业转型升级12.1.2 企业做大做强12.1.3 企业可持续发展12.2 休闲服企业战略规划策略分析12.2.1 战略综合规划12.2.2 技术开发战略12.2.3 区域战略规划12.2.4 产业战略规划12.2.5 营销品牌战略12.2.6 竞争战略规划 第十三章 研究结论及建议13.1 研究结论（ ）13.2建议13.2.1 行业发展策略建议13.2.2 行业投资方向建议（ ） 图表目录：图表：休闲服行业特点图表：休闲服行业生命周期图表：休闲服行业产业链分析图表：2015-2019年休闲服行业市场规模分析图表：2022-2028年休闲服行业市场规模预测图表：中国休闲服行业盈利能力分析图表：中国休闲服行业运营能力分析图表：中国休闲服行业偿债能力分析图表：中国休闲服行业发展能力分析图表：中国休闲服行业经营效益分析图表：2015-2019年休闲服重要数据指标比较图表：2015-2019年中国休闲服行业销售情况分析图表：2015-2019年中国休闲服行业利润情况分析图表：2015-2019年中国休闲服行业资产情况分析图表：2015-2019年中国休闲服竞争力分析图表：2022-2028年中国休闲服产能预测图表：2022-2028年中国休闲服消费量预测图表：2022-2028年中国休闲服市场前景预测更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267059.html>