

# 2024-2030年中国纺织服装行业市场深度分析及投资策略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国纺织服装行业市场深度分析及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/light/930501.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 2019-2023年国际纺织服装行业分析

#### 1.1 国际纺织服装行业发展概况

##### 1.1.1 全球纺织服装行业规模

##### 1.1.2 全球纺织服装行业发展现状

##### 1.1.3 全球纺织服装企业发展状况

##### 1.1.4 全球纺织服装市场竞争分析

##### 1.1.5 欧洲纺织服装行业消费规模

#### 1.2 美国

#### 1.3 韩国

#### 1.4 日本

#### 1.5 其他国家和地区

##### 1.5.1 欧盟

##### 1.5.2 俄罗斯

##### 1.5.3 孟加拉

##### 1.5.4 越南

### 第二章 2019-2023年中国纺织服装行业发展环境分析

#### 2.1 纺织服装行业政治法律环境（P）

##### 2.1.1 行业主要政策法规

##### 2.1.2 政策环境对行业的影响

#### 2.2 行业经济环境分析（E）

##### 2.2.1 经济发展现状分析

##### 2.2.2 当前经济主要问题

##### 2.2.3 未来经济运行与政策展望

##### 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

#### 2.3 行业社会环境分析（S）

### 2.3.1 纺织服装产业社会环境

### 2.3.2 社会环境对行业的影响

## 2.4 行业技术环境分析 (T)

### 2.4.1 纺织服装技术分析

### 2.4.2 行业主要技术发展趋势

### 2.4.3 技术环境对行业的影响

## 第三章 2019-2023年中国纺织服装所属行业深度分析

### 3.1 中国纺织服装行业发展背景综述

#### 3.1.1 产业链发展分析

#### 3.1.2 国际市场需求复苏

#### 3.1.3 国内市场消费升级

#### 3.1.4 行业发展特点分析

#### 3.1.5 企业经营成本较高

### 3.2 2019-2023年中国纺织服装所属行业运营状况分析

#### 3.2.1 所属行业销售规模

#### 3.2.2 所属行业经营效益

#### 3.2.3 企业发展分析

### 3.3 2019-2023年中国纺织服装业产业集群解析

#### 3.3.1 产业集群基本概述

#### 3.3.2 产业集群面临机遇

#### 3.3.3 产业集群面临挑战

#### 3.3.4 集群发展影响因素

#### 3.3.5 产业集群发展战略

### 3.4 2019-2023年纺织服装行业品牌发展分析

#### 3.4.1 纺织服装品牌发展特点

#### 3.4.2 纺织服装奢侈品牌发展

#### 3.4.3 本土品牌发展分析

#### 3.4.4 本土品牌发展策略

#### 3.4.5 品牌推广策略分析

### 3.5 中国纺织服装行业发展面临的问题分析

#### 3.5.1 行业面临困境

#### 3.5.2 行业存在问题

#### 3.5.3 行业发展难题

#### 3.5.4 产业升级障碍

### 3.6 中国纺织服装行业发展策略分析

#### 3.6.1 行业发展对策建议

#### 3.6.2 行业对应解决措施

#### 3.6.3 品牌价值提升战略

#### 3.6.4 产业升级对策分析

## 第四章 2019-2023年中国纺织服装所属行业财务状况

### 4.1 中国纺织服装所属行业经济规模

#### 4.1.1 2019-2023年纺织服装业所属行业销售规模

#### 4.1.2 2019-2023年纺织服装业所属行业利润规模

#### 4.1.3 2019-2023年纺织服装业所属行业资产规模

### 4.2 中国纺织服装所属行业盈利能力指标分析

#### 4.2.1 2019-2023年纺织服装业所属行业销售毛利率

#### 4.2.2 2019-2023年纺织服装业所属行业成本费用利润率

#### 4.2.3 2019-2023年纺织服装业所属行业销售利润率

### 4.3 中国纺织服装所属行业营运能力指标分析

#### 4.3.1 2019-2023年纺织服装业所属行业应收账款周转率

#### 4.3.2 2019-2023年纺织服装业所属行业流动资产周转率

#### 4.3.3 2019-2023年纺织服装业所属行业总资产周转率

### 4.4 中国纺织服装所属行业偿债能力指标分析

#### 4.4.1 2019-2023年纺织服装业所属行业资产负债率

#### 4.4.2 2019-2023年纺织服装业所属行业利息保障倍数

### 4.5 中国纺织服装所属行业财务状况综合评价

## 第五章 2019-2023年中国纺织服装所属行业市场发展分析

### 5.1 纺织服装市场发展特征分析

#### 5.1.1 纺织服装消费行为特征

#### 5.1.2 主力消费群体特征

#### 5.1.3 智能纺织服装消费潜力

### 5.2 中国纺织服装市场竞争状况分析

#### 5.2.1 市场集中度分析

#### 5.2.2 品牌竞争状况

#### 5.2.3 渠道竞争状况

#### 5.2.4 行业竞争格局

#### 5.2.5 竞争力影响因素

## 5.3 中国纺织服装专业市场运行分析

### 5.3.1 市场运行现状

### 5.3.2 市场景气指数

### 5.3.3 市场结构分析

### 5.3.4 市场发展态势

## 5.4 中国纺织服装电子商务市场分析

### 5.4.1 市场发展状况

### 5.4.2 市场交易规模

### 5.4.3 B2B协同发展

### 5.4.4 网络零售规模

### 5.4.5 专业市场升级

### 5.4.6 基础服务建设

## 第六章 2019-2023年中国纺织服装加工行业发展深度分析

### 6.1 中国服务加工业发展综述

#### 6.1.1 行业发展状况

#### 6.1.2 成本管理分析

#### 6.1.3 企业经营模式

#### 6.1.4 主要问题分析

#### 6.1.5 转型升级对策

### 6.2 纺织服装加工数字化生产线构建分析

#### 6.2.1 主要建设背景

#### 6.2.2 总体技术方案

#### 6.2.3 主要组成部分

#### 6.2.4 设备联网功能

#### 6.2.5 管控系统软件

#### 6.2.6 应用影响分析

### 6.3 中国纺织服装加工行业竞争结构分析

#### 6.3.1 产业内现有企业的竞争

#### 6.3.2 潜在进入者的威胁

#### 6.3.3 替代品的威胁

#### 6.3.4 供应商的议价能力

#### 6.3.5 购买者讨价还价能力

### 6.4 中国纺织服装加工行业SWOT分析

#### 6.4.1 优势 ( strength )

- 6.4.2 劣势 ( weakness )
- 6.4.3 机会 ( opportunity )
- 6.4.4 威胁 ( threat )
- 6.5 中国纺织服装加工行业投资风险分析
  - 6.5.1 火灾和爆炸
  - 6.5.2 营业中断风险
  - 6.5.3 机器损坏风险
  - 6.5.4 雇主责任风险
  - 6.5.5 产品责任风险
  - 6.5.6 环境污染风险
  - 6.5.7 公众责任风险
- 6.6 中国纺织服装加工行业重点客户实施战略
  - 6.6.1 实施重点客户战略的必要性
  - 6.6.2 合理确立重点客户
  - 6.6.3 重点客户战略管理
  - 6.6.4 重点客户管理功能
- 6.7 纺织服装加工企业GSD标准工时实施路径
  - 6.7.1 传统纺织服装企业主要管理问题
  - 6.7.2 GSD标准工时概念与引进意义
  - 6.7.3 GSD标准工时实施方案
  - 6.7.4 GSD标准工时实施效果

## 第七章 2019-2023年中国部分地区纺织服装行业发展分析

- 7.1 广东
  - 7.1.1 加工业产量分析
  - 7.1.2 市场销售分析
  - 7.1.3 区域出口市场分析
  - 7.1.4 行业发展效益分析
  - 7.1.5 行业固定资产投资
- 7.2 江苏
  - 7.2.1 纺织服装业发展综述
  - 7.2.2 消费市场发展分析
  - 7.2.3 市场采购贸易试点
  - 7.2.4 加工业产量分析
  - 7.2.5 技术品牌制约因素

#### 7.2.6 纺织服装版型技术作用

#### 7.2.7 技术品牌构建策略

#### 7.2.8 企业竞争力提升建议

### 7.3 浙江

#### 7.3.1 区域发展成就

#### 7.3.2 温州发展状况

#### 7.3.3 重点企业分析

#### 7.3.4 主要发展问题

#### 7.3.5 未来发展目标

### 7.4 安徽

#### 7.4.1 区域发展现状

#### 7.4.2 安庆市发展状况

#### 7.4.3 区域发展空间

#### 7.4.4 区域发展问题

#### 7.4.5 产业发展建议

### 7.5 新疆

#### 7.5.1 区域发展现状

#### 7.5.2 加工业产量分析

#### 7.5.3 产业投资状况

#### 7.5.4 产业发展建议

#### 7.5.5 产业发展规划

### 7.6 其它地区

#### 7.6.1 河北

#### 7.6.2 河南

#### 7.6.3 福建

## 第八章 2019-2023年女装所属行业发展分析

### 8.1 中国女装行业发展分析

#### 8.1.1 行业发展特点

#### 8.1.2 市场份额占比

#### 8.1.3 行业发展规模

#### 8.1.4 行业区域格局

#### 8.1.5 市场规模预测

### 8.2 中国女装市场竞争分析

#### 8.2.1 行业竞争特点分析



- 8.2.2 高端市场品牌格局
- 8.2.3 市场品牌竞争格局
- 8.2.4 高端品牌经营状况
- 8.3 2019-2023年中国女装电商发展分析
  - 8.3.1 女装网购价位格局
  - 8.3.2 女装网店商城分布
  - 8.3.3 女装电商平台销售规模
  - 8.3.4 女装网购决策因素分析
- 8.4 中国女装行业存在的问题及对策分析
  - 8.4.1 行业突出矛盾
  - 8.4.2 行业发展策略
  - 8.4.3 自主品牌培育
  - 8.4.4 渠道建设策略
  - 8.4.5 市场营销策略
- 8.5 中国女装市场发展展望
  - 8.5.1 行业发展趋势
  - 8.5.2 市场发展方向
  - 8.5.3 产品发展趋势

## 第九章 2019-2023年男装所属行业发展分析

- 9.1 2019-2023年国外男装产业发展状况
  - 9.1.1 产业主要发展脉络
  - 9.1.2 市场增速逐步上升
  - 9.1.3 市场变化特点分析
  - 9.1.4 美国男装进出口情况
  - 9.1.5 意大利男装市场分析
  - 9.1.6 俄罗斯男装消费分析
  - 9.1.7 国内外男装市场特点对比
- 9.2 2019-2023年中国男装所属行业发展状况
  - 9.2.1 行业发展态势
  - 9.2.2 网购市场崛起
  - 9.2.3 内销价格指数
  - 9.2.4 行业景气指数
  - 9.2.5 市场需求特点
- 9.3 中国男装产业集群分布

- 9.3.1 我国男装市场分布格局
- 9.3.2 福建男装品牌发展状况
- 9.3.3 福建石狮男装产业集群
- 9.3.4 江苏常熟男装产业集群
- 9.3.5 浙江温州男装产业集群
- 9.3.6 浙江宁波男装产业集群
- 9.3.7 广东惠城男装产业集群
- 9.4 男装市场品牌发展分析
  - 9.4.1 品牌发展格局
  - 9.4.2 品牌发展态势
  - 9.4.3 品牌运营模式
  - 9.4.4 品牌创新策略
  - 9.4.5 品牌发展趋势
- 9.5 男装产业竞争格局解析
  - 9.5.1 竞争力影响因素
  - 9.5.2 行业竞争主体分析
  - 9.5.3 国内企业竞争动态
  - 9.5.4 中日男装竞争模式
  - 9.5.5 市场竞争态势分析
  - 9.5.6 企业核心竞争力
  - 9.5.7 品牌竞争力问题
  - 9.5.8 竞争力提升策略
- 9.6 中国男装行业存在问题及对策分析
  - 9.6.1 企业存在问题
  - 9.6.2 市场发展对策
  - 9.6.3 市场销售策略
- 9.7 中国男装行业未来发展分析
  - 9.7.1 行业发展趋势
  - 9.7.2 产业发展方向
  - 9.7.3 设计趋势分析
  - 9.7.4 定制趋势加强

## 第十章 2019-2023年童装所属行业发展分析

- 10.1 2019-2023年童装所属行业整体发展分析
  - 10.1.1 产业生命周期

- 10.1.2 市场规模分析
- 10.1.3 市场发展特征
- 10.1.4 人均消费水平
- 10.1.5 行业监管政策
- 10.1.6 产业发展特征
- 10.1.7 产业结构状况
- 10.1.8 区域发展格局
- 10.2 2019-2023年中国童装市场竞争格局
- 10.2.1 企业运营状况
- 10.2.2 企业竞争布局
- 10.2.3 市场融资动态
- 10.2.4 跨界企业进入
- 10.3 童装网购市场发展分析
- 10.3.1 童装电商市场规模状况
- 10.3.2 童装电商市场竞争状况
- 10.3.3 产品质量成为发展短板
- 10.3.4 网购童装市场监管加强
- 10.3.5 线上线下互动发展趋势
- 10.4 中大童装市场剖析
- 10.4.1 中大童装市场需求
- 10.4.2 中大童装市场状况
- 10.4.3 中大企业面临的问题
- 10.5 2019-2023年中国童装品牌的发展分析
- 10.5.1 童装发展品牌市场的背景
- 10.5.2 童装企业自主品牌的发展
- 10.5.3 高端童装品牌销售渠道透析
- 10.5.4 中国十大童装品牌分析
- 10.5.5 我国童装品牌格局分析
- 10.5.6 童装品牌细分市场定位
- 10.5.7 童装市场品牌塑造策略
- 10.6 中国童装消费市场剖析
- 10.6.1 童装消费的主要特征
- 10.6.2 影响童装消费的因素
- 10.6.3 童装消费水平多层次
- 10.6.4 童装市场消费需求现状

- 10.6.5 童装个性化消费来临
- 10.7 部分地区童装市场分析
  - 10.7.1 山东省即墨市
  - 10.7.2 浙江省织里镇
  - 10.7.3 广州童装批发市场
  - 10.7.4 东莞童装批发城
- 10.8 童装产业存在的问题及对策
  - 10.8.1 成人化问题
  - 10.8.2 安全健康问题
  - 10.8.3 品牌意识不强
  - 10.8.4 文化底蕴不足
  - 10.8.5 市场发展策略
  - 10.8.6 柔性供应链模式
- 10.9 中国童装行业前景趋势分析
  - 10.9.1 政策机遇分析
  - 10.9.2 需求机遇分析
  - 10.9.3 发展前景展望
  - 10.9.4 市场需求趋向
  - 10.9.5 产业发展趋势

## 第十一章 2019-2023年内衣所属行业发展分析

- 11.1 2019-2023年国际内衣行所属行业发展分析
  - 11.1.1 市场发展态势
  - 11.1.2 行业发展特征
  - 11.1.3 运动内衣市场火热
  - 11.1.4 市场发展新动向
  - 11.1.5 主要国家的发展
  - 11.1.6 产业规模预测
- 11.2 2019-2023年中国内衣产业发展状况
  - 11.2.1 产业链环节
  - 11.2.2 行业发展综述
  - 11.2.3 行业发展热点
  - 11.2.4 资本市场动态
  - 11.2.5 高端市场发展
- 11.3 中国盐步内衣指数统计分析

- 11.3.1 内衣指数简介
- 11.3.2 内衣价格水平
- 11.3.3 产业景气程度
- 11.3.4 内衣时尚水平
- 11.3.5 指数趋势展望
- 11.4 2019-2023年中国内衣市场竞争格局
  - 11.4.1 市场竞争差异化
  - 11.4.2 内衣品牌企业排名
  - 11.4.3 重点企业运营状况
  - 11.4.4 微商布局线下市场
  - 11.4.5 跨界企业布局
  - 11.4.6 国际品牌布局
  - 11.4.7 区域生产格局
- 11.5 内衣细分产品发展分析
  - 11.5.1 针织内衣
  - 11.5.2 保暖内衣
  - 11.5.3 少女内衣
  - 11.5.4 男性内衣
  - 11.5.5 儿童内衣
  - 11.5.6 孕妇内衣
- 11.6 部分地区内衣产业分析
  - 11.6.1 浙江
  - 11.6.2 深圳
  - 11.6.3 盐步
- 11.7 中国内衣行业存在问题及对策分析
  - 11.7.1 行业存在问题
  - 11.7.2 企业面临挑战
  - 11.7.3 行业发展策略
  - 11.7.4 经销商资源整合
  - 11.7.5 营运系统策略
  - 11.7.6 企业突围策略
- 11.8 中国内衣市场未来的发展
  - 11.8.1 产业升级机遇
  - 11.8.2 行业发展趋势
  - 11.8.3 模式发展趋势

#### 11.8.4 内衣穿着趋势

### 第十二章 2019-2023年休闲装及运动装发展分析

#### 12.1 2019-2023年中国休闲装行业发展概况

##### 12.1.1 品牌发展格局

##### 12.1.2 上市企业状况

##### 12.1.3 上市企业布局

##### 12.1.4 区域发展格局

##### 12.1.5 市场规模预测

#### 12.2 中国主要地区休闲装发展分析

##### 12.2.1 江苏海虞镇

##### 12.2.2 福建石狮市

##### 12.2.3 广东虎门镇

#### 12.3 休闲装细分产品发展分析

##### 12.3.1 美式风格休闲服

##### 12.3.2 商务休闲装

##### 12.3.3 时尚休闲装

##### 12.3.4 青春休闲服

#### 12.4 2019-2023年运动装市场发展分析

##### 12.4.1 市场规模状况

##### 12.4.2 品牌指数排名

##### 12.4.3 企业运营状况

##### 12.4.4 资本市场动态

##### 12.4.5 未来发展预测

#### 12.5 休闲装面临的问题及发展策略分析

##### 12.5.1 主要发展问题

##### 12.5.2 企业发展问题

##### 12.5.3 品牌定位差异化

##### 12.5.4 企业发展方向

##### 12.5.5 企业经营思路

#### 12.6 中国休闲运动纺织服装市场前景趋势

##### 12.6.1 市场发展趋向

##### 12.6.2 产品发展方向

##### 12.6.3 消费趋势分析

##### 12.6.4 时装化发展趋势

## 12.6.5 高性能发展趋势

## 第十三章 2019-2023年羽绒服行业发展分析

### 13.1 中国羽绒服行业概况

#### 13.1.1 行业发展综述

#### 13.1.2 行业发展特点

#### 13.1.3 市场普及率分析

#### 13.1.4 行业标准化进展

### 13.2 2019-2023年中国羽绒服市场发展分析

#### 13.2.1 生产环节分析

#### 13.2.2 市场发展态势

#### 13.2.3 市场品牌排行

#### 13.2.4 市场竞争压力

### 13.3 2023年中国羽绒服线上市场销售分析

#### 13.3.1 男装羽绒服

#### 13.3.2 女装羽绒服

#### 13.3.3 运动品牌羽绒服

#### 13.3.4 传统品牌羽绒服

### 13.4 中国羽绒纺织服装市场存在的问题

#### 13.4.1 品牌及管理问题

#### 13.4.2 产品销售渠道问题

#### 13.4.3 中小品牌面临的挑战

### 13.5 中国羽绒服市场的发展趋势

#### 13.5.1 品牌集中度高

#### 13.5.2 面辅料需求提升

#### 13.5.3 产品发展方向

### 13.6 龙头企业案例分析——波司登

#### 13.6.1 企业发展概况

#### 13.6.2 市场销量情况

#### 13.6.3 收入情况分析

#### 13.6.4 企业发展策略

## 第十四章 2019-2023年职业装行业发展分析

### 14.1 中国职业装行业发展概况

#### 14.1.1 产品特点介绍

- 14.1.2 行业发展现状
- 14.1.3 产业链深度合作
- 14.1.4 衬衫加工业介绍
- 14.1.5 行业发展规划
- 14.2 2019-2023年中国职业装市场分析
  - 14.2.1 职业装市场分类
  - 14.2.2 职业装市场特征
  - 14.2.3 职业装市场分析
  - 14.2.4 职业工装市场概述
  - 14.2.5 职业工装市场规模
- 14.3 2019-2023年中国职业装品牌分析
  - 14.3.1 品牌发展历程
  - 14.3.2 品牌化发展趋势
  - 14.3.3 品牌存在问题
  - 14.3.4 品牌创新策略
- 14.4 职业装行业存在的问题及发展对策
  - 14.4.1 行业面临的问题
  - 14.4.2 行业转型策略
  - 14.4.3 行业创新思路
  - 14.4.4 行业发展建议
  - 14.4.5 细分领域拓展策略
- 14.5 中国职业装市场的前景趋势
  - 14.5.1 市场发展空间
  - 14.5.2 市场发展趋势
  - 14.5.3 市场需求提升
  - 14.5.4 未来发展目标

## 第十五章 2019-2023年中国纺织服装所属行业进出口分析

- 15.1 2019-2023年中国纺织品纺织服装对外贸易总体分析
  - 15.1.1 2022年贸易分析
  - 15.1.2 2023年贸易分析
- 15.2 2019-2023年中国纺织服装行业对外贸易分析
  - 15.2.1 出口总量分析
  - 15.2.2 出口行情分析
  - 15.2.3 出口主要国家地区分析



#### 15.2.4 主要出口企业分析

### 15.3 2019-2023年中国衬衫行业市场对外贸易分析

#### 15.3.1 衬衫贸易整体情况

#### 15.3.2 男衬衫贸易分析

#### 15.3.3 女衬衫贸易分析

## 第十六章 2019-2023年纺织服装市场竞争分析

### 16.1 国际纺织服装市场竞争态势分析

#### 16.1.1 纺织服装产业价值链分析

#### 16.1.2 北美纺织服装市场竞争态势

#### 16.1.3 亚洲纺织服装行业竞争态势

#### 16.1.4 欧洲纺织服装企业竞争力分析

#### 16.1.5 中国纺织服装企业竞争力分析

### 16.2 国外纺织服装品牌在华竞争情况

#### 16.2.1 品牌竞争优势分析

#### 16.2.2 竞争格局变化情况

#### 16.2.3 快时尚品牌竞争力

#### 16.2.4 休闲装品牌竞争形势

### 16.3 2019-2023年国内纺织服装市场竞争分析

#### 16.3.1 行业竞争结构分析

#### 16.3.2 国内市场竞争现状

#### 16.3.3 哑铃型品牌竞争格局

#### 16.3.4 设计师品牌竞争力分析

#### 16.3.5 纺织服装业线上市场竞争形势

#### 16.3.6 纺织服装行业竞争趋势分析

### 16.4 2019-2023年童装市场竞争分析

#### 16.4.1 童装市场竞争激烈

#### 16.4.2 童装市场竞争格局

#### 16.4.3 国内童装品牌排名

#### 16.4.4 高中低端品牌竞争分析

### 16.5 纺织服装企业市场竞争模式解析

#### 16.5.1 快速反应模式

#### 16.5.2 服务差异化模式

#### 16.5.3 目标集聚模式

### 16.6 纺织服装行业的竞争策略分析

- 16.6.1 应对国际竞争的战略
- 16.6.2 提高产业竞争力的对策
- 16.6.3 打造品牌竞争力的策略
- 16.6.4 品牌竞争战略案例分析

## 第十七章 2019-2023年纺织服装行业营销分析

- 17.1 纺织服装行业销售渠道概述
  - 17.1.1 零售百货商场
  - 17.1.2 纺织服装专业市场
  - 17.1.3 连锁专卖店
  - 17.1.4 纺织服装超市（折扣店）
  - 17.1.5 “店中店”模式
  - 17.1.6 网络市场销售
- 17.2 中国纺织服装营销市场概况
  - 17.2.1 纺织服装消费影响因素
  - 17.2.2 重视移动网络营销
  - 17.2.3 纺织服装营销存在的缺陷
  - 17.2.4 品牌营销存在的问题
  - 17.2.5 营销渠道存在的矛盾
- 17.3 纺织服装行业营销策略分析
  - 17.3.1 营销策略制定原则
  - 17.3.2 会员制营销策略
  - 17.3.3 文化营销分析
  - 17.3.4 视觉营销分析
  - 17.3.5 色彩营销分析
  - 17.3.6 运用RFID技术
- 17.4 互联网环境下纺织服装营销策略研究
  - 17.4.1 线下线上结合销售模式
  - 17.4.2 注重纺织服装品牌的塑造
  - 17.4.3 建立网络数据库营销
  - 17.4.4 品牌差异化推广策略
  - 17.4.5 整合营销与推广策略
- 17.5 童装市场营销策略分析
  - 17.5.1 主要营销策略
  - 17.5.2 定位营销策略

- 17.5.3 营销渠道分析
- 17.5.4 营销创新发展
- 17.5.5 色彩营销策略
- 17.5.6 目标市场营销
- 17.6 其他纺织服装细分产品营销策略
- 17.6.1 打造内衣终端策略
- 17.6.2 内衣终端促销方式
- 17.6.3 体育纺织服装营销策略
- 17.6.4 老年纺织服装营销策略

## 第十八章 中国纺织服装行业上市公司分析

- 18.1 雅戈尔集团股份有限公司
  - 18.1.1 企业发展概况
  - 18.1.2 经营效益分析
  - 18.1.3 业务经营分析
  - 18.1.4 财务状况分析
  - 18.1.5 核心竞争力分析
  - 18.1.6 公司发展战略
- 18.2 宁波杉杉股份有限公司
  - 18.2.1 企业发展概况
  - 18.2.2 经营效益分析
  - 18.2.3 业务经营分析
  - 18.2.4 财务状况分析
  - 18.2.5 核心竞争力分析
  - 18.2.6 公司发展战略
- 18.3 报喜鸟控股股份有限公司
  - 18.3.1 企业发展概况
  - 18.3.2 经营效益分析
  - 18.3.3 业务经营分析
  - 18.3.4 财务状况分析
  - 18.3.5 核心竞争力分析
  - 18.3.6 公司发展战略
- 18.4 福建七匹狼实业股份有限公司
  - 18.4.1 企业发展概况
  - 18.4.2 经营效益分析

- 18.4.3 业务经营分析
- 18.4.4 财务状况分析
- 18.4.5 核心竞争力分析
- 18.4.6 公司发展战略
- 18.5 江苏红豆实业股份有限公司
  - 18.5.1 企业发展概况
  - 18.5.2 经营效益分析
  - 18.5.3 业务经营分析
  - 18.5.4 财务状况分析
  - 18.5.5 核心竞争力分析
  - 18.5.6 公司发展战略
- 18.6 湖北美尔雅股份有限公司
  - 18.6.1 企业发展概况
  - 18.6.2 经营效益分析
  - 18.6.3 业务经营分析
  - 18.6.4 财务状况分析
  - 18.6.5 核心竞争力分析
  - 18.6.6 公司发展战略
- 18.7 上海开开实业股份有限公司
  - 18.7.1 企业发展概况
  - 18.7.2 经营效益分析
  - 18.7.3 业务经营分析
  - 18.7.4 财务状况分析
  - 18.7.5 核心竞争力分析
  - 18.7.6 公司发展战略
- 18.8 浙江森马服饰股份有限公司
  - 18.8.1 企业发展概况
  - 18.8.2 经营效益分析
  - 18.8.3 业务经营分析
  - 18.8.4 财务状况分析
  - 18.8.5 核心竞争力分析
  - 18.8.6 公司发展战略

## 第十九章 中国纺织服装行业其他品牌企业介绍

### 19.1 男装主要生产企业介绍

- 19.1.1 罗蒙
- 19.1.2 庄吉
- 19.1.3 柒牌
- 19.2 女装主要生产企业介绍
  - 19.2.1 艾格
  - 19.2.2 日播时尚
  - 19.2.3 莫名
- 19.3 休闲装主要生产企业介绍
  - 19.3.1 以纯
  - 19.3.2 班尼路
  - 19.3.3 真维斯
  - 19.3.4 美特斯邦威
- 19.4 运动装主要生产企业介绍
  - 19.4.1 耐克
  - 19.4.2 阿迪达斯
  - 19.4.3 李宁
  - 19.4.4 安踏

## 第二十章 中国纺织服装行业投资动态分析

- 20.1 上市公司在纺织服装行业投资动态分析
  - 20.1.1 投资项目综述
  - 20.1.2 投资区域分布
  - 20.1.3 投资模式分析
  - 20.1.4 典型投资案例
- 20.2 纺织服装行业上市公司投资动态分析
  - 20.2.1 投资规模统计
  - 20.2.2 投资区域分布
  - 20.2.3 投资模式分析
  - 20.2.4 典型投资案例

## 第二十一章 纺织服装行业投资潜力分析

- 21.1 2019-2023年国际纺织服装行业投资概况
  - 21.1.1 国外服饰企业并购状况
  - 21.1.2 缅甸成纺织服装投资热土
  - 21.1.3 美国纺织服装制造业回流

#### 21.1.4 非洲纺织服装业投资机会

### 21.2 2019-2023年中国纺织服装行业投资状况

#### 21.2.1 行业投资规模

#### 21.2.2 资本并购现状

#### 21.2.3 行业投资特征

### 21.3 中国纺织服装行业投资机遇分析

#### 21.3.1 借互联网实现弯道超车

#### 21.3.2 资本驱动资源整合

#### 21.3.3 主业并购延伸

#### 21.3.4 快时尚生产方式

#### 21.3.5 个性化定制

### 21.4 纺织服装专业市场投资分析

#### 21.4.1 投资模式及其影响

#### 21.4.2 投资火热的成因

#### 21.4.3 对外投资情况

#### 21.4.4 市场投资机遇

### 21.5 中国纺织服装产业投资壁垒分析

#### 21.5.1 资金壁垒

#### 21.5.2 技术壁垒

#### 21.5.3 政策壁垒

#### 21.5.4 品牌壁垒

#### 21.5.5 营销网络壁垒

#### 21.5.6 人才壁垒

### 21.6 中国纺织服装产业投资建议

#### 21.6.1 行业投资导向

#### 21.6.2 市场布局策略

#### 21.6.3 品牌运营思路

## 第二十二章 2024-2030年纺织服装行业发展前景分析

### 22.1 世界纺织服装行业发展前景分析

#### 22.1.1 零售市场规模预测

#### 22.1.2 行业发展趋势分析

#### 22.1.3 电商渠道份额上升

#### 22.1.4 亚洲区域发展前景良好

### 22.2 中国纺织服装行业前景展望

- 22.2.1 行业未来前景
- 22.2.2 行业发展趋势
- 22.2.3 行业发展方向
- 22.3 “十四五”中国纺织服装行业发展分析
  - 22.3.1 发展形势
  - 22.3.2 发展方向
  - 22.3.3 重点任务
- 22.4 2024-2030年中国纺织服装行业预测分析
  - 22.4.1 2024-2030年中国纺织服装行业影响因素分析
  - 22.4.2 2024-2030年中国纺织服装行业收入预测
  - 22.4.3 2024-2030年中国纺织服装行业利润预测

图表目录：

- 图表1 2019-2023年全球纺织服装产品实际销售额及同比增速
  - 图表2 2019-2023年全球纺织服装产品出口情况
  - 图表3 2019-2023年美国纺织服装品实际销售额
  - 图表4 2023年美国纺织服装进口单价对比统计表
  - 图表5 2023年美国纺织服装进口份额统计表
  - 图表6 2019-2023年美国纺织服装产品消费情况
  - 图表7 纺织服装产业链架构
  - 图表8 制造业产业链基本结构
  - 图表9 2019-2023年日本纺织服装产品销售情况
  - 图表10 2019-2023年日本纺织服装产品消费与进口情况
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/light/930501.html>