

2020-2025年中国服装行业发展趋势预测及投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国服装行业发展趋势预测及投资规划研究报告》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/clothing/642122.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

服装，是衣服鞋包及装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为：缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。

服装在人类社会发展的早期就已出现，当时古人将一些材料做成粗陋的“衣服”，穿在身上。人类最初的衣服多用兽皮，而裹身的最早“织物”是用麻和草等纤维制成。对社会来说，服装已经是遮体、装饰的生活必需品，不仅仅为穿，还是一个身份、一种生活态度、一个展示个人魅力的表现。

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：

第一部分 全球服装行业研究

第一章 服装行业相关概述

第一节 服装行业的定义和分类

一、服装的定义

二、服装的分类

1、按服装的基本形态分类

2、按服装的穿着组合、用途、面料、制作工艺分类

3、按HS编码分类

4、按针织服装的生产和加工特点分类

5、按其他方式分类

三、服装行业周期

第二节 服装行业发展概述

一、服装行业的发展特点

二、服装产业链现状及整合

三、服装产业发展逐渐向中西部转移

四、服装产业集群概况及主要特征

五、纺织服装行业产业集群发展趋势

第二章 全球服装行业发展分析

第一节 2015-2019年全球服装市场分析

一、全球服装市场发展现状

二、全球服装产量攀升

三、新兴市场零售需求快速增长

四、国内外服装行业发展对比分析

第二节 2015-2019年全球服装市场形势分析

- 一、全球三大服装零售巨头连锁物流分析
- 二、全球品牌服装陈列技巧分析
- 三、2019年全球服装市场持续低迷
- 四、2019年全球三大主要地区纺织服装进口减少
- 五、全球服装行业六大发展趋势

第三节 美国服装市场分析

- 一、美国服装市场现状
- 二、美国服装市场零售分析
- 三、美国服装市场消费分析
- 四、美国服装进口分析

第四节 法国服装市场分析

- 一、法国服装市场现状
- 二、法国服装销售分析
- 三、法国服装消费分析
- 四、法国服装进出口分析

第五节 意大利服装市场分析

- 一、意大利服装市场现状
- 二、意大利服装市场特征
- 三、意大利服装对外贸易分析

第六节 日本服装市场分析

- 一、日本服装市场现状
- 二、日本服装行业特点
- 三、日本服装竞争手段分析
- 四、日本服装对外发展分析

第七节 韩国服装市场分析

- 一、韩国服装市场现状
- 二、韩国服装营销方式
- 三、韩国服装发展战略

第八节 其他地区服装市场分析

- 一、南非
- 二、印度
- 三、印尼
- 四、越南

五、秘鲁

六、孟加拉

第三章 全球服装设计分析

第一节 全球服装之都分析

一、巴黎：“服装中心的中心”

二、米兰：“时尚之都”

三、伦敦：“创意之都”

四、纽约：“世界时尚之都”

五、东京：“时尚之都”

第二节 全球服装十大顶级品牌

一、唐纳·卡兰

二、路易·威登

三、夏奈尔

四、范思哲

五、迪奥

六、gucci

七、Valentino Garavani

八、PRADA

九、GUESS

十、giorgio armani

第三节 全球服装设计分析

一、服装设计概述

二、服装设计原则

三、服装设计过程

四、全球著名的服装设计师

五、韩国服装设计技巧分析

六、日本服装设计分析

七、欧美服装设计趋势

第四章 服装跨国公司发展分析

第一节 男装跨国公司在中国发展分析

一、Hugo Boss

二、Zegna

三、Dunhill

四、Armani

第二节 女装跨国公司在中国的发展分析

一、艾格 (Etam)

二、Esprit

三、ZARA

四、H&M

第三节 童装跨国公司在的发展分析

一、美国迪斯尼公司 (Disney)

二、时代华纳公司 (TimeWarner)

三、韩国阿卡邦 (agabang)

四、美国耐克公司 (nike)

五、德国阿迪达斯 (adidas)

六、日本樱桃小丸子

第四节 内衣跨国公司在的发展分析

一、德国黛安芬

二、日本华歌尔

三、西班牙 (LittleKiss)

第二部分 中国服装行业研究

第五章 中国服装行业发展状况分析

第一节 中国服装行业发展状况分析

一、中国服装行业发展总体概况

二、中国服装行业发展主要特点

1、产业资源重新配置

2、产业集群是服装业跨越性发展的重要特征

3、行业发展负重前行

4、服装价格指数上涨

5、外贸增长方式正在转变

三、中国服装行业主要经济效益影响因素分析

四、服装行业经营情况分析

第二节 2015-2019年服装行业的发展

一、2018年中国服装产业经济运行分析

二、2019年中国服装行业经济运行概况

三、2019年中国服装行业经济运行现状

第三节 服装产品设计与自主品牌发展分析

一、服装产品设计现状与发展趋势分析

1、国际服装产品设计现状

2、中国服装产品设计现状

3、2015-2019年服装产品设计动向分析

4、服装产品未来设计方向分析

二、服装产品设计与自主品牌发展分析

1、中国服装产品自主品牌发展政策与规划

2、中国服装企业自主品牌与设计发展现状

3、中国服装企业自主品牌与设计发展方向

4、中国服装企业自主品牌发展建议

第四节 2015-2019年服装行业品牌分析

一、中国服装品牌发展的主要特点

二、服装商业品牌成行业亮点

三、剖析我国服装品牌问题主要成因

四、中国服装行业自主品牌探索之路

五、振兴规划提升服装产业自主品牌建设

六、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态

第五节 2015-2019年服装行业库存分析

一、服装企业应保持适量库存

二、服装品牌库存清理方法比较分析

三、举办库存服装特卖会的十个要点

四、服装经销商库存消化策略

第六节 2015-2019年服装行业信息化分析

一、中国服装行业信息化发展概况

二、服装企业信息管理主要对象及流程

三、服装业信息化管理面临的问题

四、服装企业生产信息化存在的两个难点

五、浅析服装行业信息化发展策略

六、中小服装企业信息化发展的要点

第七节 2015-2019年服装行业面临的问题及发展对策

一、中国服装业发展中存在的主要问题

二、中国服装业发展中存在的不足

三、中国服装品牌代理商存在的主要问题

四、我国服装产业转型升级面临的挑战及对策

五、服装行业品牌价值提升的四大战略

第六章 中国服装产业集群分析

第一节 服装产业集群概况

一、服装产业集群概念

二、服装产业集群分布概况

三、服装产业集群特征

第二节 服装产业集群发展进步分析

- 一、品牌化发展带动产业由数量竞争向价值竞争迈进
- 二、人才集聚和培育带动产业创新能力提升
- 三、产业链整合提升集群功能灵活性
- 四、公共服务平台和配套设施的完善助推区域产业进步

第三节 影响服装产业集群发展的重要因素

- 一、政府作用
- 二、专业市场作用
- 三、集群创新能力
- 四、企业引进的植根性问题
- 五、集群内部有机性问题
- 六、公共服务平台建设
- 七、产业链建设

第四节 服装产业集群发展模式研究

- 一、以发展都市工业为契机打造服装文化时尚之都
- 二、以配套齐全为特征打造完美产业链条
- 三、以外向型经济为主打造服装出口基地
- 四、以中小企业为依托打造服装特色城镇

第五节 服装产业集群发展建议

- 一、立足区域优势、置身全球资源链
- 二、注重学习和创新、塑造集群持续生命力
- 三、控制规模提高效率、培育扶植领军企业

第六节 服装产业集群发展规划

- 一、服装产业集群发展阶段进步变化
- 二、服装产业集群转型规划分析
- 三、服装产业集群“总部经济”战略

第七章 中国服装行业经济运行分析

第一节 2019年服装行业经济运行回顾

- 一、2019年经济环境对服装行业的负面影响
- 二、2019年服装出口新兴市场增长强劲
- 三、2019年国内服装市场消费总体向好
- 四、2019年服装行业供给和投资运行情况
- 五、2019年服装行业运行质量情况

第二节 2019年服装行业经济运行现状

- 一、2019年服装行业出口市场运行分析
- 二、2019年服装行业内销市场运行分析
- 三、2019年服装企业生产和运营运行分析
- 四、2019年服装企业电子商务运行分析

第三节 2019年服装行业经济运行形势分析

- 一、2019年服装行业出口下降的原因
- 二、2019年服装行业消费低迷的影响因素
- 三、2019年服装行业企业效益下降的原因
- 四、2019年服装市场仍要扩大内需促进行业发展
- 五、2019年服装企业稳中求进的策略

第四节 中国纺织服装行业经济指标分析

一、2015-2019年纺织服装制造行业总体规模分析

- 1、2015-2019年数量结构
- 2、2015-2019年资产规模
- 3、2015-2019年主营收入规模
- 4、2015-2019年主营成本规模
- 5、2015-2019年费用规模
- 6、2015-2019年利润规模

二、2015-2019年纺织服装制造所属行业产销分析

- 1、2015-2019年产成品情况
- 2、2015-2019年产品销售收入

三、2015-2019年纺织服装制造所属行业盈利能力分析

- 1、2015-2019年销售利润率
- 2、2015-2019年成本费用利润率
- 3、2015-2019年亏损面

四、2015-2019年纺织服装制造所属行业偿债能力分析

- 1、2015-2019年资产负债比率
- 2、2015-2019年利息保障倍数

五、2015-2019年纺织服装制造所属行业营运能力分析

- 1、2015-2019年应收帐款周转率
- 2、2015-2019年总资产周转率

六、2015-2019年纺织服装制造所属行业发展能力分析

- 1、2015-2019年总资产增长率
- 2、2015-2019年利润总额增长率

3、2015-2019年主营业务收入增长率

第五节 2015-2019年服装产量分析

一、服装产量分析

1、2013-2019年服装产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区服装产量分析

二、西服套装产量分析

1、2013-2019年西服套装产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区西服套装产量分析

三、衬衫产量分析

1、2013-2019年衬衫产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区衬衫产量分析

四、羽绒服产量分析

1、2013-2019年羽绒服产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区羽绒服产量分析

五、针织服装产量分析

1、2013-2019年针织服装产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区针织服装产量分析

六、梭织服装产量分析

1、2013-2019年梭织服装产量增长趋势

2、2015-2019年主要地区梭织服装产量分析

七、皮革服装产量分析

第三部分 中国服装市场分析

第八章 中国服装消费市场分析

第一节 2015-2019年服装消费市场分析

一、消费者群体规模概况

二、2015-2019年内地中产消费者消费特征分析

三、消费升级对纺织服装行业的影响

四、服装消费越来越重视品牌和个性

第二节 影响服装消费需求的因素分析

一、社会文化

二、流行趋势

三、服装的基本功能与特征

四、商品名称

五、商标

六、商品价格

七、商品广告

八、消费者收入

第三节 服装消费者调查研究

一、基本特征分析

二、不同地区消费者调查分析

三、不同收入消费者调查分析

四、不同年龄消费者调查分析

五、不同性别消费者调查分析

六、主要产品消费者调查研究

第九章 中国服装市场营销分析

第一节 服装市场营销概况

一、中国服装行业的营销环境

二、中国服装行业网络营销总体分析

三、中国服装行业营销存在的缺陷

四、中国服装行业营销渠道存在的矛盾

五、中国服装行业营销方式存在的不足

第二节 服装市场营销渠道分析

一、服装市场营销渠道关键因素

二、服装行业商业模式分析

1、传统生产模式

2、虚拟经营模式

3、仓储式模式

4、网络营销模式

三、服装市场分销模式分析

1、自营模式

2、特许加盟模式

3、批发模式

4、经销商模式

四、服装市场细分渠道分析

1、百货商场

2、购物中心

3、专卖连锁

4、超级市场

5、批发市场

6、网络销售市场

7、展会

第三节 服装市场新型营销方式分析

- 一、时尚服装品牌的植入式营销方式
- 二、服装品牌的“手机营销”方式
- 三、服装行业引进互联网人际营销方式
- 四、网络试衣间的营销新方式
- 五、服装行业的微博营销方式

第四节 服装行业营销策略研究

- 一、服装行业国际营销策略分析
- 二、服装蓝海营销策略分析
- 三、服装营销的“色彩”战略
- 四、服装展会营销策略分析
- 五、服装文化营销策略分析

第五节 服装企业的定制营销策略研究

- 一、建立数据库掌握顾客需求
- 二、用柔性制造提速定制服务
- 三、敏捷供应链为定制护航
- 四、用网络提供互动平台

第六节 服装行业电子商务发展分析

- 一、电子商务在服装行业中的运用
- 二、服装业开展电子商务的益处
- 三、服装行业电子商务发展分析
- 四、中国服装电子商务呈强劲增长态势
- 五、我国服装业电子商务发展回顾
- 六、我国服装业电子商务的发展现状
- 七、未来服装行业电子商务发展趋势分析
- 八、服装行业发展电子商务对策

第十章 中国服装出口市场分析

第一节 2015-2019年服装出口环境分析

- 一、美国服装贸易政策及走势分析
- 二、欧盟服装贸易政策及走势分析
- 三、日本服装贸易政策及走势分析
- 四、东南亚服装贸易政策及走势分析
- 五、中国服装出口政策及走势分析

第二节 2015-2019年服装出口市场分析

一、2019年服装出口市场分析

- 1、2019年服装出口市场特点
- 2、2019年服装出口国分析
- 3、2019年主要省市服装出口分析
- 4、2019年主要服装类别出口分析

二、2019年服装出口市场分析

- 1、2019年服装出口市场特点
- 2、2019年服装出口国分析
- 3、2019年主要省市服装出口分析
- 4、2019年主要服装类别出口分析

第三节 中国服装出口主要竞争对手分析

- 一、印度服装出口分析
- 二、越南服装出口分析
- 三、孟加拉服装出口分析
- 四、泰国服装出口分析
- 五、韩国服装出口分析
- 六、缅甸服装出口分析

第四节 中国服装出口对策建议

- 一、中国服装出口优势分析
- 二、中国服装出口问题分析
- 三、中国服装出口相关建议

第十一章 2019年服装行业市场发展形势分析

第一节 2019年服装出口形势分析

- 一、间接国际市场依赖比直接依赖更大
- 二、涨价营造繁荣的局面渐行渐远
- 三、新兴市场金额增幅远高于数量
- 四、东部省市出口处低位稳定态势
- 五、化纤服装出口量值齐增
- 六、产业链对出口存在协同依赖性

第二节 2019年服装内需市场形势分析

- 一、商业企业改革与工业企业商业化亟待协调
- 二、服装服饰消费增幅呈回落趋势
- 三、传统商业投入产出比越来越低
- 四、商业模式创新直击成本分解能力
- 五、新产品占比低未能反映实际价格

六、有效缓解库存

七、需求性库存与单纯性过剩

第三节 2019年服装市场发展形势变化分析

一、未来产量不再有20%左右增长

二、中西部地区需求增量极具潜力

三、服装产业生态格局应形成多元化错位竞争

四、财务费用高增幅印证融资难度

五、人均效益提高为行业发展亮点

六、构建合理有效的产业生态格局

第四部分 服装行业全景调研

第十二章 中国服装行业细分市场分析

第一节 按消费人群特征细分产品市场分析

一、中国男装市场发展分析

1、中国男装市场发展总体概况

2、2015-2019年男装市场经营情况分析

3、中国男装市场竞争现状分析

二、中国女装市场发展分析

1、中国女装市场发展总体概况

2、2015-2019年女装市场经营情况分析

3、中国女装市场竞争现状分析

三、中国童装市场发展分析

1、中国童装市场发展总体概况

2、2015-2019年童装市场经营情况分析

3、中国童装市场竞争现状分析

第二节 按穿着场合不同细分产品市场分析

一、休闲服市场分析

1、中国休闲服市场发展总体概况

2、2015-2019年休闲服市场经营情况分析

3、中国休闲服市场竞争现状分析

二、运动服市场分析

1、中国运动服市场发展总体概况

2、2015-2019年运动服市场经营情况分析

3、中国运动服市场竞争现状分析

三、职业装市场分析

1、中国职业装市场发展总体概况

2、2015-2019年职业装市场经营情况分析

3、中国职业装市场竞争现状分析

第三节 按产品功能不同细分产品市场分析

一、内衣市场分析

1、中国内衣市场发展总体概况

2、2015-2019年内衣市场经营情况分析

3、中国内衣市场竞争现状分析

二、羽绒服市场分析

1、中国羽绒服市场发展总体概况

2、2015-2019年羽绒服市场经营情况分析

3、中国羽绒服市场竞争现状分析

三、家居服市场分析

1、中国家居服市场发展总体概况

2、2015-2019年家居服市场经营情况分析

3、中国家居服市场竞争现状分析

四、牛仔服市场分析

1、中国牛仔服市场发展总体概况

2、2015-2019年牛仔服市场经营情况分析

3、中国牛仔服市场竞争现状分析

第十三章 中国服装原料及机械设备行业分析

第一节 2015-2019年服装面料市场分析

一、2015-2019年服装面料市场供给分析

二、2020-2025年服装面料市场趋势分析

第二节 2015-2019年拉链市场分析

一、2015-2019年拉链市场供给分析

二、2020-2025年拉链市场趋势分析

第三节 2015-2019年衬布市场分析

一、2015-2019年衬布市场供给分析

二、2020-2025年衬布市场趋势分析

第四节 2015-2019年缝制机械市场

一、2015-2019年缝制机械市场供给分析

二、2020-2025年缝制机械市场趋势分析

第五部分 服装行业竞争格局

第十四章 中国服装主要区域市场分析

第一节 广东省服装行业发展分析

一、广东省服装市场发展分析

二、2015-2019年广东省服装行业供需分析

三、2020-2025年广东省服装市场发展趋势

第二节 浙江省服装行业发展分析

一、浙江省服装市场发展分析

二、2015-2019年浙江省服装行业供需分析

三、2020-2025年浙江省服装市场发展趋势

第三节 江苏省服装行业发展分析

一、江苏省服装市场发展分析

二、2015-2019年江苏省服装行业供需分析

三、2020-2025年江苏省服装市场发展趋势

第四节 福建省服装行业发展分析

一、福建省服装市场发展分析

二、2015-2019年福建省服装行业供需分析

三、2020-2025年福建省服装市场发展趋势

第五节 安徽省服装行业发展分析

一、安徽省服装市场发展分析

二、2015-2019年安徽省服装行业供需分析

三、2020-2025年安徽省服装市场发展趋势

第六节 山东省服装行业发展分析

一、山东省服装市场发展分析

二、2015-2019年山东省服装行业供需分析

三、2020-2025年山东省服装市场发展趋势

第七节 湖南省服装行业发展分析

一、湖南省服装市场发展分析

二、2015-2019年湖南省服装行业供需分析

三、2020-2025年湖南省服装市场发展趋势

第十五章 中国服装行业竞争分析

第一节 服装行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 2015-2019年服装市场竞争力分析

- 一、中国纺织服装行业竞争力探析
- 二、中国纺织服装行业国际竞争力分析
- 三、中国服装行业品牌竞争力分析
- 四、中国服装行业SWOT分析

第三节 2015-2019年服装市场竞争分析

- 一、服装行业竞争升级分析
- 二、国内外服装品牌全面展开竞争
- 三、国内服装市场全面竞争时代来临
- 四、服装市场“品牌竞争时代”分析

第四节 2015-2019年服装企业竞争模式分析

- 一、快速反应模式
- 二、服务差异化模式
- 三、目标集聚模式

第五节 服装行业竞争策略分析

- 一、中国服装行业国际竞争战略分析
- 二、提高服装行业竞争力的对策措施
- 三、打造服装行业品牌竞争力的策略

第十六章 服装行业重点企业分析

第一节 雅戈尔集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 江苏红豆实业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 宁波杉杉股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 湖北美尔雅股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 上海开开实业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 新洋丰农业科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 美年大健康产业控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 山东新郎希努尔集团

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六部分 服装行业趋势预测

第十七章 中国服装行业发展前景分析

第一节 2020-2025年服装市场发展前景

一、2020-2025年服装市场发展潜力分析

二、2020-2025年服装市场发展方向分析

二、2020-2025年服装市场发展前景分析

第二节 2020-2025年女装市场发展展望

一、2020-2025年女装市场发展趋势

二、2020-2025年女装产品发展趋势

三、2020-2025年高级女装市场及品牌发展走势

第三节 2020-2025年男装市场发展展望

一、2020-2025年男装行业发展趋势

二、2020-2025年男装行业发展方向

三、2020-2025年男装高端市场前景

第四节 2020-2025年童装市场发展展望

一、2020-2025年童装市场发展展望

二、2020-2025年童装发展主流趋向

三、2020-2025年童装行业发展预测

第五节 2020-2025年内衣市场发展展望

一、2020-2025年内衣市场发展前景

二、2020-2025年内衣市场发展展望

第十八章 中国服装行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年服装行业发展趋势

一、2020-2025年服装外部资源和内部要素发展趋势

二、2020-2025年服装行业创新趋势

三、2020-2025年服装产业链发展趋势

第二节 2020-2025年服装市场发展趋势

一、2020-2025年服装品牌发展趋势

二、2020-2025年服装市场竞争趋势

三、2020-2025年服装市场消费趋势

四、2020-2025年服装营运模式趋势

五、2020-2025年服装企业战略发展和现代管理趋势

第七部分 服装行业投资战略

第十九章 中国服装行业投资分析

第一节 2020-2025年服装行业投资风险分析

一、2020-2025年服装行业产品结构风险预测

二、2020-2025年服装行业政策风险预测

三、2020-2025年服装行业技术风险预测

四、2020-2025年服装行业供求风险预测

五、2020-2025年服装行业其他风险预测

第二节 2020-2025年服装行业投资前景分析

一、服装行业投资前景分析

二、防静电服装投资前景分析

三、针织服装投资前景分析

四、智能服装投资前景分析

五、童装市场投资前景分析

第三节 2020-2025年服装市场投资机会分析

一、纺织服装行业蕴藏投资机遇

二、品牌服装市场具有投资机会

三、服装品牌网购市场投资机会

四、个性定制服装市场投资机会

第四节 2020-2025年服装市场投资建议

一、服装行业进入和退出壁垒

二、服装市场投资策略分析

三、服装细分市场投资策略分析

四、对服装品牌投资利益最大化的建议

第二十章 中国服装行业品牌战略分析

第一节 服装品牌发展战略研究

一、中国服装必须走品牌创新之路

二、服装品牌的精神「AK LT」

三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解

四、应对国际服装品牌的战略

第二节 服装企业品牌定位策略

一、服装目标消费者确定分析

二、服装品牌文化内涵分析

三、服装品牌的市场策略分析

第三节 服装行业发展战略研究

一、服装纺织行业转型升级的战略机遇期

二、服装行业原创品牌战略研究

三、纺织服装行业可持续发展战略研究

四、纺织服装行业扩大内需战略研究

第四节 服装企业发展战略研究

一、服装企业多品牌战略研究

二、服装企业消费市场战略研究

三、服装企业领导者的资本战略能力研究

图表目录：

图表：我国纺织服装行业生命周期图示

图表：2015-2019年纺织服装、鞋、帽制造业销售收入及增速

图表：2015-2019年纺织服装、鞋、帽制造业利润总额及增速

图表：2015-2019年纺织服装、鞋、帽制造业销售收入及增速

图表：2015-2019年纺织服装、鞋、帽制造业利润总额及增速

图表：2015-2019年服装规模以上企业产量增幅情况示意图

图表：2015-2019年服装月度出口金额情况示意图

图表：2015-2019年服装月度出口数量情况示意图

图表：2015-2019年服装出口单价情况示意图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/642122.html>