2023-2028年中国纺织服装行业市场深度分析及投资潜力预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国纺织服装行业市场深度分析及投资潜力预测报告》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/843246.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 2018-2022年国际纺织服装所属行业分析
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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年纺织服装业所属行业销售规模
4.1.2 2018-2022年纺织服装业所属行业利润规模
4.1.3 2018-2022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 2018-2022年纺织服装业所属行业销售毛利率
4.2.2 2018-2022年纺织服装业所属行业成本费用利润率
4.2.3 2018-2022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 2018-2022年纺织服装业所属行业应收账款周转率
4.3.2 2018-2022年纺织服装业所属行业流动资产周转率
4.3.3 2018-2022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 2018-2022年纺织服装业所属行业资产负债率
4.4.2 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年男装所属行业发展分析
9.1 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年童装所属行业发展分析
10.1 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年内衣所属行业发展分析
11.1 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年休闲装及运动装发展分析
12.1 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年中国纺织服装所属行业进出口分析
15.1 2018-2022年中国纺织品纺织服装对外贸易总体分析
15.1.1 2021年贸易分析
15.1.2 2022年贸易分析
15.2 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2023-2028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 2023-2028年中国纺织服装行业预测分析
22.4.1 2023-2028年中国纺织服装行业影响因素分析
22.4.2 2023-2028年中国纺织服装行业收入预测
22.4.3 2023-2028年中国纺织服装行业利润预测
图表目录：
图表1 2018-2022年全球纺织服装产品实际销售额及同比增速
图表2 2018-2022年全球纺织服装产品出口情况
图表3 2018-2022年美国纺织服装品实际销售额
图表4 2022年美国纺织服装进口单价对比统计表
图表5 2022年美国纺织服装进口份额统计表
图表6 2018-2022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 2018-2022年日本纺织服装产品销售情况
图表10 2018-2022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/843246.html