

2016-2022年中国裤子行业运营现状调查及十三五 投资定位分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国裤子行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/250838250838.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国裤子行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

报告简介

第一部分裤子产业环境透视

第一章裤子行业市场环境及影响分析（pest）

第一节裤子行业政治法律环境（p）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、裤子行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

第三节行业社会环境分析（s）

一、裤子产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（t）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第二章中国裤子行业商业模式分析

第一节行业发展模式分析

一、男女裤专业模式

二、男女裤组合模式

三、品类组合模式

四、裤子加饰品模式

五、轻系列化模式

六、系列化模式

第二节裤子行业商业运营模式分析

一、传统生产模式

二、虚拟经营模式

三、竞合模式

四、仓储式模式

五、网络营销模式

第三节裤子行业分销模式

一、自营模式

二、特许加盟模式

三、批发模式

四、经销商模式

五、网络销售模式

六、百货商场（主题购物中心）

七、品牌专卖店

八、超级市场

九、批发兼零售市场

十、outlet

第四节裤子行业典型商业模式案例分析

一、柯桥模式：中国轻纺城

二、义乌模式：义乌国际商贸城

三、常熟模式：常熟服装城

四、天雅模式：北京天雅大厦

五、世贸模式：上海世贸商城

六、白马模式：广州白马服装市场

七、华南模式：深圳华南城

八、美邦模式：美特斯邦威直营店

九、淘宝模式：阿里巴巴淘宝商城

十、地一模式：人和地一大道

十一、名购模式：温州名购

十二、凡客模式：凡客诚品

第二部分裤子行业深度分析

第三章中国裤子行业细分产品市场分析

第一节行业产品结构特征分析

一、服装行业产品市场概况

二、裤子行业产品结构分析

1、按性别分类

2、按面料和外观分类

第二节中国裤业男裤市场分析

一、中国男裤产销市场分析

二、中国男裤品牌格局分析

三、中国男裤消费特征分析

1、童年消费特征

2、少年消费特征

3、青年消费特征

4、中老年消费特征

四、中国男裤产品风格分析

1、职业类

2、休闲类

3、时尚类

五、中国男裤产品类型分析

1、西裤市场分析

2、休闲裤市场分析

3、牛仔裤市场分析

六、中国男裤发展趋势解析

1、流行趋势

2、产品趋势

七、中国男裤市场前景预测

第三节中国裤业女裤市场分析

一、中国女裤产销市场分析

二、中国女裤品牌格局分析

三、中国女裤消费特征分析

1、童年消费特征

2、少年消费特征

3、青年消费特征

4、中老年消费特征

四、中国女裤产品风格分析

1、职业类

2、休闲类

3、时尚类

五、中国女裤产品类型分析

1、直筒裤市场分析

2、紧身裤市场分析

3、喇叭裤市场分析

4、灯笼裤市场分析

5、铅笔裤市场分析

6、阔腿裤市场分析

7、打底裤市场分析

8、裙裤市场分析

六、中国女裤发展趋势解析

1、流行趋势

2、产品趋势

七、中国女裤市场前景预测

第四章2014--2016年中国裤子产业总体形势分析

第一节2014--2016年中国裤子行业发展概况分析

一、中国裤子行业发展历程分析

二、中国裤子产业整体规模分析

三、裤子技术研发进展

第二节2014--2016年中国裤子行业存在的问题分析

一、与国外的差异

二、发展制约因素

三、生存困境

第三节2014--2016年中国裤子产业发展策略分析

第三部分裤子行业报告竞争格局分析

第五章2014--2016年中国裤子市场运营格局分析

第一节2014--2016年中国裤子市场发展情况分析

一、裤子市场容量分析

二、裤子市场需求情况分析

三、裤子生产规模分析

第二节2014--2016年中国裤子市场运行局势分析

一、裤子市场价格走势分析

二、裤子市场销售动态分析

第三节2014--2016年中国裤子市场zui新资讯分析

第六章中国裤子行业营销渠道及策略分析

第一节中国裤子行业细分渠道分析

一、传统营销渠道

1、百货商场

2、购物中心/主题百货

3、专卖连锁

4、超级市场

5、裤子批发市场

6、展会

二、电子商务渠道

1、行业电子商务应用方式分析

2、行业电子商务渠道销售规模

3、行业进出口电子商务市场分析

4、行业电子商务平台运营分析

5、行业电子商务渠道成本分析

6、行业电子商务渠道收益分许

三、传统渠道电子商务渠道关联分析

1、利好关联

2、不利关联

3、解决方案

第二节裤子行业营销策略分析

一、产品策略

1、产品信息搜索

2、产品定位确定

3、产品研发设计

二、品牌策略

1、品牌构建

2、品牌推广

3、品牌维护

三、渠道策略

1、渠道结构

2、渠道覆盖率

3、专卖终端建设

4、网络终端建设

四、库存管理策略

1、库存积压成因

2、库存积压危害

3、库存管理策略

第三节裤子行业海外市场营销策略分析

一、企业海外市场发展分析

二、企业海外市场营销策略分析

三、裤子企业海外市场营销案例分析

第七章2014-2016年中国裤子行业数据监测分析

第一节2014-2016年中国裤子行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2016年中国裤子行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2014-2016年中国裤子行业产值分析

一、产值增长分析

二、工业销售产值分析

第四节2014-2016年中国裤子行业成本费用分析

第五节2014-2016年中国裤子行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章2014--2016年中国裤子市场规模分析

第一节我国裤子市场结构分析

第二节2014--2016年中国裤子行业市场规模分析

第三节中国裤子区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第九章2014--2016年中国裤子行业竞争状况分析

第一节2014--2016年中国裤子行业竞争力分析

一、中国裤子行业成本要素分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节2014--2016年中国裤子行业市场区域格局分析

一、重点生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节2014--2016年中国裤子行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节中国裤子行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、行业“波特五力模型”分析

1、行业内竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

第五节2014--2016年中国裤子产业提升竞争力策略分析

一、中国裤装行业竞争力分析

- 1、我国裤装行业竞争力剖析
- 2、我国裤装企业市场竞争的优势
- 3、国内裤装企业竞争能力提升途径

二、裤装市场竞争策略分析

第四部分裤子行业全景调研

第十章中国裤子行业产业集群发展分析

第一节裤子行业产业集群概况

- 一、中国裤子行业区域集中度
- 二、中国裤子行业主要产业集群分布

第二节广州市裤子集群分析

- 一、集群形成历程与模式
- 二、集群发展政策支持
- 三、集群指标

1、企业及品牌规模

2、生产规模

3、产品结构

4、销售区域

5、集群发展战略与规划

6、集群swot分析

第三节株洲市裤子集群分析

- 一、集群形成历程与模式
- 二、集群发展政策支持
- 三、集群指标

1、企业及品牌规模

2、生产规模

3、产品结构

第四节石家庄市裤子集群分析

第五节武汉市裤子集群分析

- 一、集群形成历程与模式
- 二、集群发展政策支持

第六节杭州市裤子集群分析

- 一、集群形成历程与模式
- 二、集群发展政策支持
- 三、集群指标

1、企业及品牌规模

2、生产规模

3、产品结构

4、销售区域

5、集群发展战略与规划

6、集群swot分析

第七节成都市裤子集群分析

第八节郑州市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

三、集群指标

1、企业及品牌规模

2、生产规模

3、产品结构

4、销售区域

5、集群发展战略与规划

6、集群swot分析

第九节石狮市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

三、集群指标

1、企业及品牌规模

2、生产规模

3、产品结构

4、销售区域

5、集群发展战略与规划

6、集群swot分析

第十节西柳市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

三、集群指标

第十一节常熟市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

第十二节济南市裤子集群分析

第十三节重庆市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

第十四节沈阳市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

第十五节南昌市裤子集群分析

一、集群形成历程与模式

二、集群发展政策支持

第十一章中国裤子行业供应链解析

第一节行业供应链总体概况

一、供应链结构分析

二、供应链发展概况

三、供应链发展存在的问题

第二节行业供方产业现状及趋势分析

一、天然纤维市场分析

1、棉纺行业现状及趋势分析

2、毛纺行业现状及趋势分析

3、丝绸行业现状及趋势分析

二、合成纤维市场分析

1、涤纶长丝市场分析

2、涤纶短纤市场分析

3、氨纶市场分析

三、印染产业现状分析

1、市场分析

2、技术分析

四、服装面料市场分析

五、服装辅料市场分析

1、拉链行业

2、衬布行业

3、纽扣行业

六、服装机械产业现状分析

1、市场分析

2、技术分析

第三节供方产业与行业关联性分析

一、技术关联性分析

二、价格关联性分析

第十二章海澜之家成功案例分析

第一节海澜之家发展概况分析

第二节海澜之家经营业绩及市场规模分析

一、海澜之家业绩增长分析

二、海澜之家加盟门店数量分析

三、海澜之家区域扩张分析

第三节海澜之家市场定位及模式分析

一、海澜之家加盟品牌经营理念以及市场定位

二、海澜之家经营模式介绍

三、商业模式变革驱动高速增长

三、海澜之家:精准定位,高端品质,大众价位

四、海澜之家定位平价路线聚焦“塔基”客户

五、海澜之家“男人的衣柜”定位是否合理

六、迎合中国男士的消费习惯，海澜之家打造“蓝海”市场

第四节海澜之家品牌战略分析

一、海澜之家创新营销打造国民品牌

二、“互联网+”时代“海澜之家”的成功之道

三、海澜之家叫板优衣库

第五节海澜之家上市分析

一、海澜之家借壳上市，打造服装业航母

二、海澜之家借壳上市实现逆市高成长

第六节海澜之家热点分析

一、解密海澜之家“hi-t彩虹墙”惊艳申城背后的营销大戏

二、高性价比男装为“海澜之家”贡献80%的收入

三、“国民男装”领导者周建平的成功之路

第七节海澜之家发展战略分析

一、海澜之家逆势成长抢占份额，独特模式较难复制

二、海澜之家的生意经:线上线下无缝衔接或成风向标

三、独特的商业模式和品牌定位保障公司经营持续超越同行

四、海澜之家凭什么成为中国男人的衣柜

第五部分裤子行业投资战略分析

第十三章2016-2022年中国裤子行业发展趋势预测分析

第一节2016-2022年中国裤子行业前景展望

一、裤子的研究进展及趋势分析

二、裤子价格趋势分析

第二节2016-2022年中国裤子行业市场预测分析

一、裤子市场供给预测分析

二、裤子需求预测分析

三、裤子竞争格局预测分析

第三节2016-2022年中国裤子行业市场盈利预测分析

第十四章2016-2022年中国裤子行业投资和风险预警分析

第一节2016-2022年裤子行业发展环境分析

第二节2016-2022年裤子行业投资特性分析

一、2016-2022年中国裤子行业进入壁垒

二、2016-2022年中国裤子行业盈利模式

三、2016-2022年中国裤子行业盈利因素

第三节2016-2022年裤子行业投资风险分析

一、2016-2022年中国裤子行业政策风险

二、2016-2022年中国裤子行业技术风险

三、2016-2022年中国裤子行业供求风险

四、2016-2022年中国裤子行业其它风险

第四节2016-2022年中国裤子行业投资机会

一、2016-2022年中国裤子行业zui新投资动向

二、2016-2022年中国裤子行业投资机会分析

第五节2016-2022年中国裤子行业主要投资建议

第十五章2016-2022年裤子行业面临的困境及对策

第一节2016年裤子行业面临的困境

第二节裤子企业面临的困境及对策

一、重点裤子企业面临的困境及对策

1、重点裤子企业面临的困境

2、重点裤子企业对策探讨

二、中小裤子企业发展困境及策略分析

1、中小裤子企业面临的困境

2、中小裤子企业对策探讨

三、国内裤子企业的出路分析

第三节中国裤子行业存在的问题及对策

一、中国裤子行业存在的问题

二、裤子行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节中国裤子市场发展面临的挑战与对策

第十六章裤子行业发展战略研究

第一节裤子行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国裤子品牌的战略思考

一、裤子品牌的重要性

二、裤子实施品牌战略的意义

三、裤子企业品牌的现状分析

四、我国裤子企业的品牌战略

五、裤子品牌战略管理的策略

第三节裤子经营策略分析

一、裤子市场细分策略

二、裤子市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、裤子新产品差异化战略

第四节裤子行业投资战略研究

一、2016年裤子行业投资战略

二、2016-2022年裤子行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第十七章研究结论及投资建议

第一节裤子行业研究结论及建议

第二节裤子行业研究结论及建议

第三节裤子行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：各类产品的执行标准和分类

图表：“十三五”时期纺织工业发展的主要指标

图表：2016年1-2季度gdp初步核算数据

图表：2016年1-2季度gdp环比和同比增长速度

图表：2014-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2016年7月中旬50个城市主要食品平均价格变动情况

图表：50个城市主要食品平均价格变动情况（2016年6月11-20日）

图表：流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年6月11—20日）

图表：2015年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2016年7月份社会消费品零售总额主要数据

图表：2014-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2014--2015年全国规模以上工业增加值及其增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2016年1-7月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2016年1-7月份民间固定资产投资主要数据

图表：2014-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2014-2015年全国一般公共预算收入
(GYYS)

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/250838250838.html>