

2016-2022年中国休闲服市场现状调查及十三五发展策略研究报告

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年中国休闲服市场现状调查及十三五发展策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/248354248354.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

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。Casualwear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。

中国报告网发布的《2016-2022年中国休闲服市场现状调查及十三五发展策略研究报告》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家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：中国休闲服行业发展综述

1.1 休闲服行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业发展所处阶段

1.2 休闲服行业统计标准

1.2.1 休闲服行业统计部门和统计口径

1.2.2 休闲服行业统计方法

1.2.3 休闲服行业数据种类

1.3 休闲服行业供应链分析

1.3.1 休闲服行业上下游产业供应链简介

1.3.2 休闲服行业主要上游产业供应链分析

（1）棉花行业市场发展分析

1) 市场供需

2) 价格走势

（2）羊毛行业市场发展分析

1) 2014年羊毛市场行情回顾

2) 2015年羊毛市场行情展望

(3) 氨纶行业市场发展分析

1) 市场供需

2) 价格走势

(4) 涤纶行业市场发展分析

(5) 服装面料行业发展分析

1) 服装面料生产情况

2) 服装面料需求情况

3) 服装面料投资情况

4) 服装面料开发趋势

(6) 服装辅料行业发展分析

1) 拉链行业发展分析

2) 衬布行业发展分析

3) 纽扣行业发展分析

(7) 缝纫机械行业发展分析

1.3.3 休闲服行业下游产业链分析

(1) 城乡家庭恩格尔系数变化

(2) 城乡居民收入分析

(3) 零售业发展状况

第二章：2014-2015年休闲服行业发展状况分析

2.1 中国休闲服行业发展状况分析

2.1.1 中国休闲服行业发展总体概况

2.1.2 中国休闲服行业发展主要特点

2.1.3 2015年休闲服行业经营情况分析

(1) 2015年休闲服行业经营效益分析

(2) 2015年休闲服行业盈利能力分析

(3) 2015年休闲服行业运营能力分析

(4) 2015年休闲服行业偿债能力分析

(5) 2015年休闲服行业发展能力分析

2.2 2014-2015年休闲服行业经济指标分析

2.2.1 休闲服行业主要经济效益影响因素

2.2.2 2014-2015年休闲服行业经济指标分析

2.2.3 2014-2015年不同规模企业经济指标分析

2.2.4 2014-2015年不同性质企业经济指标分析

2.3 2014-2015年休闲服行业供需平衡分析

2.3.1 2014-2015年全国休闲服行业供给情况分析

(1) 2014-2015年全国休闲服行业总产值分析

(2) 2014-2015年全国休闲服行业产成品分析

2.3.2 2014-2015年各地区休闲服行业供给情况分析

(1) 2014-2015年总产值排名居前的10个地区分析

(2) 2014-2015年产成品排名居前的10个地区分析

2.3.3 2014-2015年全国休闲服行业需求情况分析

(1) 2014-2015年全国休闲服行业xiao售产值分析

(2) 2014-2015年全国休闲服行业xiao售收入分析

2.3.4 2014-2015年各地区休闲服行业需求情况分析

(1) 2014-2015年xiao售产值排名居前的10个地区分析

(2) 2014-2015年xiao售收入排名居前的10个地区分析

2.3.5 2013-2015年全国休闲服行业产xiao率分析

第三章：休闲服行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业相关政策动向

(1) 出口退税调整

(2) 新劳动法的实施

(3) 《沙溪休闲服装产业发展规划白皮书》

(4) 《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

3.1.3 休闲服行业发展规划

(1) 纺织工业调整和振兴规划

(2) 纺织工业“十二五”科技进步纲要

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

3.2.2 国内宏观经济环境分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 行业消费需求环境分析

3.3.1 消费者休闲服购买普及率

3.3.2 消费者休闲服购买考虑因素

3.3.3 消费者休闲服购买时机选择

3.3.4 消费者休闲服购买场所选择

3.3.5 消费者休闲服购买频率

3.3.6 消费者休闲服购买价格区间选择

3.4 行业信息技术环境分析

3.4.1 企业IT数据系统装备情况

- (1) 中国服装企业中的MIS
- (2) 中国服装企业中的CAD/CAM系统
- (3) 中国服装企业中的ERP系统

3.4.2 行业信息技术使用现状分析

3.4.3 行业信息技术利用趋势分析

3.5 行业物流liu配送环境分析

3.5.1 行业企业物流liu配送环境发展现状

3.5.2 企业物流liu配送系统与国外的差距

3.5.3 行业企业物流liu配送环境发展趋势

第四章：休闲服行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际休闲服市场发展状况

4.2.2 国际休闲服市场竞争状况分析

4.2.3 国际休闲服市场发展趋势分析

4.2.4 跨国公司在投资布局

- (1) 李维斯 (Levis)
- (2) LEE
- (3) 艾格 (Etam)
- (4) 唐美·希菲格 (Tommy Hilfiger)
- (5) 拉尔夫·劳伦 (Polo Ralph Lauren)
- (6) 诺蒂卡 (Nautica)
- (7) 丹麦 (Bestseller) 公司
- (8) 埃斯普利特 (ESPRIT)
- (9) 西班牙 (Inditex) 集团
- (10) Hennes & Mauritz (H&M)
- (11) 优衣库 (UNIQLO)

4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内休闲服行业竞争状况分析

4.3.2 国内休闲服行业集中度分析

- (1) 行业xiao售集中度分析
- (2) 行业资产集中度分析

- (3) 行业利润集中度分析
- 4.3.3 国内休闲服行业市场规模分析
- 4.3.4 休闲服行业议价能力分析
- 4.3.5 国内休闲服行业潜在威胁分析
- 4.4 行业投资兼并与重组整合分析
 - 4.4.1 休闲服行业投资兼并与重组整合概况
 - 4.4.2 国际休闲服企业投资兼并与重组整合
 - 4.4.3 国内休闲服企业投资兼并与重组整合
- 4.5 行业不同经济类型企业特征分析
 - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.5.2 行业经济类型集中度分析
- 第五章：休闲服行业主要产品分析
 - 5.1 行业主要产品结构特征
 - 5.1.1 行业产品结构特征分析
 - 5.1.2 行业产品市场发展概况
 - 5.2 行业主要产品市场分析
 - 5.2.1 大众休闲服市场分析
 - 5.2.2 时尚休闲服市场分析
 - 5.2.3 商务休闲服市场分析
 - 5.2.4 运动休闲服市场分析
 - 5.2.5 户外休闲服市场分析
 - 5.3 休闲服饰品牌表现及价值分析
 - 5.3.1 品牌知晓度
 - 5.3.2 品牌忠诚度——穿着频率
 - 5.3.3 品牌忠诚度——购买频率
 - 5.3.4 品牌忠诚度——议价空间
 - 5.3.5 品牌忠诚度——推荐度
 - 5.3.6 品牌形象
 - 5.3.7 品牌价值综合分析
 - 5.4 行业产品设计与品牌策略分析
 - 5.4.1 行业产品设计存在的主要问题
 - 5.4.2 行业产品品牌营xiao能力发展分析
 - 5.4.3 行业品牌营xiao塑造的主要策略
 - 5.4.4 行业产品设计与品牌营xiao趋势
 - 5.4.5 行业企业品牌产业链延伸策略

5.5 行业品牌运作与国际品牌差距

5.5.1 国际品牌企业供应链的运作与管理

- (1) Inditex：以客户需求为中心的快速反应
- (2) H&M：不求扩张速度但求盈利能力

5.5.2 国内主要品牌运作与国际品牌的差距

5.5.3 造成与国际品牌差距的主要原因

5.5.4 国内品牌市场战略成功的关键因素及策略

第六章：休闲服市场xiao售渠道与发展策略分析

6.1 休闲服xiao售渠道分析

6.1.1 休闲服xiao售渠道发展概况

6.1.2 休闲服xiao售细分渠道分析

- (1) 百货商场
- (2) 大型超市、仓储式商场
- (3) 专卖连锁
- (4) 专营店
- (5) 折扣店
- (6) 精品店
- (7) 服装批发市场、专业服装市场
- (8) 网上购物/电视购物
- (9) 店中店
- (10) 展会

6.1.3 休闲服xiao售渠道发展趋势

6.2 休闲服营xiao策略及形式分析

6.2.1 休闲服营xiao策略分析

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 渠道策略
- (4) 促xiao策略

6.2.2 休闲服营xiao策略形式分析

- (1) 形象营xiao策略
- (2) 概念营xiao策略
- (3) 品牌营xiao策略
- (4) 文化营xiao策略
- (5) 建立和发展网络营xiao

6.2.3 品牌营xiao及广告表现

- (1) 广告到达率
- (2) 广告到达途径
- (3) 广告有效性——喜爱度
- (4) 广告有效性——购买说服力
- (5) 广告效果综合分析

6.3 休闲服市场营xiao模式与手段分析

6.3.1 休闲服营xiao模式现状分析

6.3.2 休闲服营xiao细分手段分析

- (1) ---模式
- (2) 特许加盟
- (3) 品牌代理商模式
- (4) 虚拟经营
- (5) 服装品牌折扣店
- (6) 主题专卖模式

6.3.3 zhu名国际服装企业个案分析

(1) Inditex公司

- 1) Inditex公司经营策略分析
- 2) Inditex公司成功经营借鉴

(2) H&M公司

- 1) H&M公司经营策略分析
- 2) H&M公司成功经验借鉴

(3) 盖普公司

- 1) 盖普公司经营策略分析
- 2) 盖普公司衰落原因分析
- 3) 盖普公司成功经验借鉴
- 4) 盖普公司后期衰落启示

(4) 迅xiao公司

- 1) 迅xiao公司经营策略分析
- 2) 迅xiao公司成功经验借鉴

第七章：中国休闲服行业重点区域市场分析

7.1 休闲服行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.1.3 行业区域分布特点分析

7.1.4 行业规模指标区域分布分析

7.1.5 行业效益指标区域分布分析

7.1.6 行业企业数的区域分布分析

7.2 广东省休闲服行业发展分析及预测

7.2.1 广东省休闲服行业发展规划及配套措施

7.2.2 广东省休闲服行业在行业中的地位变化

7.2.3 广东省休闲服行业经济运行状况分析

7.2.4 广东省休闲服行业发展趋势预测

7.3 福建省休闲服行业发展分析及预测

7.3.1 福建省休闲服行业发展规划及配套措施

7.3.2 福建省休闲服行业在行业中的地位变化

7.3.3 福建省休闲服行业经济运行状况分析

7.3.4 福建省休闲服行业发展趋势预测

7.4 浙江省休闲服行业发展分析及预测

7.4.1 浙江省休闲服行业发展规划及配套措施

7.4.2 浙江省休闲服行业在行业中的地位变化

7.4.3 浙江省休闲服行业经济运行状况分析

7.4.4 浙江省休闲服行业发展趋势预测

7.5 江苏省休闲服行业发展分析及预测

7.5.1 江苏省休闲服行业发展规划及配套措施

7.5.2 江苏省休闲服行业在行业中的地位变化

7.5.3 江苏省休闲服行业经济运行状况分析

7.5.4 江苏省休闲服行业发展趋势预测

7.6 山东省休闲服行业发展分析及预测

7.6.1 山东省休闲服行业发展规划及配套措施

7.6.2 山东省休闲服行业在行业中的地位变化

7.6.3 山东省休闲服行业经济运行状况分析

7.6.4 山东省休闲服行业发展趋势预测

7.7 上海市休闲服行业发展分析及预测

7.7.1 上海市休闲服行业发展规划及配套措施

7.7.2 上海市休闲服行业在行业中的地位变化

7.7.3 上海市休闲服行业经济运行状况分析

7.7.4 上海市休闲服行业发展趋势预测

第八章：休闲服行业进出口市场分析

8.1 休闲服行业进出口状况综述

8.2 休闲服行业出口市场分析

8.2.1 2014年行业出口分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

8.2.2 2015年行业出口分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

8.3 休闲服行业进口市场分析

8.3.1 2014年行业进口分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

8.3.2 2015年行业进口分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

8.4 休闲服行业进出口前景及建议

8.4.1 休闲服行业出口前景及建议

8.4.2 休闲服行业进口前景及建议

第九章：休闲服行业主要企业生产经营分析

9.1 休闲服企业发展总体状况分析

9.1.1 休闲服行业企业规模

9.1.2 休闲服行业工业总产值状况

9.1.3 休闲服行业xiao售收入和利润

9.2 大众休闲服ling先企业个案分析

9.2.1 德永佳集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业xiao售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿zhai能力

5) 发展能力

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业zui新发展动向

9.2.2 佐丹奴国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业xiao售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 盈利能力
 - 3) 运营能力
 - 4) 偿zhai能力
 - 5) 发展能力
 - (5) 企业优势与劣势分析
- 9.2.3 旭日企业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业xiao售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 盈利能力
 - 3) 运营能力
 - 4) 偿zhai能力
 - 5) 发展能力
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业投资兼并与重组
 - (7) 企业zui新发展动向
- 9.2.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业xiao售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标
- 2) 盈利能力
- 3) 运营能力
- 4) 偿zhai能力
- 5) 发展能力
- (5) 企业优势与劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组

9.2.5 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业经营模式分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 盈利能力
 - 3) 运营能力
 - 4) 偿债能力
 - 5) 发展能力
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业投资兼并与重组
 - (7) 企业最新发展动向
-另有33家企业分析。

第十章：休闲服行业发展趋势分析与预测

10.1 中国休闲服市场发展趋势

- 10.1.1 中国休闲服市场发展趋势分析
- 10.1.2 中国休闲服市场发展前景预测

10.2 休闲服行业投资特性分析

- 10.2.1 休闲服行业进入壁垒分析
- 10.2.2 休闲服行业盈利模式分析
- 10.2.3 休闲服行业盈利因素分析

10.3 中国休闲服行业投资建议

- 10.3.1 休闲服行业投资风险分析
 - (1) 宏观经济波动风险
 - (2) 关联产业风险
 - (3) 外资竞争的风险
- 10.3.2 休闲服行业投资建议

图表目录：

图表1：服装行业生命周期

图表2：纺织服装行业产业链简要示意图

图表3：休闲服行业产业链简要示意图

图表4：2013-2015年中国棉花供需变化情况（单位：万吨）

图表5：2014-2015年中国棉花价格变化情况（单位：元/吨）

图表6：2014年国内氨纶企业扩产项目及产能统计（单位：万吨）

图表7：2014-2015年国内氨纶产量和需求增速情况（单位：万吨，%）

图表8：2014-2015年国内氨纶月度产量及增长情况（单位：吨，%）

图表9：2014年1-12月氨纶价格走势（单位：吨，%）

图表10：2014-2015年棉花和涤纶短纤价格变化（单位：元/吨）

图表11：2014年主要省市面料产量变化（单位：万米，%）

图表12：2014-2015年服装面料行业固定资产投资情况（单位：万元，个，%）

图表13：2014-2015年我国缝纫机械月进口额情况（单位：万美元）

图表14：2014-2015年中国城乡居民人均收入水平变化（单位：元）

图表15：2014-2015年中国零售行业营收与费用情况分析（单位：万元，%）

图表16：2014-2015年中国零售行业收益与利润情况分析（单位：万元，%）

图表17：2014-2015年中国零售行业运营能力分析（单位：元，%，次）

图表18：2014-2015年中国零售行业资产负债率分析（单位：%）

图表19：2014-2015年休闲服行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表20：2014-2015年中国休闲服行业盈利能力分析（单位：%）

图表21：2014-2015年中国休闲服行业运营能力分析（单位：次）

图表22：2014-2015年中国休闲服行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表23：2014-2015年中国休闲服行业发展能力分析（单位：%）

图表24：2014-2015年休闲服行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表25：2014-2015年中国大型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表26：2014-2015年中国中型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表27：2014-2015年中国小型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表28：2014-2015年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表29：2014-2015年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表30：2014-2015年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表31：2014-2015年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表32：2014-2015年国有休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表33：2014-2015年集体休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表34：2014-2015年股份合作休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表35：2014-2015年股份制休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

%)

图表36：2014-2015年私营休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表37：2014-2015年外商和港澳台投资休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表38：2014-2015年其他性质休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表39：2014-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表40：2014-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表41：2014-2015年不同性质企业xiao售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表42：2014-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表43：2014-2015年休闲服行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表44：2014-2015年休闲服行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表45：2014-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表46：2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表47：2014-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表48：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表49：2014-2015年休闲服行业xiao售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表50：2014-2015年休闲服行业xiao售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表51：2014-2015年xiao售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表52：2014年xiao售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表53：2014-2015年xiao售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表54：2014年xiao售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表55：2014-2015年全国休闲服行业产xiao率变化趋势图（单位：%）

图表56：2015年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表57：2014-2015美国国zhai收益率、通胀预期（单位：%）

图表58：2014-2015欧元区CPI走势（单位：%）

图表59：2014-2015欧元区经济信心指数

图表60：2014-2015年我国工业增加值运行情况（单位：%）

图表61：2014-2015年出口订单运行情况（单位：%）

图表62：2014-2015年工业增加值同比增速实际值、预测值及预测偏差（单位：%）

图表63：2014-2015年固定资产投资同比增速实际值、预测值及预测偏差（单位：%）

图表64：2014-2015年社零总额增速、预测值及偏差（单位：%）

图表65：不同地区消费者休闲服饰购买普及率（单位：%）

图表66：消费者购买休闲服饰考虑因素（单位：%）

- 图表67：消费者休闲服饰购买时机选择（单位：%）
- 图表68：不同地区消费者休闲服饰购买场所分布（单位：%）
- 图表69：消费者休闲服饰购买频率（单位：%）
- 图表70：消费者休闲服饰购买价格区间选择（单位：%）
- 图表71：美特斯?邦威供应链资源整合系统架构图
- 图表72：敏捷供应链管理系统
- 图表73：主要国家休闲服装份额
- 图表74：国际知名休闲服零售商的外包情况一览
- 图表75：李维斯在中国大陆的店面地区分布
- 图表76：Lee在中国的专卖店地区分布
- 图表77：ZARA在中国的部分门店
- 图表78：Uniqlo在中国的部分门店
- 图表79：中国休闲服行业前10名厂商xiao售额及xiao售份额（单位：万元，%）
- 图表80：休闲服行业xiao售集中度变化图（单位：%）
- 图表81：中国休闲服行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）
- 图表82：休闲服行业资产集中度变化图（单位：%）
- 图表83：中国休闲服行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）
- 图表84：休闲服行业利润集中度变化图（单位：%）
- 图表85：中国休闲服行业xiao售收入和资产总额变化趋势及预测（单位：亿元，%）
- 图表86：主要纺织服装国家劳动力成本（单位：美元/小时）
- 图表87：2014年休闲服行业企业的所有制结构特征（单位：家，万元）
- 图表88：休闲服行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%、倍、次）
- 图表89：休闲服行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）
- 图表90：2014年中国休闲服行业不同经济类型企业xiao售收入比较（单位：亿元）
- 图表91：2014年中国休闲服行业xiao售收入按经济类型百分比（单位：%）
- 图表92：2014-2015年行业经济类型占比（按xiao售收入）（单位：%）
- 图表93：2014-2015年行业经济类型集中度变化趋势图（按xiao售收入）（单位：%）
- 图表94：不同消费群体对休闲服装的消费需求占比（单位：%）
- 图表95：大众休闲服主要品牌
- 图表96：主要大众休闲品牌目标消费群与品牌定位情况
- 图表97：国内主要时尚休闲服品牌市场份额比较（单位：%）
- 图表98：商务休闲服主要品牌
- 图表99：休闲服饰品牌知晓度（单位：%）
- 图表100：品牌休闲服饰穿着频率（单位：%）
- 图表101：品牌休闲服饰购买频率（单位：%）

图表102：品牌休闲服饰议价空间（单位：%）

图表103：品牌休闲服饰推荐度（单位：%）

图表104：休闲服饰品牌形象（单位：%）

图表105：品牌休闲服饰价值分析（单位：%）

图表106：Inditex公司的供应链管理图示

图表107：Inditex公司的经营模式图

图表108：2014-2015年Inditex公司门店数量统计（单位：家）

图表109：2014-2015年Inditex公司xiao售收入、净利润变化情况（单位：百万欧元，%）

图表110：国际休闲服零售商的xiao售模式比较

图表111：国际知名休闲服零售商的供应链模式

图表112：ZARA、H&M与美邦的模式对比（一）

图表113：ZARA、H&M与美邦的模式对比（二）

图表114：Bestseller的主要模式介绍

图表115：国内休闲服企业专卖连suo经营状况（单位：家，百万元，%）

图表116：主要省市地区服装批发市场

图表117：服装定价模型参照

图表118：品牌休闲服饰广告达到率（单位：%）

图表119：广告到达途径（单位：%）

图表120：品牌休闲服饰广告喜爱度（单位：%）

图表121：品牌休闲服饰价值分析（单位：%）

图表122：品牌休闲服饰广告效果综合分析（单位：%）

图表123：品牌服装经营模式进阶

图表124：品牌服装经营模式优劣对比

图表125：美特斯·邦威和森马虚拟经营的相同点

图表126：2014-2015年美特斯·邦威和森马xiao售收入及增长（单位：亿元，%）

图表127：折扣店和工厂直xiao中心的特征

图表128：Inditex公司商业模式的五大重心

图表129：2014-2015年Inditex公司旗下各品牌xiao售收入情况（单位：百万欧元）

图表130：2014-2015年Inditex公司旗下各品牌xiao售收入情况（单位：百万欧元）

图表131：2014-2015年Inditex公司专卖店数量（单位：家）

图表132：2014-2015年Inditex公司专卖店数量和每年新开店数量（单位：家）

图表133：2014年Inditex公司旗下各品牌的单店收入及平效（单位：平方米，万元/平方米）

图表134：2014-2015年Inditex公司直营店和加盟店数量及增长情况（单位：家）

图表135：H&M从构思到门店liu程图

图表136：H&M公司“时尚三角”图

图表137：H&M公司旗下品牌及主要产品

图表138：1992-2014年H&M公司专卖店数量增长情况（单位：家，%）

图表139：1992-2014年H&M公司历年单店xiao售收入情况（单位：千元人民币）

图表140：中国休闲服行业区域市场情况（单位：家，亿元）

图表141：中国休闲服行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表142：中国休闲服行业各区域xiao售收入情况（单位：%）

图表143：中国休闲服行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表144：中国休闲服行业前二十地区xiao售收入排名情况（单位：亿元）

图表145：中国休闲服行业xiao售收入按省份累计百分比（单位：%）

图表146：中国休闲服行业xiao售收入靠前的五地区占比情况（单位：%）

图表147：中国休闲服行业前五地区xiao售收入比例标准差占比情况（单位：%）

图表148：休闲服行业资产和收入地区分布（单位：亿元，%）

图表149：休闲服行业效益状况地区分布（单位：亿元，%）

图表150：休闲服行业企业数量区域分布（单位：个，%）

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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/248354248354.html>