

2020-2026年中国时尚服饰 行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国时尚服饰行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202001/150463.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国时尚服饰行业分析与投资战略报告》共十一章。首先介绍了时尚服饰行业市场发展环境、时尚服饰整体运行态势等，接着分析了时尚服饰行业市场运行的现状，然后介绍了时尚服饰市场竞争格局。随后，报告对时尚服饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了时尚服饰行业发展趋势与投资预测。您若想对时尚服饰产业有个系统的了解或者想投资时尚服饰行业，本报告是您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。

报告目录：

第，一部分产业环境透视

第，一章世界时尚服饰行业发展情况分析

第，一节世界时尚服饰行业分析

一、世界时尚服饰行业特点

二、世界时尚服饰产能状况

三、世界时尚服饰行业动态

第二节世界时尚服饰市场分析

一、世界时尚服饰生产分布

二、世界时尚服饰消费情况

三、世界时尚服饰消费结构

第三节中外时尚服饰市场对比

第二章中国时尚服饰行业供给情况分析 & 趋势

第，一节2015-2019年中国时尚服饰行业市场供给分析

一、时尚服饰整体供给情况分析

二、时尚服饰重点区域供给分析

第二节时尚服饰行业供给关系因素分析

- 一、宏观经济因素
- 二、竞争加剧因素
- 三、季节性与流行性
- 四、技术水平提高
- 五、政策变动因素

第三节2020-2026年中国时尚服饰行业市场供给趋势

- 一、时尚服饰整体供给情况趋势分析
- 二、时尚服饰重点区域供给趋势分析
- 三、影响未来时尚服饰供给的因素分析

第二部分行业深度分析

第三章2019年中国时尚服饰行业发展概况

- 第，一节2019年中国时尚服饰行业发展态势分析
- 第二节2019年中国时尚服饰行业发展特点分析
- 第三节2019年中国时尚服饰行业市场供需分析
- 第四节2019年中国时尚服饰行业价格分析

第四章2020-2026年中国时尚服饰行业进出口市场分析

- 第，一节2015-2019年时尚服饰行业进出口特点分析
- 第二节2015-2019年时尚服饰行业进出口量分析
 - 一、进口分析
 - 二、出口分析
- 第三节2020-2026年时尚服饰行业进出口市场预测
 - 一、进口预测
 - 二、出口预测

第五章2020-2026年时尚服饰行业投资价值及行业发展预测

- 第，一节2020-2026年时尚服饰行业成长性分析
- 第二节2020-2026年时尚服饰行业经营能力分析
- 第三节2020-2026年时尚服饰行业盈利能力分析
- 第四节2020-2026年时尚服饰行业偿债能力分析
- 第五节2020-2026年我国时尚服饰行业产值预测

第六节2020-2026年我国时尚服饰行业销售收入预测

第六章2013-2019年中国时尚服饰产业行业重点区域运行分析

第一节2013-2019年华东地区时尚服饰产业行业运行情况

第二节2013-2019年华南地区时尚服饰产业行业运行情况

第三节2013-2019年华中地区时尚服饰产业行业运行情况

第四节2013-2019年华北地区时尚服饰产业行业运行情况

第五节2013-2019年西北地区时尚服饰产业行业运行情况

第六节2013-2019年西南地区时尚服饰产业行业运行情况

第七节2013-2019年东北地区时尚服饰产业行业运行情况

第八节主要省市集中度及竞争力分析

第三部分竞争格局分析

第七章2019年中国时尚服饰行业重点企业竞争力分析

第一节以纯

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节美邦

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节班尼路

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节卡宾

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节唐狮

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第六节优衣库

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第七节zara

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第八节GAP

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第九节H&M

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十节杰克琼斯

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第八章2020-2026年中国时尚服饰行业消费者偏好调查

第一节时尚服饰的品牌市场调查

- 一、消费者对时尚服饰品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对时尚服饰的品牌偏好调查
- 三、消费者对时尚服饰品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、时尚服饰品牌忠诚度调查
- 六、时尚服饰品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第四部分发展前景展望

第九章中国时尚服饰行业投资策略分析

第一节2015-2019年中国时尚服饰行业投资环境分析

第二节2015-2019年中国时尚服饰行业投资收益分析

第三节2015-2019年中国时尚服饰行业产品投资方向

第四节2020-2026年中国时尚服饰行业投资收益预测

- 一、预测理论依据
- 二、2020-2026年中国时尚服饰行业工业总产值预测
- 三、2020-2026年中国时尚服饰行业销售收入预测
- 四、2020-2026年中国时尚服饰行业总资产预测
- 五、2020-2026年中国时尚服饰行业利润总额预测

第十章时尚服饰行业发展趋势与投资战略研究

第一节时尚服饰市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节时尚服饰行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节时尚服饰行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节时尚服饰行业重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第五节时尚服饰品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第六节时尚服饰行业企业策略建议

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

五、市场竞争策略建议

第七节时尚服饰行业企业竞争策略分析

一、核心竞争力

二、战略思想

三、盈利模型

四、盈利因素

五、竞争力指标

第十一章中国时尚服饰行业渠道分析

第 一 节 2017-2021 年时尚服饰行业融资与投资策略及建议

一、企业并购融资方法渠道分析

二、利用股权融资谋划发展机遇

1、股权融资的特点

2、股权融资的优点

3、股权融资的缺点

4、股权融资分析

5、股权融资在企业投资与经营方面的优势

三、利用政府杠杆拓展融资渠道

四、适度债权融资配置资本结构

五、关注民资和外资的投资动向

第二节 时尚服饰市场营销渠道结构

一、垂直营销渠道

二、水平渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第三节 时尚服饰市场伙伴型渠道研究

一、伙伴型营销渠道的特点

二、伙伴型营销渠道的层次分析

三、伙伴型营销渠道的优势分析

四、伙伴型营销渠道关系的构建方法

五、伙伴型营销渠道关系的构建应遵循的原则

第四节 时尚服饰市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

1、长渠道

2、短渠道

三、宽渠道营销、窄渠道营销分析

1、宽渠道营销

2、窄渠道营销

第五节 大客户直供销售渠道建立策略

第六节 经销渠道优化分析

- 一、营销渠道设计上的问题
- 二、营销渠道管理中存在的问题
- 三、营销渠道优化策略

第七节投资策略

- 一、发展型投资战略
- 二、稳定型投资战略
- 三、退却型投资战略

第八节时尚服饰行业企业经营策略

- 一、市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划策略
- 四、新产品差异化战略

图表目录：

- 图表：规模以上企业服装产量增速变化情况
- 图表：1995-2019年我国居民衣着类消费价格指数情况
- 图表：2006-2019年中国纺织服装业出口累计
- 图表：2007-2019年中国纺织服装行业出口月度增长情况（亿美元）
- 图表：行业供给端同比增速
- 图表：2003-2019年中国棉价格变动情况（元/吨）
- 图表：2003-2019年外棉CotlookA价格指数变动情况（美分/磅）
- 图表：2010-2019年配额内内外棉价差走势（元/吨）
- 图表：2010-2019年配额外内外棉价差走势（元/吨）
- 图表：2016年以来美元兑人民币中间价走势
- 图表：2015-2019年我国服装进口金额情况
- 图表：2015-2019年我国服装出口金额情况
- 图表：2015-2019年重点上市时尚服饰企业资产周转率
- 图表：2015-2019年重点上市时尚服饰企业资产负债率
- 图表：2016-2019年美特斯?邦威资产负债表
- 图表：2016-2019年美特斯?邦威利润表
- 图表：2016-2019年美特斯?邦威现金流量表
- 图表：2015-2019年卡宾主要财务指标

图表：迅销有限公司2017财政年度业绩概要

图表：2015-2019年中国时尚服饰行业投资收益率

图表：2020-2026年中国时尚服饰行业工业总产值及增长率预测

图表：2020-2026年中国时尚服饰行业销售收入及增长率预测

图表：2020-2026年中国时尚服饰行业总资产及增长率预测

图表：2020-2026年中国时尚服饰行业利润总额及增长率预测

图表：四种基本的品牌战略

图表：产品金字塔模型

图表：多成分系统模型

图表：配电盘模型

图表：速度模型

图表：利润乘数模型

图表：行业标准模型

图表：品牌模型

图表：低成本企业设计模型

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150463.html>