

# 2023-2029年中国纺织服装 行业分析与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国纺织服装行业分析与投资战略咨询报告》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/202303/342794.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国纺织服装行业分析与投资战略咨询报告》共二十二章。首先介绍了中国纺织服装行业市场发展环境、纺织服装整体运行态势等，接着分析了中国纺织服装行业市场运行的现状，然后介绍了纺织服装市场竞争格局。随后，报告对纺织服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国纺织服装行业发展趋势与投资预测。您若想对纺织服装产业有个系统的了解或者想投资中国纺织服装行业，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：第一章 2019-2022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1.2.1 美国纺织服装行业规模1.2.2 美国纺织服装行业发展态势1.2.3 美国纺织服装行业进口状况1.2.4 美国纺织服装消费市场扩张1.2.5 美国纺织服装品牌竞争分析1.3 韩国1.3.1 韩国纺织服装市场发展经验1.3.2 中韩纺织服装行业互补合作1.3.3 韩国纺织服装行业贸易规模1.3.4 韩国纺织服装网购市场状况1.4 日本1.4.1 日本纺织服装产业发展特点1.4.2 日本纺织服装行业规模1.4.3 日本纺织服装进口贸易分析1.4.4 日本服饰品牌布局海外1.4.5 日本纺织服装企业竞争战略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 2019-2022年中国纺织服装行业发展环境分析2.1 宏观经济2.1.1 宏观经济概况2.1.2 工业运行情况2.1.3 固定资产投资2.1.4 对外经济分析2.1.5 宏观经济展望2.2 政策环境2.2.1 行业相关标准实施2.2.2 行业相关影响法规2.2.3 行业税率调整动态2.3 社会环境2.3.1 人口规模与构成2.3.2 居民收入水平2.3.3 社会消费规模2.3.4 居民消费水平2.4 技术环境2.4.1 纺织服装行业技术水平分析2.4.2 纺织服装行业主要技术发展2.4.3 纺织服装行业技术特点总结 第三章 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年纺织服装业所属行业销售规模4.1.2 2019-2022年纺织服装业所属行业利润规模4.1.3 2019-2022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 2019-2022年纺织服装业所属行业销售毛利率4.2.2 2019-2022年纺织服装业所属行业成本费用利润率4.2.3 2019-2022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 2019-2022年纺织服装业所属行业应收账款周转率4.3.2 2019-2022年纺织服装业所属行业流动资产周转率4.3.3 2019-2022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 2019-2022年纺织服装业所属行业资产负债率4.4.2 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年男装所属行业发展分析9.1 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年童装所属行业发展分析10.1 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年内衣所属行业发展分析11.1 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年休闲装及运动装发展分析12.1 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 职业装市场调查14.2.4 职业工装市场概述14.2.5 职业工装市场规模14.3 2019-2022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 行业面临的问题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 2019-2022年中国纺织服装所属行业进出口分析15.1 2019-2022年中国纺织品纺织服装对外贸易总体分析15.1.1 2020年贸易分析15.1.2 2022年贸易分析15.2 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2023-2029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 2023-2029年中国纺织服装行业预测分析22.4.1 2023-2029年中国纺织服装行业影响因素分析22.4.2 2023-2029年中国纺织服装行业收入预测22.4.3 2023-2029年中国纺织服装行业利润预测 部分图表目录：图表1 2019-2022年全球纺织服装产品实际销售额及同比增速图表2 2019-2022年全球纺织服装产品出口情况图表3 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年日本纺织服装产品销售情况图表10 2019-2022年日本纺织服装产品消费与进口情况图表11 2022年日本针织纺织服装进口额图表12 2019-2022年孟加拉国纺织服装业生产指数图表13 2019-2022年越南纺织服装业生产指数情况图表14 2019-2022年越南纺织服装行业需求情况图表15 2019-2022年国内生产总值增长速度（季度同比）图表16 2022年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比图表17 2022年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度图表18 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力图表19 2022年中国固定资产投资（不含农户）同比增速图表20 2022年固定资产投资（不含农户）主要数据图表21 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度图表22 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度图表23 2022年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/342794.html>