

2020-2026年中国休闲服行业发展现状调查及发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国休闲服行业发展现状调查及发展前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201911/810379.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。Casual wear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。

港资品牌和内资品牌对中国休闲服消费者进行了最早的品牌启蒙，快时尚品牌则凭借其出色的产品设计和更迭以及丰富的产品选择，进一步激发了中国消费者对时尚的追求。伴随着中国经济的崛起，人民消费水平的提高，国际快时尚品牌也开始进入中国这个存在巨大潜力的市场。2006年，ZARA品牌作为快时尚品牌的先驱品牌进入中国市场，随后H&M和GAP分别于2007年和2010年进入中国市场（注：日本快时尚品牌优衣库早在2002年进入中国市场发展，但是前期发展并没有打开局面）。

2010年，国际四大快时尚品牌全部进入中国，并且在中国经历了持续多年的快速发展。2010-2015年，Inditex、FastRetailing和H&M在中国区的店铺数量持续增长，平均每年开店数量约为40-60家，中国也成为快时尚品牌重要的市场，2015年Inditex、FastRetailing和H&M中国区店铺数量占比分别为8.07%、13.00%和9.00%。

与国际快时尚品牌快速发展相对应的是，2012年开始，港资和内资休闲服品牌开始进入调整期，自2012年以来这类品牌的渠道数量开始缩减和收入开始下滑。主要因为：一方面服装行业从卖方市场变成以消费者为核心的买方市场，国际快时尚品牌的加入进一步导致行业竞争加剧，而以批发模式发展起家的港资和内资休闲服品牌对零售端的变化感知相对迟缓，短期无法灵活应对，另一方面零售业态也在发生改变，线上电商渠道以及线下购物中心渠道的崛起导致线下街边店渠道流量下滑，以街边店业态为主的港资和内资休闲服品牌很多未能及时适应零售业态的变化，导致品牌调整。

国际快时尚公司在中国地区店铺数量及占比 - 店铺数量 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 Inditex 中国区 - 7 14 27 68 143 275 396 457 501 566 620 593 589 - 店铺总数 - 3,131 3,691 4,264 4,607 5,044 5,527 6,009 6,340 6,683 7,013 7,292 7,475 7,490 - 占比（%） - 0.22 0.38 0.63 1.48 2.84 4.98 6.59 7.21 7.50 8.07 8.50 7.93 7.86 FastRetailing 中国区 8 7 9 13 33 54 80 145 225 306 387 472 555 633 - 总数 1,232 1,632 1,829 1,958 2,258 2,203 2,088 2,222 2,449 2,753 2,978 3,160 3,294 3,445 - 占比（%） 0.65 0.43 0.49 0.66 1.46 2.45 3.83 6.53 9.19 11.12 13.00 14.94 16.85 18.37 H&M 中国区 - - 7 13 27 47 82 134 205 291 353 444 506 530 - 总数 - - 1,522 1,738 1,988 2,206 2,472 2,776 3,132 3,511 3,924 4,351 4,739 4,968 - 占比（%） - 0.46 0.75 1.36 2.13 3.32 4.83 6.55 8.29 9.00 10.20 10.68 10.67

智研咨询发布的《2020-2026年中国休闲服行业发展现状调查及发展前景分析报告》共十五章。首先介绍了中国休闲服行业市场发展环境、休闲服整体运行态势等，接着分析了中国休闲服行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服市场竞争格局。随后，报告对休闲服做了重

点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲服行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服产业有个系统的了解或者想投资中国休闲服行业，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 休闲服行业发展综述

第一节 休闲服行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业发展所处阶段

第二节 休闲服行业价值链分析

一、休闲服行业产业链简介

二、休闲服行业价值链分析

第二章 2015-2019年中国休闲服行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、我国宏观经济运行状况分析

二、我国宏观经济形势分析

第二节 2015-2019年中国休闲服行业标准分析

一、《欧盟从严制定和修改法律条例以打击假冒商品》

二、《商务部10大措施扶持电商》

三、《墨西哥公布对纺织品及服装新标签规定》

四、《纺织品纤维含量标识》新国标实施

五、《国际生态环保纺织品标准》

第三节 2015-2019年中国休闲服行业社会环境分析

一、生态环境

二、人口环境

三、教育、科学技术和文化

第三章 2015-2019年全球休闲服所属行业发展现状分析

第一节 2015-2019年国际服装行业发展概况

一、国际服装行业发展现状分析

二、生态环保成主导全球服装产业的新风尚

三、印度服装消费迎来“欧美时刻”

四、俄罗斯保护本土产业拟禁止进口外国服装及原料

五、越南欲成为全球牛仔裤生产中心

六、墨西哥服装产业已为提升产量做好准备

七、东南亚成纺织服装产业转移基地

第二节 2015-2019年全球主要国家休闲服装行业动态分析

一、年韩国休闲服装市场拓展分析

二、日本休闲品牌优衣库发展迅速

三、日本优衣库SPA经营模式分析

四、意大利休闲服装GANESH进入中国

第四章 2015-2019年中国休闲服所属行业市场运行状况综述

第一节 2015-2019年中国休闲服所属行业发展现状调研

一、中国休闲服装从“数量消费”向“品牌消费”的转移

二、休闲服装产品更加丰富多彩

三、休闲服装行业资产规模和销售规模均平稳增速

四、中、青年和大、中学生是休闲服装的主要消费群体

五、休闲服装平台，实现移动线上创新

第二节 2015-2019年中国休闲服行业发展存在问题

一、原材料人工成本上涨

二、产品同质化严重

三、质量与品牌的缺失

第三节 2015-2019年全国及主要省份休闲服服装产量分析

一、2019年全国及主要省份休闲服服装产量分析

第五章 2015-2019年中国休闲服所属行业经济运行分析

第一节 2015-2019年中国休闲服所属行业运行情况分析

一、2015-2019年休闲服所属行业经济指标分析

二、2015-2019年休闲服所属行业收入前三家企业

第二节 2015-2019年中国休闲服所属行业产值分析

一、2015-2019年中国休闲服产品产值分析

二、2020-2026年中国休闲服产品产值预测分析

第三节 2015-2019年中国休闲服所属行业进出口分析

一、2015-2019年休闲服所属行业进口总量

二、2015-2019年休闲服所属行业进口结构

三、2015-2019年休闲服所属行业出口总量

四、2015-2019年休闲服所属行业出口结构

五、2020-2026年休闲服所属行业进出口态势展望

第六章 2015-2019年中国休闲服装市场细分分析

第一节 中国男士休闲装

- 一、中国休闲男装市场规模分析
- 二、中国休闲男装市场特征分析
- 三、中国商务休闲男装的市场需求分析

第二节 中国休闲女装

- 一、中国女装总体市场规模分析
- 二、中国女士休闲装市场特征分析
- 三、中国女士休闲装市场规模分析

第三节 中国儿童休闲装

- 一、中国婴儿和儿童休闲服装市场规模分析
- 二、中国休闲童装的市场特征分析
- 三、中国休闲童装的市场趋势展望

第四 中国运动休闲服装

- 一、中国运动服装市场规模分析
- 二、中国健身热促进运动休闲服装兴起
- 三、中国运动休闲服装的市场特征分析

第七章 2015-2019年中国重点区域休闲服装产业发展现状分析

第一节 中国休闲服装区域发展概况

- 一、中国主要休闲服装产业基地介绍
- 二、中国休闲服装产业区域转移分析
- 三、中国休闲服装的区域竞争协作分析

第二节 江苏常熟休闲服装产业发展现状分析

- 一、江苏常熟休闲服装产业发展现状调研
- 二、江苏常熟休闲服装品牌特点分析
- 三、江苏常熟休闲服装休闲服装产业升级分析

第三节 福建休闲服装产业发展现状分析

- 一、泉州休闲服装产业升级分析
- 二、泉州时尚休闲男装产业特色分析
- 三、福建石狮休闲服装产业发展概况
- 四、石狮时尚休闲服装产业兴起

第四节 其他重点区域休闲服产业发展现状分析

- 一、沙溪休闲服装产业发展特色分析
- 二、温州休闲服装的“虚拟经营”分析
- 三、虎门服装市场集群被认定为“广东休闲服装国际采购中心”

第八章 国内休闲服织行业重点企业分析

第一节 休闲服行业集中度分析

- 一、休闲服行业市场集中度分析
- 二、休闲服行业企业集中度分析
- 三、休闲服行业区域集中度分析

第二节 休闲服行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业营业收入对比分析
- 三、重点企业利润总额对比分析
- 四、重点企业综合竞争力对比分析

第九章 休闲服行业竞争格局分析

第一节 全球休闲服装市场的竞争特征分析

- 一、注重品牌建设与推广
- 二、重点发展营销网络建设
- 三、创造产品的流行概念
- 四、生产和物流外包成为主流
- 五、依靠供应链管理提高竞争力

第二节 中国休闲服行业竞争分析

- 一、中国休闲服行业竞争格局分析
- 二、中国休闲服装品牌竞争力分析
- 三、中国休闲服装零售市场竞争特点分析

第十章 中国针织所属行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年中国针织所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2015-2019年中国针织所属行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2015-2019年年中国针织所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十一章 国内休闲服行业重点企业分析

第一节 唐狮Tonlion

- 一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第二节 森马Semir

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

森马服饰线上销售情况

四、企业发展战略

第三节 以纯YISHION

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第四节 美特斯邦威

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第五节 依米奴EMINU

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第六节 佐丹奴Giordano

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第七节 李宁Lining

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第八节 阿迪达斯Adidas

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第九节 卡丹路Cardanro

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第十节 真维斯JEANSWEST

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第十二章 2020-2026年休闲服装行业投资前景及预测分析

第一节 2020-2026年休闲服装行业市场发展前景

- 一、2020-2026年休闲服装行业市场发展潜力
- 二、2020-2026年休闲服装行业市场发展前景展望
- 三、2020-2026年休闲服装行业细分行业发展前景预测

第二节 2020-2026年休闲服装行业市场供需预测分析

- 一、2020-2026年休闲服装行业供给预测分析
- 二、2020-2026年休闲服装行业需求预测分析

第十三章 2020-2026年休闲服装行业投资机会与风险

第一节 2020-2026年休闲服装行业投资机会

- 一、细分市场投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、产业链投资机会

第二节 2020-2026年休闲服装行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、其他风险及防范

第十四章 休闲服装行业投资战略研究（ZY GXH）

第一节 休闲服装行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、区域战略规划
- 三、产业战略规划
- 四、营销品牌战略

第二节 对我国休闲服装行业品牌的战略思考

- 一、休闲服装行业品牌的重要性
- 二、休闲服装行业实施品牌战略的意义
- 三、休闲服装行业企业品牌的现状分析
- 四、我国休闲服装行业企业的品牌战略
- 五、休闲服装行业品牌战略管理的策略

第三节 休闲服装行业经营策略分析

- 一、休闲服装行业市场细分策略
- 二、休闲服装行业市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、休闲服装行业新产品差异化战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 休闲服装行业研究结论

第二节 休闲服装行业投资价值评估（ZY GXH）

第三节 休闲服装行业投资建议

图表目录:

图表 2015-2019年中国休闲服行业市场规模

图表 2015-2019年全球休闲服产业市场规模

图表 2015-2019年休闲服重要数据指标比较

图表 2015-2019年中国休闲服行业销售情况分析

图表 2015-2019年中国休闲服行业利润情况分析

图表 2015-2019年中国休闲服行业资产情况分析

图表 2015-2019年中国休闲服竞争力分析

图表 2020-2026年中国休闲服市场前景预测分析

图表 2020-2026年中国休闲服市场价格走势预测分析

图表 2020-2026年中国休闲服发展前景预测分析

图表 2015-2019年美国休闲服市场销售规模

图表 2020-2026年美国休闲服市场销售规模预测分析

图表 2015-2019年英国休闲服市场规模

图表 2015-2019年英国休闲服市场占全球和欧洲份额比较

- 图表 2020-2026年英国休闲服市场规模预测分析
- 图表 2020-2026年英国休闲服市场规模及其预测趋势图
- 图表 2015-2019年德国休闲服市场规模
- 图表 2015-2019年德国休闲服市场占全球和欧洲份额比较
- 图表 2020-2026年德国休闲服市场规模预测分析
- 图表 2020-2026年德国休闲服市场规模及其预测趋势图
- 图表 2015-2019年日本休闲服市场规模
- 图表 2015-2019年日本休闲服市场占全球和亚洲份额比较
- 图表 2020-2026年日本休闲服市场规模预测分析
- 图表 2020-2026年日本休闲服市场规模趋预测势图
- 图表 2015-2019年中国休闲服市场规模
- 图表 2015-2019年中国休闲服市场占全球和亚洲份额比较
- 图表 2020-2026年中国休闲服市场规模预测分析
- 图表 2020-2026年中国休闲服市场规模趋预测势图
- 图表 2015-2019年休闲服行业销售成本分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业销售费用分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业管理费用分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业财务费用分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业销售及利润分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业销售毛利率分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业销售利润率分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业成本费用利润率分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业总资产利润率分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业资产分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业负债分析
- 图表 2015-2019年休闲服行业偿债能力分析
- 图表 2015-2019年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2015-2019年居民消费价格涨跌幅度
- 图表 2019年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2015-2019年年末国家外汇储备
- 图表 2015-2019年税收收入及其增长速度
- 图表 2015-2019年粮食产量及其增长速度
- 图表 2015-2019年工业增加值及其增长速度
- 图表 2019年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表 2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表 2015-2019年固定资产投资及其增长速度

图表 2015-2019年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2015-2019年货物进出口总额及其增长速度

图表 2015-2019年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表 2015-2019年人口数及其构成

图表 2015-2019年农村居民村收入及其增长速度

图表 2015-2019年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表 2015-2019年工业生产主要指标

图表 2015-2019年全国居民消费价格指数

图表 2015-2019年工业品出厂价格指数

图表 2015-2019年我国休闲服产品进口数据

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/810379.html>