

2017-2023年中国休闲服装零售市场分析调研及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国休闲服装零售市场分析调研及发展趋势研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201707/545022.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

休闲装，俗称便装。它是人们在无拘无束、自由自在的休闲生活中穿着的服装，将简洁自然的风貌展示在人前。休闲服装一般可以分为前卫休闲、运动休闲、浪漫休闲、古典休闲、民俗休闲和乡村休闲等。休闲，英文为“Casual”，此词在时装上覆盖的范围很广，日常穿着的便装、运动装、家居装，或把正装稍作改进的“休闲风格的时装”。总之，凡有别于严谨、庄重服装的，都可称为休闲装。

休闲裤，顾名思义，休闲裤就是穿起来显得比较休闲随意的裤子。广义的休闲裤，包含了一切非正式商务、政务、公务场合穿着的裤子。现实生活中主要是指，以西裤为模板，在面料、板型方面比西裤随意和舒适，颜色则采用更加丰富多彩的裤子。

我国已经步入经济持续增长的时代，伴随着人们消费观念的逐渐转变以及购买能力的显著提高，崇尚自由、追求个性的文化理念，以及在都市生活的快节奏和紧张工作的压力下，人们渴望放松的心态使休闲服装成为一种新兴服装产业。

2011年至2015年，我国休闲服装市场年均复合增长率为25.95%，2015年市场规模达6,134.3亿元。

2011-2016年中国休闲服装市场规模及增长速度图

资料来源：公开资料，智研咨询整理

休闲服装的市场规模增长率最快。预计2016年休闲服装仍将是市场增长最快的细分领域，增速保持在20%以上。

中国服装细分品类2015年市场规模增长情况

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国休闲服装零售市场分析调研及发展趋势研究报告》共十五章。首先介绍了休闲服装零售行业市场发展环境、休闲服装零售整体运行态势等，接着分析了休闲服装零售行业市场运行的现状，然后介绍了休闲服装零售市场竞争格局。随后，报告对休闲服装零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲服装零售行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲服装零售产业有个系统的了解或者想投资休闲服装零售行业，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 行业发展现状

第一章 休闲装相关概述

第一节 休闲服装概念及特点

- 一、休闲服装的定义
- 二、休闲服装的风格
- 三、休闲服装的分类

第二节 休闲服装行业概述

- 一、休闲服装行业界定
- 二、行业经营模式分析
- 三、休闲服装产业链分析

第三节 中国服装行业管理体制及法规

- 一、服装行业管理体制分析
- 二、服装零售业相关法规

第二章 2012-2017年中国休闲装行业发展的环境分析

第一节 2012-2017年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、对外贸易&进出口

第二节 社会消费环境

- 一、2012-年中国人口及城镇化水平分析
- 二、2016年中国城乡居民衣着消费情况分析
- 三、2016年中国居民消费与恩格尔系数
- 四、中国休闲服装的文化发展路线分析

第三节 服装行业发展

- 一、2012-2017年中国服装行业运行状况分析
- 二、2012-2017年中国服装行业市场规模变化分析
- 三、中国服装行业主流商业模式分析
- 四、2016年服装电子商务B2C市场发展概况
- 五、中国服装产业发展特征及趋势分析
- 六、2017年中国服装市场发展趋势分析

第四节 休闲服装政策环境

第三章 2012-2017年中国休闲服装行业发展现状分析

第一节 2012-2017年中国休闲服装产业发展概况

一、中国休闲服装业发展历程分析

二、休闲服装行业发展特点分析

三、休闲服装产品的特性分析

第二节 2012-2017年中国休闲服装市场发展现状分析

一、2016年中国休闲服装市场规模分析

二、休闲服装市场的竞争格局分析

第三节 2012-2017年中国休闲服装消费特征分析

一、中国休闲服装消费的多样化分析

二、消费者购买休闲服装的渠道分析

三、影响消费者购买休闲服装的因素

第四章 2012-2017年中国休闲服装行业发展态势分析

第一节 中国休闲服装行业发展历程分析

一、中国休闲服装产业的发展阶段分析

二、中国休闲服装主要代表品牌分析

中国休闲服装十大品牌企业	序列	品牌	公司名称	1	美特斯邦威
上海美特斯邦威服饰股份有限公司	2	森马	浙江森马服饰股份有限公司	3	UNIQLO优衣库
迅销(中国)商贸有限公司	4	海澜之家	海澜之家股份有限公司	5	七匹狼
福建七匹狼实业股份有限公司	6	真维斯	真维斯服饰(中国)有限公司	7	Jack&Jones杰克琼斯
Bestseller集团	8	以纯	东莞市以纯集团有限公司	9	佐丹奴
佐丹奴有限公司	10	GXG	宁波中哲慕尚控股有限公司		

资料来源：公开资料，智研咨询整理

三、中国休闲服装产业发展特点分析

四、中国休闲服装第四代发展特征分析

第二节 2016年中国休闲服装行业发展态势分析

一、中国休闲服装行业竞争格局分析

从品牌定位来说，休闲服饰分为中高端品牌和低端品牌。中高端品牌和低端品牌在品牌定位、目标消费群体、产品定价、主要设计元素等方面存在较大差异，使得两者在竞争方式和竞争策略方面有显著差异。具体差异比较列表如下：

内容	中高端品牌	低端品牌	核心竞争力
关注重心	以提升品牌价值为核心目标，通过品牌带来的高端感受来提升品牌的美誉度、渴求度和消费者忠诚度	以不断推陈出新的产品、供应链的快速反应能力为核心竞争力。	以产品本身的特色，包括性价比高、时尚更新快来吸引消费者
目标消费群体及特点	一般为购买力强的28至50岁的消费者。消费心理、习惯、风格较为稳定，品牌忠诚度较高		

一般为18-30岁的消费者。随意消费的特征较明显，对品牌的忠诚度较低，更多受广告宣传的影响，品牌的消费者粘性较低 业绩增长的驱动力 因门店的进入成本、装修成本高，所以注重通过品牌价值的不断提升作为业绩增长的驱动力。依靠品牌影响力不断提高单个门店的收入以及产品的零售价格。更多依赖于内生性的增长，强调以质取胜 因门店以加盟为主以及装修成本相对较小，所以注重品牌大众知名度的提高，以渠道的扩张和供应链的优化作为业绩的驱动力。更多依赖于大规模开拓终端门店铺货，以实现外在扩张式的增长，强调以量取胜 品牌形象与风格 消费群体相对较小，品牌风格保持较长时间的稳定。已经建立起有自身风格、个性魅力和文化内涵的品牌形象，品牌的识别性高，所以中高端品牌更重视经典款型的设计 款式创新是关键，所以在产品设计方面更重视款式的数量和更新的速度，强调款多量少的“快时尚” 营销网络 更容易进入高端百货、机场等销售渠道，所以门店一般为核心商圈的高端商场、客流量大的机场，门店资源相对稀缺。这些渠道一般采取联营分成的模式合作，可以降低因门店租金上涨所带来的经营风险

倾向选择租赁独立门店开设专卖店，终端门店数量一般大大高于中高端品牌 品牌推广策略 一般使用平面广告、针对性的赞助活动、VIP

俱乐部、装修陈列考究的终端形象展示。广告投入相对较小

一般通过电视广告、节目赞助、形象代言进行

定价策略

通常具有较高的品牌溢价，避免陷入价格竞争 强调性价比高、物美价廉 过季存货处理策略

品牌内在价值较高，产品的适销期较长，有些经典款式销售多年仍可保持较高的消费渴求度。过季产品一般通过特定的名牌折扣店促销，正价门店和折扣店严格区分，当季产品不以低折扣促销 产品的适销周期短，存货的快速处理较为关键。在即将过季时一般通过较低折扣在当季促销，一般不区分正价门店和折扣门店

加盟、直营店比例

一般在一二线城市通过直营模式以确立品牌形象，直营店在终端渠道的占比较高

一般以加盟为主、直营为辅，加盟店在终端渠道的占比较高 企业规模、市场集中度

产品差异化、风格化较强，所以单一品牌企业的规模相对较小，市场集中度相对较低

因覆盖大众市场，相对中高端品牌来说规模更容易快速扩大，市场集中度也相对较高

资料来源：公开资料，智研咨询整理

二、中外休闲服装品牌竞争力分析

三、中国休闲服装发展影响要素分析

四、2016年休闲服装行业“快时尚”模式分析

第三节 2012-2017年中国休闲服产品特征分析

一、休闲装面料种类及特点分析

二、休闲服装产品的多样性分析

三、手工制作休闲服成市场热点

四、休闲服装的“平面化”分析

五、休闲服装的时尚化趋势分析

第四节 2012-2017年中国休闲服装零售业发展现状分析

- 一、中国休闲服装的市场需求分析
- 二、休闲服装的消费群体特征分析
- 三、中国休闲服装零售业发展特征分析
- 四、中国休闲服装零售市场竞争特点分析
- 五、中国休闲服装零售渠道发展变化分析
- 六、第三方物流的促进作用分析

第五节 2012-2017年中国休闲服装行业存在的问题和发展对策分析

- 一、中国休闲服装行业存在的问题分析
- 二、中国休闲装市场竞争中存在的问题分析
- 三、中国休闲服装企业的发展策略分析

第五章 2012-2017年中国休闲服装市场细分分析

第一节 2012-2017年中国休闲服装市场规模分析

一、2016年中国休闲服装市场规模概况

在整个休闲服装市场容量中，中高档休闲装的比重不断增加，由2011年的40.0%增加至2015年的45.3%，预计2016年将进一步增至46.9%，市场规模将达到3,462.3 亿元。

2011年-2016年高中低档休闲装市场规模占比情况数据

资料来源：公开资料，智研咨询整理

- 二、2017年重点大型百货商场牛仔服销售量分析
- 三、2017年重点大型百货商场T恤衫销售量分析
- 四、2017年重点大型百货商场夹克衫销售量分析

第二节 2016年中国男士休闲装市场发展现状分析

- 一、2016年中国男装总体市场规模分析
- 二、2016年中国休闲男装市场规模分析
- 三、2016年中国主要男装市场规模分析
- 四、中国商务休闲男装的市场需求分析

第三节 2016年中国休闲女装市场发展现状分析

- 一、2016年中国女装总体市场规模分析
- 二、2016年中国女士休闲装市场规模分析
- 三、2016年中国主要女装市场规模分析

第四节 2016年中国儿童休闲装市场规模分析

- 一、2016年中国婴儿和儿童服装总体市场规模分析
- 二、2016年中国婴儿和儿童休闲服装市场规模分析

三、中国休闲童装的市场特征分析

第五节 中国运动休闲服装市场发展现状分析

一、2016年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

第六章 2012-2017年中国网民休闲服装消费调研

第一节 2016年中国购买服装网民基本特征

一、网民网络应用行为分析

二、不同性别获取服装信息渠道

三、各年龄段获取服装信息渠道

四、各收入段获取服装信息渠道

五、获取服装信息渠道地区差异

第二节 2009年中国网民服装消费品牌偏好分析

一、男性服装品牌偏好

二、女性服装品牌偏好

第三节 2016年中国不同地区网民购买服装特征分析

一、不同地区网民休闲服装偏好

二、不同地区网民关注因素

三、不同地区网民服装购买者

四、不同地区网民服装购买场所

五、不同地区网民服装消费

六、不同地区网民对服装广告的态度

七、不同地区网民网上信息渠道

第四节 2016年中国不同收入购买服装网民特征分析

一、不同收入网民休闲服装偏好

二、不同收入网民关注因素

三、不同收入网民服装购买者

四、不同收入网民服装购买场所

五、不同收入网民服装消费

六、不同收入网民对服装广告的态度

七、不同收入网民网上信息渠道

第五节 2016年中国各年龄段购买服装特征分析

一、不同年龄网民休闲服装偏好

二、不同年龄网民关注因素

三、不同年龄网民服装购买者

四、不同年龄网民服装购买场所

五、不同年龄网民服装消费

六、不同年龄网民对服装广告的态度

七、不同年龄网民网上信息渠道

第六节 2016年中国不同性别服装网民特征分析

一、不同性别网民休闲服装偏好

二、不同性别网民关注因素

三、不同性别网民服装购买者

四、不同性别网民服装购买场所

五、不同性别网民服装消费

六、不同性别网民对服装广告的态度

七、不同性别网民网上信息渠道

第七章 休闲服装零售业重点区域分析

第一节 华北地区分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业发展趋势分析

第二节 华东地区分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业发展趋势分析

第三节 华南地区分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业发展趋势分析

第四节 东北区域分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业发展趋势分析

第五节 西南区域分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业行业发展趋势分析

第六节 西北区域分析

一、2012-2017年行业发展现状分析

二、2012-2017年行业市场需求情况分析

三、2012-2017年行业市场规模情况分析

四、2012-2017年行业竞争格局分析

五、2012-2017年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 休闲服装零售行业竞争分析

第一节 中国休闲服装零售行业竞争格局分析

一、中国休闲服装零售行业集中度分析

二、中国休闲服装零售市场整体竞争格局

第二节 中国休闲服装零售产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 2012-2017年中国休闲服装零售行业竞争分析及预测

一、2016年休闲服装零售市场竞争情况分析

二、2017年休闲服装零售市场竞争形势分析

三、2012-2017年集中度分析及预测

四、2012-2017年SWOT分析及预测

五、2012-2017年进入退出状况分析及预测

六、2012-2017年生命周期分析及预测

第九章 休闲服装零售企业竞争策略分析

第一节 休闲服装零售市场竞争策略分析

一、2017年休闲服装零售市场增长潜力分析

二、2017年休闲服装零售主要潜力项目分析

三、现有休闲服装零售竞争策略分析

四、休闲服装零售潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 休闲服装零售企业竞争策略分析

一、“十二五”规划对休闲服装零售行业竞争格局的影响

二、“十二五”规划休闲服装零售行业竞争格局的变化

三、2012-2017年我国休闲服装零售市场竞争趋势

四、2012-2017年休闲服装零售行业竞争格局展望

五、2012-2017年休闲服装零售行业竞争策略分析

六、2012-2017年休闲服装零售企业竞争策略分析

第十章 重点服装企业分析

第一节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第二节 东莞市东越服装有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第三节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第四节 利惠商业贸易有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第五节 恒德利服装有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第六节 上海同瑞服饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第七节 劲霸男装股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第八节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第九节 真维斯服饰（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第十节 宁波博洋服饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2017年经营状况

四、2012-2017年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 休闲服装零售行业发展趋势预测

第一节 休闲服装零售行业前景分析

一、未来休闲服装零售的发展趋势展望

二、中国休闲服装零售未来发展前景广阔

三、2017年我国休闲服装零售产业发展趋势

四、2017年中国休闲服装零售市场发展预测

五、2012-2017年休闲服装零售发展方向探讨

六、2012-2015年休闲服装零售市场规模预测

第二节 2012-2017年休闲服装零售市场趋势分析

- 一、2012-2017年休闲服装零售市场趋势总结
- 二、2012-2017年休闲服装零售发展趋势分析
- 三、2012-2017年休闲服装零售市场发展空间
- 四、2012-2017年休闲服装零售产业政策趋向
- 五、2012-2017年休闲服装零售价格走势分析

第三节 2012-2017年休闲服装零售市场预测

- 一、2012-2017年休闲服装零售市场结构预测
- 二、2012-2017年休闲服装零售市场需求前景
- 三、2012-2017年休闲服装零售市场价格预测
- 四、2012-2017年休闲服装零售行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 休闲服装零售行业投资现状分析

第一节 2016年休闲服装零售行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资及结构
- 二、2016年投资规模情况
- 三、2016年投资增速情况
- 四、2016年分行业投资分析
- 五、2016年分地区投资分析
- 六、2016年外商投资情况

第二节 2017年休闲服装零售行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资及结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分行业投资分析
- 五、2017年分地区投资分析
- 六、2017年外商投资情况

第十三章 休闲服装零售行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2012-2017年我国宏观经济运行情况
- 二、2012-2017年我国宏观经济形势分析
- 三、2012-2017年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2017年休闲服装零售行业政策环境
- 二、2017年国内宏观政策对其影响

三、2017年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2017年社会环境发展分析

三、2012-2017年社会环境对行业的影响分析

第十四章 休闲服装零售行业投资机会与风险

第一节 休闲服装零售行业投资效益分析

一、2017-2023年休闲服装零售行业投资状况分析

二、2017-2023年休闲服装零售行业投资效益分析

三、2017-2023年休闲服装零售行业投资趋势预测

四、2017-2023年休闲服装零售行业的投资方向

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响休闲服装零售行业发展的主要因素

一、2017-2023年影响休闲服装零售行业运行的有利因素分析

二、2017-2023年影响休闲服装零售行业运行的稳定因素分析

三、2017-2023年影响休闲服装零售行业运行的不利因素分析

四、2017-2023年我国休闲服装零售行业发展面临的挑战分析

五、2017-2023年我国休闲服装零售行业发展面临的机遇分析

第三节 休闲服装零售行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2023年休闲服装零售行业市场风险及控制策略

二、2017-2023年休闲服装零售行业政策风险及控制策略

三、2017-2023年休闲服装零售行业经营风险及控制策略

四、2017-2023年休闲服装零售同业竞争风险及控制策略

五、2017-2023年休闲服装零售行业其他风险及控制策略

第十五章 休闲服装零售行业投资战略研究(ZY GXH)

第一节 休闲服装零售行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

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

第二节 对休闲服装零售品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、休闲服装零售实施品牌战略的意义

三、休闲服装零售企业品牌的现状分析

四、休闲服装零售企业的品牌战略

五、休闲服装零售品牌战略管理的策略

第三节 休闲服装零售行业投资战略研究

一、2016年休闲服装零售行业投资战略

二、2017年休闲服装零售行业投资战略

三、2017-2023年休闲服装零售行业投资战略

四、2017-2023年细分行业投资战略 (ZY GXH)

图表目录：

图表：休闲服装分类及特点

图表：休闲服装设计特点

图表：中国服装零售业相关法规主要内容

图表：2012-2017年中国国内生产总值及增长速度

图表：2012-2017年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表：2012-2017年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表：2012-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表：2016年中国人口数及其构成情况

图表：中国人口数年龄分布结构图

图表：2016年中国城镇人口增长趋势图

图表：2012-2017年主要年份中国城镇居民衣着消费性支出统计

图表：2008年中国城镇居民分区域衣着消费性支出统计

图表：2008年中国分区域农村居民衣着消费支出统计

图表：2012-2017年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表：2012-2017年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表：历年中国主要体育赛事情况统计

图表：2012-2017年中国体育用品、服装鞋帽制造及从业人员统计

图表：2012-2017年中国体育用品、服装鞋帽销售及从业人员统计

图表：2016年中国服装行业经济指标统计

图表：2016年中国服装行业前5省区企业数量排名

图表：2016年中国服装行业前5省区总资产排名

图表：2016年中国服装行业前5省区销售规模排名

图表：2016年中国服装行业前5省区利润排名

图表：2017年中国服装行业经济指标统计

图表：2017年中国服装行业前5省区企业数量排名

图表：2017年中国服装行业前5省区总资产排名

图表：2017年中国服装行业前5省区销售规模排名

图表：2017年中国服装行业前5省区利润排名

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/545022.html>