

2020-2026年中国服装零售 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2020-2026年中国服装零售市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/M46510SV17.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2019-11-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2020-2026年中国服装零售市场分析与投资前景研究报告》介绍了服装零售行业相关概述、中国服装零售产业运行环境、分析了中国服装零售行业的现状、中国服装零售行业竞争格局、对中国服装零售行业做了重点企业经营状况分析及中国服装零售产业发展前景与投资预测。您若想对服装零售产业有个系统的了解或者想投资服装零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016-2019年全球服装零售市场规模稳步增长，六年间年均复合增长率为3.87%。2017年服装零售总额达13813亿美元。随着近年来全球消费升级以及服装业平均售价增加，到2019年全球服装零售额将超14000亿美元。

据博思数据发布的《2020-2026年中国服装零售市场分析与投资前景研究报告》表明：2019年上半年我国服装类商品零售类达4749.7亿元，累计增长2.7%。

指标	2019年6月	2019年5月	2019年4月	2019年3月	2019年2月
服装类商品零售类值当期值(亿元)	767.9	747.8	717.5	774	774
服装类商品零售类值累计值(亿元)	4749.7	3974	3226.5	2510	1727.7
服装类商品零售类值同比增长(%)	4.7	5	-1.1	6.3	2.6
服装类商品零售类值累计增长(%)	2.7	2.3	1.7	2.6	1

报告目录：

第一章 2019年全球服装零售行业发展基本情况

第一节 2019年全球服装零售市场现状与发展情况分析

一、全球服装零售市场现状及特点研究

二、全球服装零售行业发展及需求调研

第二节 2019年全球服装零售市场深度研究

一、2019年全球服装零售需求分析

二、2019年全球服装零售产销分析

三、2019年与国际服装零售市场发展状况分析

第二章 中国服装零售行业总体分析及经济评价

第一节 中国服装零售行业发展基本概述分析

中国服装零售行业发展的主要特点	序号	特点	1	百货商
场竞争力下降	2	网络销售规模扩大	3	SPA模式发展较
好	4	实体零售店仍占据着主导地位		

第二节 中国服装零售行业发展历程与阶段

第三节 中国服装零售行业形势分析与预测

第三章 “十三五”形势下服装零售行业经济形势与发展分析

第一节 2016-2019年全球宏观形势分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2016-2019年全球经济形势预测

第二节 “十三五”形势对全球经济的影响

一、国际“十三五”形势发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 “十三五”形势对中国经济的影响

一、“十三五”形势对中国实体经济的影响

二、“十三五”形势影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

第四节 未来3~5年中国行业经济指标分析

一、2016-2019年中国宏观经济运行概况

二、2016-2019年中国宏观经济趋势预测

第四章 2019年服装零售产业关联产业发展分析

第一节 上下游行业影响及趋势分析

一、行业发展历史阶段研究

二、产品细分市场的产销状况预测分析

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对服装零售行业的影响

五、行业竞争状况及其对服装零售行业的意义

第二节 行业进入壁垒和驱动因素

一、行业发展历史阶段研究

二、产品细分市场的产销状况预测分析

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对服装零售行业的影响

五、行业竞争状况及其对服装零售行业的意义

第五章 2016-2019年中国服装零售行业发展及需求调研

第一节 2016-2019年中国服装零售行业发展基本情况

第二节 2016-2019年中国服装零售生产成本及运输、仓储能力分析

第三节 2016-2019年中国服装零售行业市场供给与需求分析

第四节 2016-2019年中国服装零售生产成本及运输、仓储能力分析研究

第六章 2016-2019年中国服装零售财务指标总体分析

第一节 2019年服装零售行业产品销售收入与成本核算

第二节 2019年服装零售行业偿债与周转能力分析指标

第三节 2019年服装零售行业盈利能力综合分析与评价

第四节 2019年服装零售行业企业发展与营运能力研究

第七章 2016-2019年中国服装零售政策和体制风险研究

第一节 国际服装零售行业政策研究与法规分析

第二节 国际服装零售行业政策解析与判断

第三节 中国服装零售行业政策研究与法规分析

第四节 中国服装零售行业政策解析与判断

第八章 2016-2019年中国服装零售海关统计数据分析

第一节 服装零售最近三年出口形势研究

一、服装零售出口总量统计分析

二、服装零售出口价格统计分析

第二节 服装零售最近三年出口月度统计

一、服装零售出口总量月度走势

二、服装零售出口价格月度走势

第三节 服装零售未来五年出口形势评估

一、服装零售出口总量预测

二、服装零售出口金额预测

第四节 服装零售未来五年出口价格走势图解

第九章 2016-2019年中国服装零售产业区域市场情况深度研究

第一节 2016-2019年华东区域市场服装零售产业发展分析

第二节 2016-2019年华南区域市场服装零售产业发展分析

第三节 2016-2019年华中区域市场服装零售产业发展分析

第四节 2016-2019年华北区域市场服装零售产业发展分析

第五节 2016-2019年西北区域市场服装零售产业发展分析

第六节 2016-2019年西南区域市场服装零售产业发展分析

第七节 2016-2019年东北区域市场服装零售产业发展分析

第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第十章 2016-2019年中国服装零售行业市场竞争格局研究

第一节 服装零售行业主要竞争结构分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节 服装零售企业国际竞争实力对比

一、生产数量、结构、企业数量变化

二、产品细分市场的产销状况

三、原材料价格走势分析

四、企业结构与战略

五、政府扶持力度

第三节 服装零售行业竞争格局研究

一、服装零售行业集中度分析

二、服装零售企业竞争力研究

第四节 服装零售行业竞争对策研究

一、“十三五”形势对行业竞争格局的影响

二、2016-2019年服装零售行业竞争对策研究

三、2016-2019年服装零售行业竞争格局展望

第十一章 中国服装零售行业典型领先企业分析

第一节 思捷环球

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第二节 宝姿

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第三节 幕诗国际

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第四节 利邦

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第五节 利郎

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第十二章 “十三五”形势下中国服装零售产业发展关键趋势与投资方向推荐

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、中国经济的率先复苏对行业的支撑

二、服装零售行业企业在危机中的竞争优势

三、“十三五”形势促使行业内优胜劣汰速度加快

第二节 投资前景防范与策略

一、企业数量以及资金规模

二、要素市场变化趋势

三、行业金融信贷市场风险

四、产业政策变动风险

第三节 新进入者应注意的障碍因素

一、新进企业进入市场的策略

二、战略合作联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 营销分析与营销模式推荐

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、未来需求预测及预测模型

四、对重点客户的营销策略

五、实施重点客户战略中需重点解决的问题

第十三章 服装零售行业投资方向预测分析

第一节 服装零售市场整合成长趋势

一、市场占有率的构成

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 服装零售需求变化趋势及新的商业机遇预测

一、品牌格局趋势

二、市场渠道及分布趋势研究

三、消费者调研及SPSS分析

第三节 服装零售投资前景建议与营销规划

一、行业研发投入情况分析

二、技术开发战略

三、行业竞争战略结构分析

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、发展规划与策略研究

第四节 对中国服装零售品牌建设的方法与策略

一、企业品牌发展的历史进程

二、服装零售实施品牌战略的意义

三、服装零售行业发展趋势及影响因素

四、中国服装零售市场营销的方法

五、服装零售品牌建设与风险管理策略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/M46510SV17.html>