

2020-2026年中国服装行业 发展态势与市场全景评估报告

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年中国服装行业发展态势与市场全景评估报告》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/202006/170469.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

中国是十四亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，纺织服装的总产值约占全国总产值的十分之一，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一直为中国出口创汇作出了巨大的贡献。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。 中企顾问网发布的《2020-2026年中国服装行业发展态势与市场全景评估报告》分析了服装行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国服装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2016-2019年国际服装行业分析1.1 国际服装行业发展概况1.1.1 全球纺织品服装贸易特点1.1.2 全球服装行业区域特征1.1.3 欧洲服装市场贸易现状1.1.4 国际运动服装市场规模1.1.5 全球服装电商发展形势1.2 美国1.2.1 美国服装产业化进程1.2.2 美国服装行业发展态势1.2.3 美国服装行业对外贸易1.2.4 美国服装消费持续扩张1.2.5 美国服装零售巨头动向1.2.6 美国服装电商发展分析1.3 意大利1.3.1 意大利服装行业发展态势1.3.2 意大利纺织服装贸易状况1.3.3 意大利纺织服装区域格局1.3.4 意大利服装企业发展动态1.4 法国1.4.1 法国服装市场发展现状1.4.2 服装行业进出口状况1.4.3 法国服装巨头动态1.5 韩国1.5.1 韩国服装市场发展规模1.5.2 韩国服装产业目标客户1.5.3 中韩服装行业互补合作1.5.4 韩国服装业出口贸易状况1.5.5 韩国服装品牌在华发展态势1.6 日本1.6.1 日本服装产业发展特点1.6.2 日本服装市场销售规模1.6.3 日本服装进口贸易分析1.6.4 日本服饰品牌海外布局状况1.6.5 日本服装企业竞争战略借鉴1.7 其他国家和地区1.7.1 俄罗斯1.7.2 德国1.7.3 澳大利亚1.7.4 印度1.7.5 印尼第二章 2016-2019年中国服装行业分析2.1 中国服装行业发展综述2.1.1 服装产业链发展分析2.1.2 服装行业发展特点2.1.3 服装产业供需分析2.1.4 服装企业转型升级2.1.5 服装行业智能制造2.2 2016-2019年中国服装行业运营状况分析2.2.1 行业运行现状2.2.2 企业运营状况2.2.3 百强企业分析2.2.4 行业景气指数2.2.5 行业经营形势2.3 2016-2019年中国服装业产业集群解析2.3.1 集群概况及特征2.3.2 集群发展成就2.3.3 集群发展状况2.3.4 步入创新聚集阶段2.3.5 集群发展影响因素2.3.6 “十三五”产业集群战略2.4 2016-2019年服装行业品牌分析2.4.1 服装品牌发展特点2.4.2 服装奢侈品牌发展2.4.3 本土品牌发展分析2.4.4 服装业自主品牌探索2.4.5 品牌经营将成服装新业态2.4.6 品牌推广策略分析2.5 2016-2019年中国服装行业库存分析2.5.1 行业库存现状2.5.2 行业库存压力大2.5.3 库存清理方法比较2.5.4 经销商库存消化策略2.6 中国服装行业发展

面临的问题分析2.6.1 行业面临的困境2.6.2 行业存在的问题2.6.3 行业发展难题2.6.4 产业升级障碍2.7 中国服装行业发展策略分析2.7.1 行业发展对策建议2.7.2 线上线下融合发展2.7.3 品牌价值提升战略2.7.4 产业升级对策分析 第三章 中国纺织服装、服饰行业财务状况3.1 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业经济规模3.1.1 行业销售规模3.1.2 行业利润规模3.1.3 行业资产规模3.2 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业盈利能力指标分析3.2.1 行业销售毛利率3.2.2 行业成本费用利润率3.2.3 行业销售利润率3.3 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业营运能力指标分析3.3.1 行业应收账款周转率3.3.2 行业流动资产周转率3.3.3 行业总资产周转率3.4 2016-2019年中国纺织服装、服饰行业偿债能力指标分析3.4.1 行业资产负债率3.4.2 行业利息保障倍数3.5 中国纺织服装、服饰行业财务状况综合评价3.5.1 行业财务状况综合评价3.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析 第四章 2016-2019年中国服装市场分析4.1 支撑中国服装消费增长的主要因素4.1.1 人口红利4.1.2 消费升级4.1.3 城市化4.2 服装市场发展特征分析4.2.1 服装消费行为特征4.2.2 主力消费群体特征4.2.3 智能服装消费潜力4.3 2016-2019年中国重点大型零售企业服装零售状况4.3.1 2015年零售回顾4.3.2 2016年零售分析4.3.3 2017年零售现状4.4 2016-2019年中国服装电子商务市场分析4.4.1 市场发展综述4.4.2 市场规模现状4.4.3 B2C模式零售平台4.4.4 企业布局“互联网+”4.4.5 市场发展问题4.4.6 市场发展建议4.5 中国纺织服装专业市场运行分析4.5.1 市场运行现状4.5.2 市场景气指数4.5.3 市场电商发展4.5.4 转型升级分析4.5.5 市场发展掣肘4.5.6 未来发展趋势 第五章 2016-2019年中国主要地区服装行业发展分析5.1 广东5.1.1 行业发展概况5.1.2 行业发展特点5.1.3 行业生产状况5.1.4 行业出口状况5.1.5 产业技术创新5.1.6 行业经济效益5.1.7 行业投资状况5.2 江苏5.2.1 行业发展特色5.2.2 行业运行现状5.2.3 “互联网+”发展分析5.2.4 产业集群发展5.2.5 产业发展方向5.3 浙江5.3.1 产业集群特色5.3.2 出口贸易状况5.3.3 转型升级思考5.4 福建5.4.1 产业商业模式5.4.2 出口贸易状况5.4.3 主要区域市场5.5 山东5.5.1 产业现状分析5.5.2 产业发展目标5.5.3 产业发展趋势5.6 安徽5.6.1 产业发展规模5.6.2 产业集聚效应5.6.3 政策扶持状况5.6.4 承接产业转移5.6.5 产业发展建议5.6.6 产业发展趋势5.7 新疆5.7.1 产业发展综述5.7.2 产业发展优势5.7.3 产业优惠政策5.7.4 产业发展问题5.7.5 产业发展措施5.7.6 产业指导意见5.7.7 产业前景展望5.7.8 “十三五”发展分析5.8 其它地区5.8.1 吉林5.8.2 河南5.8.3 湖北5.8.4 湖南5.8.5 四川5.8.6 重庆5.8.7 上海 第六章 2016-2019年女装行业发展分析6.1 2016-2019年国外女装市场发展状况6.1.1 日本6.1.2 英国6.1.3 法国6.1.4 意大利6.1.5 俄罗斯6.1.6 印度6.2 2016-2019年中国女装行业发展分析6.2.1 行业发展特点6.2.2 行业细分领域6.2.3 行业发展规模6.2.4 行业区域格局6.3 2016-2019年中国女装市场竞争分析6.3.1 行业多元化竞争6.3.2 高端市场品牌格局6.3.3 市场品牌竞争格局6.3.4 高端品牌集中度分析6.4 2016-2019年中国女装电商发展分析6.4.1 女装电商发展态势6.4.2 女装网购价位格局6.4.3 女装电商平台格局6.4.4 女装电商渠道开拓模式6.4.5 主要电商平台销售规模6.4.6 女装网购决策因素分析6.5 中国女装行业存在的问

题及对策分析6.5.1 行业突出矛盾6.5.2 行业发展策略6.5.3 自主品牌培育6.5.4 渠道建设策略6.5.5 市场营销策略6.6 中国女装市场发展展望6.6.1 市场发展趋势6.6.2 产品发展趋势 第七章 2016-2019年男装行业发展分析7.1 2016-2019年国外男装产业发展状况7.1.1 产业主要发展脉络7.1.2 产业典型商业模式7.1.3 意大利男装市场分析7.1.4 俄罗斯男装消费分析7.1.5 印度男装市场发展状况7.2 2016-2019年中国男装行业发展状况7.2.1 行业发展分析7.2.2 企业发展态势7.2.3 市场需求分析7.2.4 内销价格指数7.2.5 市场消费者分析7.3 2016-2019年部分地区男装市场分析7.3.1 温州7.3.2 宁波奉化7.3.3 福建7.4 2014-2015年男装市场品牌发展分析7.4.1 品牌发展格局7.4.2 品牌发展态势7.4.3 品牌运营模式7.4.4 品牌创新策略7.4.5 品牌发展趋势7.5 2016-2019年男装产业竞争格局解析7.5.1 竞争力影响因素7.5.2 行业竞争力现状7.5.3 中日男装竞争模式7.5.4 市场竞争态势分析7.5.5 市场的跨界竞争7.5.6 企业核心竞争力7.5.7 品牌竞争力问题7.5.8 竞争力提升策略7.6 中国男装行业存在问题及对策分析7.6.1 企业存在问题7.6.2 市场发展对策7.6.3 市场销售策略7.7 中国男装行业未来发展分析7.7.1 行业发展趋势7.7.2 产业发展方向7.7.3 高端市场展望 第八章 2016-2019年童装行业发展分析8.1 2016-2019年童装行业整体发展分析8.1.1 行业监管政策8.1.2 产业环境解析8.1.3 行业发展态势8.1.4 产业发展特征8.1.5 产业结构状况8.1.6 区域发展格局8.1.7 企业布局动态8.2 2016-2019年中国童装产业供需分析8.2.1 行业生产规模8.2.2 市场销售规模8.2.3 市场销售特征8.2.4 市场需求趋向8.3 中大童装市场剖析8.3.1 中大童装市场需求8.3.2 中大童装市场现状8.3.3 中大企业面临的问题8.4 中国童装消费市场剖析8.4.1 童装消费的主要特征8.4.2 影响童装消费的因素8.4.3 童装消费水平多层次8.4.4 童装市场消费需求现状8.4.5 童装个性化消费来临8.5 2016-2019年中国童装品牌的发展分析8.5.1 童装发展品牌市场的背景8.5.2 童装企业自主品牌的发展8.5.3 高端童装品牌销售渠道透析8.5.4 童装品牌市场占有率状况8.5.5 童装品牌细分市场定位8.5.6 童装市场品牌塑造策略8.6 部分地区童装市场分析8.6.1 浙江省织里8.6.2 泉州8.6.3 烟台8.6.4 温州8.7 童装产业存在的问题及对策8.7.1 成人化问题8.7.2 安全健康问题8.7.3 品牌意识不强8.7.4 文化底蕴不足8.7.5 市场发展策略8.8 中国童装行业前景趋势分析8.8.1 市场潜力分析8.8.2 行业未来展望8.8.3 产业发展趋势 第九章 2016-2019年内衣行业发展分析9.1 2016-2019年国际内衣行业发展分析9.1.1 市场发展态势9.1.2 行业发展特征9.1.3 市场发展新动向9.1.4 主要国家的发展9.2 2016-2019年中国内衣产业发展状况9.2.1 行业发展综述9.2.2 行业发展特征9.2.3 市场销售规模9.2.4 资本市场动态9.2.5 高端市场发展9.3 2016-2019年中国内衣市场竞争格局9.3.1 市场竞争差异化9.3.2 品牌市场占有率9.3.3 市场集中度分析9.3.4 区域分布状况9.4 2016-2019年内衣细分产品发展分析9.4.1 针织内衣9.4.2 保暖内衣9.4.3 少女内衣9.4.4 男性内衣9.4.5 儿童内衣9.4.6 孕妇内衣9.5 2016-2019年部分地区内衣产业分析9.5.1 河北9.5.2 浙江9.5.3 深圳9.5.4 盐步9.6 中国内衣行业存在问题及对策分析9.6.1 行业存在问题9.6.2 企业面临挑战9.6.3 行业发展策略9.6.4 经销商资源整合9.6.5 营运系统策略9.6.6 企业突围策略9.7 中国内衣市场未来

的发展9.7.1 市场发展前景9.7.2 市场竞争及产品趋势 第十章 2016-2019年休闲装及运动装发展分析10.1 2016-2019年中国休闲装行业发展概况10.1.1 行业发展特点10.1.2 行业发展规模10.1.3 行业发展态势10.2 2016-2019年中国主要地区休闲装发展分析10.2.1 虎门10.2.2 石狮10.2.3 沙溪镇10.2.4 青岛10.2.5 广东园洲镇10.2.6 辽宁熊岳镇10.3 休闲装细分产品发展分析10.3.1 美式风格休闲服10.3.2 商务休闲装10.3.3 时尚休闲装10.3.4 青春休闲服10.4 2016-2019年运动装市场发展分析10.4.1 市场销售规模10.4.2 品牌集中度分析10.4.3 行业发展格局10.4.4 企业转型路径10.4.5 资本市场动态10.5 休闲装面临的问题及发展策略分析10.5.1 存在的主要问题10.5.2 市场面临的挑战10.5.3 品牌定位差异化10.5.4 企业经营策略10.6 中国休闲运动服装市场前景趋势10.6.1 行业发展趋势10.6.2 未来发展方向10.6.3 儿童服装市场潜力 第十一章 2016-2019年羽绒服发展分析11.1 中国羽绒服行业概况11.1.1 行业发展综述11.1.2 行业发展特点11.1.3 行业品牌提升11.1.4 市场竞争格局11.1.5 行业标准化进展11.2 2016-2019年中国羽绒服市场发展分析11.2.1 行业运行状况11.2.2 市场发展态势11.2.3 出口税率动态11.3 中国羽绒服市场存在的问题11.3.1 品牌及管理问题11.3.2 产品销售渠道问题11.3.3 中小品牌面临的挑战11.4 羽绒服行业发展策略11.4.1 市场突围策略11.4.2 淡季营销策略11.4.3 发挥行业组织作用11.5 中国羽绒服市场的发展趋势11.5.1 产品线更丰富11.5.2 品牌集中度高11.5.3 面辅料需求提升11.5.4 市场发展趋势 第十二章 2016-2019年职业装行业发展分析12.1 2016-2019年中国职业装行业发展概况12.1.1 产品特点介绍12.1.2 行业发展现状12.1.3 行业热点分析12.1.4 行业发展规划12.1.5 产业链深度合作12.2 2016-2019年中国职业装市场分析12.2.1 职业装市场分类12.2.2 职业装市场特征12.2.3 职业装市场调查12.2.4 职业工装市场12.3 2016-2019年中国职业装品牌分析12.3.1 品牌发展历程12.3.2 品牌化发展趋势12.3.3 品牌存在问题12.3.4 品牌创新策略12.4 职业装行业存在的问题及发展对策12.4.1 行业面临的问题12.4.2 行业转型策略12.4.3 行业创新思路12.4.4 行业发展建议12.4.5 细分领域拓展策略12.5 中国职业装市场的前景趋势12.5.1 市场发展空间12.5.2 市场发展趋势12.5.3 市场需求提升12.5.4 未来发展目标 第十三章 中国服装行业产量数据分析13.1 2016-2019年全国服装产量分析13.1.1 2016-2019年全国服装产量趋势13.1.2 2015年全国服装产量情况13.1.3 2016年全国服装产量情况13.1.4 2017年全国服装产量情况13.1.5 2017年服装产量分布情况13.2 2016-2019年全国西服套装产量分析13.2.1 2016-2019年全国西服套装产量趋势13.2.2 2015年全国西服套装产量情况13.2.3 2016年全国西服套装产量情况13.2.4 2017年全国西服套装产量情况13.2.5 2017年西服套装产量分布情况13.3 2016-2019年全国衬衫产量分析13.3.1 2016-2019年全国衬衫产量趋势13.3.2 2015年全国衬衫产量情况13.3.3 2016年全国衬衫产量情况13.3.4 2017年全国衬衫产量情况13.3.5 2017年衬衫产量分布情况13.4 2016-2019年全国针织服装产量分析13.4.1 2016-2019年全国针织服装产量趋势13.4.2 2015年全国针织服装产量情况13.4.3 2016年全国针织服装产量情况13.4.4 2017年全国针织服装产量情况13.4.5 2017年针织服装产量分布情况13.5 2016-2019年全国羽绒服产量分析13.5.1

2016-2019年全国羽绒服产量趋势13.5.2 2015年全国羽绒服产量情况13.5.3 2016年全国羽绒服产量情况13.5.4 2017年全国羽绒服产量情况13.5.5 2017年羽绒服产量分布情况 第十四章 2016-2019年中国服装行业进出口分析14.1 中国服装进出口环境分析14.1.1 退税比率调整14.1.2 行业贸易壁垒14.1.3 主要风险及防范对策14.1.4 打破贸易壁垒的办法14.2 2016-2019年中国纺织品服装对外贸易总体分析14.2.1 2015年贸易回顾14.2.2 2016年贸易状况14.2.3 2017年贸易现状14.3 2016-2019年中国针织或钩编的服装及衣着附件进出口数据分析14.3.1 进出口总量数据分析14.3.2 主要贸易国进出口情况分析14.3.3 主要省市进出口情况分析14.4 2016-2019年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进出口数据分析14.4.1 进出口总量数据分析14.4.2 主要贸易国进出口情况分析14.4.3 主要省市进出口情况分析 第十五章 2016-2019年服装市场竞争分析15.1 国际服装市场竞争态势分析15.1.1 服装产业价值链分析15.1.2 设计师品牌竞争力减弱15.1.3 北美服装市场竞争态势15.1.4 亚洲服装行业竞争态势15.1.5 中国企业国际竞争情况15.1.6 国际竞争力弱化的原因15.2 国外服装业对中国市场的开拓15.2.1 国际服装品牌竞争优势15.2.2 国际品牌扩展二三线城市15.2.3 韩国企业开拓中国市场15.2.4 台湾品牌进军中国网购市场15.3 2016-2019年国内服装市场竞争分析15.3.1 行业竞争结构分析15.3.2 国内市场竞争现状15.3.3 细分市场竞争分析15.3.4 哑铃型品牌竞争格局15.3.5 服装业资本市场竞争现状15.3.6 服装行业竞争趋势分析15.4 2016-2019年童装市场竞争分析15.4.1 童装市场竞争激烈15.4.2 国内品牌竞争现状15.4.3 国内童装品牌排名15.4.4 高中低端品牌竞争分析15.5 服装企业市场竞争模式解析15.5.1 快速反应模式15.5.2 服务差异化模式15.5.3 目标集聚模式15.6 服装行业的竞争策略分析15.6.1 应对国际竞争的战略15.6.2 提高产业竞争力的对策15.6.3 打造品牌竞争力的策略15.6.4 品牌竞争战略案例分析 第十六章 2016-2019年服装行业营销分析16.1 服装行业销售渠道概述16.1.1 零售百货商场16.1.2 服装专业市场16.1.3 连锁专卖店16.1.4 服装超市(折扣店)16.1.5 “店中店”模式16.1.6 网络市场销售16.2 中国服装营销市场概况16.2.1 服装消费影响因素16.2.2 重视移动网络营销16.2.3 服装营销存在的缺陷16.2.4 品牌营销存在的问题16.2.5 营销渠道存在的矛盾16.3 服装行业营销策略分析16.3.1 营销策略制定原则16.3.2 淘宝店营销策略16.3.3 会员制营销策略16.3.4 文化营销分析16.3.5 视觉营销分析16.3.6 合理运用“色彩”16.3.7 运用RFID技术运用16.4 童装市场营销策略分析16.4.1 主要营销策略16.4.2 定位营销16.4.3 营销渠道16.4.4 营销创新16.4.5 色彩营销16.4.6 绿色营销16.4.7 目标市场营销16.5 其他服装细分产品营销策略16.5.1 打造内衣终端策略16.5.2 内衣终端促销方式16.5.3 户外运动服装渠道分析16.5.4 体育服装营销策略16.5.5 老年服装营销策略16.6 服装企业营销案例分析16.6.1 佐丹奴营销策略16.6.2 PPG模式分析16.6.3 庄吉体验营销模式16.6.4 利郎品牌营销策略16.7 服装行业营销建议16.7.1 进行“网红”营销16.7.2 建议进行全渠道营销16.7.3 淘宝店营销操作建议16.7.4 实体店营销操作建议 第十七章 2016-2019年中国服装行业上市公司分析17.1 雅戈尔集团股份有限公司17.1.1 企

业发展概况17.1.2 经营效益分析17.1.3 业务经营分析17.1.4 财务状况分析17.1.5 未来前景展望17.2 宁波杉杉股份有限公司17.2.1 企业发展概况17.2.2 经营效益分析17.2.3 业务经营分析17.2.4 财务状况分析17.2.5 未来前景展望17.3 浙江报喜鸟服饰股份有限公司17.3.1 企业发展概况17.3.2 经营效益分析17.3.3 业务经营分析17.3.4 财务状况分析17.3.5 未来前景展望17.4 福建七匹狼实业股份有限公司17.4.1 企业发展概况17.4.2 经营效益分析17.4.3 业务经营分析17.4.4 财务状况分析17.4.5 未来前景展望17.5 江苏红豆实业股份有限公司17.5.1 企业发展概况17.5.2 经营效益分析17.5.3 业务经营分析17.5.4 财务状况分析17.5.5 未来前景展望17.6 湖北美尔雅股份有限公司17.6.1 企业发展概况17.6.2 经营效益分析17.6.3 业务经营分析17.6.4 财务状况分析17.6.5 未来前景展望17.7 上海开开实业股份有限公司17.7.1 企业发展概况17.7.2 经营效益分析17.7.3 业务经营分析17.7.4 财务状况分析17.7.5 未来前景展望17.8 浙江森马服饰股份有限公司17.8.1 企业发展概况17.8.2 经营效益分析17.8.3 业务经营分析17.8.4 财务状况分析17.8.5 未来前景展望17.9 海澜之家股份有限公司17.9.1 企业发展概况17.9.2 经营效益分析17.9.3 业务经营分析17.9.4 财务状况分析17.9.5 未来前景展望17.10 中国利郎有限公司17.10.1 企业发展概况17.10.2 2015年企业经营状况17.10.3 2016年企业经营状况17.10.4 2017年企业经营状况17.11 上市公司财务比较分析17.11.1 盈利能力分析17.11.2 成长能力分析17.11.3 营运能力分析17.11.4 偿债能力分析 第十八章 中国服装行业其他品牌企业介绍18.1 男装主要生产企业介绍18.1.1 罗蒙18.1.2 庄吉18.1.3 柒牌18.2 女装主要生产企业介绍18.2.1 白领18.2.2 艾格18.2.3 播18.2.4 莫名18.3 休闲装主要生产企业介绍18.3.1 以纯18.3.2 班尼路18.3.3 真维斯18.3.4 美特斯邦威18.4 运动装主要生产企业介绍18.4.1 耐克18.4.2 阿迪达斯18.4.3 李宁18.4.4 安踏 第十九章 服装行业投资潜力分析19.1 2016-2019年国际服装行业投资概况19.1.1 国外服饰企业并购状况19.1.2 境外资本投资越南服装业19.1.3 日本服装企业投资印尼19.1.4 缅甸成服装投资热土19.1.5 美国服装制造业回流19.1.6 非洲服装业投资机会19.2 2016-2019年中国服装行业投资状况19.2.1 行业投资规模19.2.2 资本并购情况19.2.3 资本市场新动向19.3 中国服装行业投资机遇分析19.3.1 借互联网实现弯道超车19.3.2 资本驱动资源整合19.3.3 主业并购延伸19.3.4 快时尚生产方式19.3.5 个性化定制19.4 纺织服装专业市场投资分析19.4.1 投资模式及其影响19.4.2 投资火热的成因19.4.3 对外投资动态19.4.4 市场投资机遇19.5 中国服装产业投资壁垒分析19.5.1 资金壁垒19.5.2 技术壁垒19.5.3 政策壁垒19.5.4 品牌壁垒19.5.5 营销网络壁垒19.5.6 人才壁垒19.6 中国服装产业投资建议19.6.1 行业投资导向19.6.2 市场布局策略19.6.3 品牌运营思路 第二十章 2020-2026年服装行业发展前景分析20.1 世界服装行业发展前景分析20.1.1 市场发展预测20.1.2 行业发展趋势20.1.3 市场结构变化20.2 中国服装行业前景展望20.2.1 行业未来前景20.2.2 行业发展趋势20.2.3 行业发展方向20.3 “十三五”中国服装行业发展分析20.3.1 发展形势20.3.2 发展方向20.3.3 重点任务20.4 2020-2026年中国纺织服装行业预测分析20.4.1 行业发展因素分析20.4.2 行业总资产预测20.4.3

行业收入预测20.4.4 行业利润预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170469.html>