

2024-2030年中国袜子行业 发展态势与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国袜子行业发展态势与投资可行性报告》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/202310/418714.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《2024-2030年中国袜子行业发展态势与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 世界袜子市场供需分析分析 第一节 世界袜子市场动态分析 一、世界袜子行业发展规模分析 二、世界袜子生产结构分析 三、世界袜子流行分析 四、世界袜子品牌竞争分析 24 五、世界袜子市场消费特点与需求结构分析 26 第二节 世界主要国家袜子市场动态分析 26 一、美国 26 二、欧洲 26 三、日本 27 第三节 世界袜子市场运行趋势分析 27 第二章 中国袜子产业运行环境解析 29 第一节 中国袜子产业政策环境分析 29 一、袜子行业标准 29 现行有效的中华人民共和国纺织行业标准：FZ/T 73001-2008 袜子。 二、“中国制造2025”推动纺织产业发展 29 三、纺织“十三五”蓝图初绘 三大定位五大目标 30 四、进出口贸易政策分析 34 第二节 中国经济环境分析 35 第三节 中国袜子产业社会环境分析 41 一、消费观念 41 二、人们着装趋势与审美观 42 三、中国人口规模 42 第三章 中国袜子产业运行新形势透析 46 第一节 中国袜子产业运行总况 46 一、东北袜业“淘宝5000”火热招募 46 二、“世界袜业设计中心”入驻诸暨大唐 47 三、资本"拥抱"袜业 48 四、“袜业智库”撬动“国际袜都”转型提升 49 第二节 中国袜子产业亮点分析 49 一、双金袜业成为第一家在新三板上市的袜子企业 49 二、袜子价格指数回升 50 三、外贸增长方式正在转变 52 第三节 中国袜子产业热点问题探讨 52 一、纺织袜子行业两极分化明显 52 二、纺织袜子企业内销结构亟待升级 52 第四章 中国袜子产区域产动态分析 54 第一节 浙江 54 一、国际袜都三分世界袜市 54 二、创意设计提升袜子利润水平 54 三、为实现转型升级，大唐镇着力“一减一增” 55 四、浙江援疆袜业项目开工 56 五、台州天台县针织袜业借“航母”出海 56 第二节 温州 57 一、温州袜子行业的革命 57 二、温州袜子市场经营模式分析 58 第五章 中国袜子编织制造行业数据监测分析 60 第一节 中国袜子编织制造行业规模分析 60 一、企业数量增长分析 60 二、从业人数增长分析 60 三、销售收入增长分析 61 第二节 中国袜子编织制造行业结构分析 61 一、企业数量结构分析 61 二、销售收入结构分析 62 第三节 中国袜子编织制造行业产值分析 64 一、产成品增长分析 64 二、工业销售产值分析 64 三、出口交货值分析 65 第四节 中国袜子编织制造行业成本费用分析 65 一、销售成本统计 65 二、成本费用结构统计 66 第五节 中国袜子编织制造行业盈利能力分析 66 一、主要盈利指标分析 66 二、主要盈利能力指标分析 67 第六章 中国袜子市场运行动态分析 68 第一节 中国袜子市场总况 68 一、中国袜子纺织工艺 68 二、中国袜子纺织工艺趋势 69

三、中国袜子消费意识形态 70 第二节 中国袜子市场运行动态分析 70 一、中国袜子市场特点 70 二、中国袜子市场网络构成 71 三、中国袜子市场开发 71 第三节 中国袜子市场运营调查分析 71 一、中国袜子行业品牌发展剖析 71 二、中国袜子行业区域品牌发展分析 72 三、中国袜子行业营销分析 72 第七章 中国袜子市场需求消费形势分析 73 第一节 中国袜子市场动态分析 73 一、研发生态袜子进驻世博联合国馆 73 二、“宝娜斯”年销售增长120%背后的秘密 73 三、袜子质检情况 75 第二节 中国袜子市场需求分析 75 一、袜子品牌化需求不断提升 75 二、高科技保健袜子成需求热点 76 三、袜子各层面消费者的需求分析 76 第八章 中国袜子细分市场深度剖析 77 第一节 袜子总体产量及需求量 77 一、我国袜子总体产量 77 二、我国袜子总体需求量 77 第二节 短袜 77 一、中国短袜产品特点 77 二、中国短袜市场发展剖析 78 三、我国短袜产量 78 我国短袜产量增长统计 数据来源：中企顾问网 四、我国短袜市场需求量 79 第三节 运动袜 79 一、中国运动袜市场发展状况 79 二、国内运动袜行业发展繁荣 79 三、国内运动袜产品的发展趋势 81 四、我国运动袜产量 82 五、我国运动袜市场需求量 82 第四节 女袜 83 一、女袜竞争力的核心因素 83 二、女袜市场区域战略定位 83 三、女袜市场新趋向 83 四、我国女袜产量 84 五、我国女袜市场需求量 84 第五节 男袜 85 一、男袜市场消费现状 85 二、男袜向舒适保健发展 85 三、中国男袜发展空间大 86 四、我国男袜产量 87 五、我国男袜市场需求量 87 第六节 丝袜 88 一、中国丝袜市场总量规模分析 88 二、中国丝袜市场增长速度分析 88 三、品牌丝袜市场价格同比分析 88 四、不同材质丝袜市场价格同比分析 88 五、丝袜市场趋势预测广阔 89 六、我国丝袜产量 90 七、我国丝袜市场需求量 90 第七节 连裤袜 91 一、连裤袜流行敏感度 91 二、连裤袜市场需求消费情况 91 三、我国连裤袜产量 92 四、我国连裤袜市场需求量 92 第八节 长统袜 92 一、长统袜市场消费形势 92 二、长统袜市场价格分析 93 三、我国长统袜产量 94 四、我国长统袜市场需求量 94 第九节 矫正袜 95 一、特定消费人群分析 95 二、矫正袜价格分析 95 三、矫正袜营销渠道分析 95 四、矫正袜市场透析 95 第九章 中国袜子进出口贸易数据监测 97 第一节 中国袜子进出口总体分析 97 第二节 中国袜子进出口产品结构分析 98 第三节 中国袜子进出口地区结构分析 101 第十章 中国袜子市场消费者调查分析 107 第一节 袜子目标市场构成分析 107 第二节 袜子消费者购买行为分析 107 一、消费者购买行为类型 107 二、影响消费者购买行为的因素 107 三、袜子购买行为分析 108 第三节 都市人袜子消费习惯和观念调查 109 一、专卖店——品牌消费的主力场所 109 二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素 110 三、新颖、时尚、个性成为袜子风格变化的三要素 111 四、袜子消费渐趋品牌化 111 五、袜子款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展 112 六、消费者期待个性袜子品牌市场分析 112 第四节 袜子的消费心理 112 一、消费心理分析 112 二、中年女性消费行为特点与营销策略 112 三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示 113 第十一章 中国袜子行业营销策略分

析 114 第一节 袜子终端营销策略 114 第二节 袜子品牌广告传播策略和目标的确定 115 一、广告传播策略的确定 115 二、广告传播目标的确定 115 第三节 品牌扩建市场份额策略 117 一、广告宣传 117 二、专卖店的形象建设 117 第四节 袜子企业营销创新策略 119 一、渠道的创新 119 二、终端的创新 119 三、设计创新 120 第十二章 中国袜子的面料市场透析 122 第一节 化纤 122 第二节 纺织品 123 第三节 棉纺供应 125 第四节 麻纺供应 126 第十三章 中国袜子市场竞争格局分析 129 第一节 中国袜子市场竞争现状分析 129 一、中国袜子业在竞争中发展 129 二、中国袜子产业的整体竞争力 129 三、中国袜子行业需提高竞争力 130 第二节 中国袜子品牌竞争现状分析 130 一、国内外品牌角逐女性高端袜子市场 130 二、袜子品牌市场竞争激烈 130 三、劣质袜子超低价抢占市场 130 四、提升品牌袜子竞争力的思路 130 第三节 中国袜子市场集中度分析 131 第四节 中国袜子市场竞争趋势分析 131 第十四章 中国品牌袜业运营关键性财务指标分析 132 第一节 四川浪莎控股股份有限公司 132 一、企业概况 132 二、企业主要经济指标分析 132 三、企业盈利能力分析 133 四、企业偿债能力分析 133 五、企业运营能力分析 133 六、企业成长能力分析 134 第二节 浙江梦娜针织袜业有限公司 134 一、企业概况 134 二、企业主要经济指标分析 137 三、企业盈利能力分析 137 四、企业偿债能力分析 138 五、企业运营能力分析 138 六、企业成长能力分析 139 第三节 海宁耐尔袜业有限公司 139 一、企业概况 139 二、企业主要经济指标分析 140 三、企业盈利能力分析 141 四、企业偿债能力分析 141 五、企业运营能力分析 142 六、企业成长能力分析 142 第四节 浙江振汉袜业有限公司 143 一、企业概况 143 二、企业主要经济指标分析 144 三、企业盈利能力分析 144 四、企业偿债能力分析 145 五、企业运营能力分析 145 六、企业成长能力分析 146 第五节 浙江情怡袜业有限公司 146 一、企业概况 146 二、企业主要经济指标分析 147 三、企业盈利能力分析 147 四、企业偿债能力分析 148 五、企业运营能力分析 148 六、企业成长能力分析 149 第六节 浙江芬莉袜业有限公司 149 一、企业概况 149 二、企业主要经济指标分析 150 三、企业盈利能力分析 150 四、企业偿债能力分析 151 五、企业运营能力分析 151 六、企业成长能力分析 152 第七节 浙江宝娜斯袜业有限公司 152 一、企业概况 152 二、企业主要经济指标分析 153 三、企业盈利能力分析 153 四、企业偿债能力分析 154 五、企业运营能力分析 154 六、企业成长能力分析 155 第八节 步人集团有限公司 155 一、企业概况 155 二、企业主要经济指标分析 156 三、企业盈利能力分析 156 四、企业偿债能力分析 157 五、企业运营能力分析 157 六、企业成长能力分析 158 第九节 青岛即发集团控股有限公司 158 一、企业概况 158 二、企业主要经济指标分析 159 三、企业盈利能力分析 159 四、企业偿债能力分析 160 五、企业运营能力分析 160 六、企业成长能力分析 161 第十五章 中国袜子行业发展趋势与预测分析 162 第一节 中国袜子行业发展潜力与趋势分析 162 一、中国袜子业市场趋势分析 162 二、城镇化带动袜子的消费需求不断增加 162 三、高消费群体规模的扩大使中高档袜子的消费比

重不断上升 163 四、棉质袜市场趋势分析 163 第二节 中国袜子业发展趋势分析 163 一、中国袜子市场产销形势预测 163 二、中国袜子进出口贸易预测 164 三、价格及原材料市场预测分析 165 四、成本预测分析 165 第三节 中国袜子市场盈利预测 166 第十六章 中国袜子市场投资规划建议研究 167 第一节 中国袜子市场投资概况 167 一、袜子投资环境分析 167 二、中国袜子行业投资周期分析 169 纺织服装、服饰业受国民经济景气程度和居民可支配收入变化的影响，呈现出一定的周期性特征，但其子行业袜子制造业因袜子属于日常基本生活消费品，周期性特征较弱。袜子属于日常基本生活消费品，不存在明显的地域性特征。一般来说，欧洲、美国、日本、中国等地一直是袜子消费量较大的地区，而欧洲、美国、日本则是袜子主要进口地区。由于袜子的主要功能是防寒保暖，故季节波动性比较明显。一般来说，7月至来年的2月为销售旺季，下半年的销售额一般明显高于上半年，与此相对应，行业生产旺季为6月至来年的2月。 三、中国袜子行业投资效益分析 169 第三节 中国袜子市场投资机会分析 169 一、袜子投资趋势分析 169 二、与产业链相关的投资机会分析 170 第四节 中国袜子市场投资前景预警 172 一、出口依赖风险 172 二、市场竞争风险 172 三、原料供给及价格波动情况 172 四、人民币汇率波动可能导致的风险 173 第五节 投资观点 173

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418714.html>