

2015-2020年中国服装行业 市场监测及市场趋势调查报告

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

《2015-2020年中国服装行业市场监测及市场趋势调查报告》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/fuzhuang1502/4932710KY7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-24

【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

报告目录：

第一章 服装市场发展概况

第一节 服装市场及产品介绍

第二节 服装市场发展概况

第三节 服装市场相关法律法规

第四节 营销渠道建设是服装市场竞争的关键

第五节 市场推广在服装行业的重要性

第六节 2014-2018年服装市场趋势预测分析

第二章 中国服装行业产业结构

第一节 服装产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 服装产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 服装产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国服装行业参与国际竞争的战略市场定位

第三章 服装市场容量/市场规模分析

第一节 2012-2014年服装市场容量/市场规模统计

第二节 服装下游应用市场结构

第三节 影响服装市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2014-2018年我国服装市场容量/市场规模预测

第四章 服装市场推广策略研究

第一节 服装行业新品推广模式研究

第二节 服装市场终端产品发布特点

第三节 服装市场中间商、代理商参与机制

第四节 服装市场网络推广策略研究

第五节 服装市场广告宣传策略

第六节 服装市场推广与配套供货渠道建立

第七节 服装新产品推广常见问题

第九节 直销模式在服装推广过程中的应用

第十节 国外服装市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

第五章 服装盈利模式研究

第一节 服装市场盈利模式的分类

第二节 服装生产企业的盈利模式研究

第三节 服装经销代理商盈利模式研究

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

第六节 第三方经销网络优化管理研究

第六章 服装营销渠道建立策略

第一节 服装市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 服装市场伙伴型渠道研究

第三节 服装市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 网络经销渠道优化

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第七章 服装市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 服装主要客户群消费特征分析

第二节 服装主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 网客户渠道化发展建议

第四节 渠道经销商维护策略研究

第五节 服装市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第八章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 企业一

一、企业概述

二、产销统计数据

三、市场推广策略与渠道管理

四、营销体系布局与商务政策设计分析

第二节 企业二

一、企业概述

二、产销统计数据

三、市场推广策略与渠道管理

四、营销体系布局与商务政策设计分析

第三节 企业三

一、企业概述

二、产销统计数据

三、市场推广策略与渠道管理

四、营销体系布局与商务政策设计分析

第四节 企业四

一、企业概述

二、产销统计数据

三、市场推广策略与渠道管理

四、营销体系布局与商务政策设计分析

第五节 企业五

一、企业概述

二、产销统计数据

三、市场推广策略与渠道管理

四、营销体系布局与商务政策设计分析

第九章 2014-2018年中国服装渠道销售动向及策略探讨

第一节 中国服装渠道建设及管理

第二节 中国服装渠道销售手段

一、远景掌控

二、品牌掌控

三、服务掌控

四、终端掌控

五、利益掌控

第三节 服装渠道销售要点解析

一、强调市场需求

二、善于利用销售道具

三、善于利用竞争对手做比较

四、善于利用调查数据

五、善于抓住机会表达利益点

第四节 2014-2018年中国服装分销商应对渠道冲击的策略

一、分销商在分销渠道中的角色

二、渠道成员功能执行能力

三、渠道的价值增加能力

四、分销渠道受到冲击

五、上、下游经销商对分销商的冲击

第十章 2014-2018年年中国服装行业投资价值与投资前景研究研究

第一节 中国服装行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 中国服装行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2014-2018年年中国服装行业投资前景预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国服装行业投资前景研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国服装项目行业可行性分析研究

图表目录：

图表：2012-2014年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2014年世界贸易增长趋势：%

图表：2013-2014年主要发达经济体失业率：%

图表：2012-2014年主要经济体政府债务率：%

图表：2008-2014年主要发达经济体消费物价增长率：%

图表：1995-2014年服装相关专利申请数量变化走势图：个

图表：1995-2014年服装相关专利申请数量年度统计表：个

图表：1995-2014年服装相关专利公开数量变化走势图：个

图表：1995-2014年服装相关专利公开数量年度统计表：个

图表：服装相关专利申请人构成表：个

图表：服装相关专利技术构成表：个

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012-2015年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2015年中国GDP经济增长趋势：%

图表：1995-2014年服装相关专利申请数量变化走势图：个

图表：服装产业链结构示意图

图表：2009-2014年中国服装产量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国服装消费量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国服装市场规模及其增速走势图

图表：2009-2014年中国服装市场价格走势图

图表：2015-2022年中国服装产量及消费量预测

图表：2015-2022年中国服装市场价格走势预测

图表：2009-2014年我国服装市场规模分区域统计表

图表：2015-2022年我国服装行业企业集中度预测

图表：2010-2014年中国服装所属行业企业数量增长趋势图

图表：2010-2014年中国服装所属行业资产规模增长分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业销售规模增长分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业利润规模增长分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业产成品增长分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业出口交货值分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业总产值分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业成本费用结构变动趋势

图表：2010-2014年中国服装所属行业销售成本分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业销售费用分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业管理费用分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业财务费用分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业资产收益率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业销售利润率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业总资产周转率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业流动资产周转率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业销售增长率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业利润增长率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业资产负债率分析

图表：2010-2014年中国服装所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1502/4932710KY7.html>