



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国休闲服市场监 测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国休闲服市场监测及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/253950.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第1章：休闲服行业发展综述28

1.1休闲服行业定义及分类28

1.1.1行业概念及定义28

1.1.2行业主要产品大类28

1.1.3行业发展所处阶段28

1.2休闲服行业统计标准29

1.2.1休闲服行业统计部门和统计口径29

1.2.2休闲服行业统计方法30

1.2.3休闲服行业数据种类30

1.3休闲服行业价值链分析31

1.3.1休闲服行业产业链简介31

1.3.2休闲服行业价值链分析32

第2章：上游原材料市场及影响分析33

2.1织布行业的供需分析33

2.1.1我国布产量及产销率分析33

2.1.2我国棉布产量及产销率分析34

2.1.3我国化纤布产量及产销率分析35

2.2织布行业原材料价格走势36

2.2.1棉花市场价格分析36

2.2.2化学纤维市场价格37

2.2.3蚕丝市场价格分析38

2.2.4原材料价格走势预判39

2.2.5原材料价格对织布行业的影响40

2.3织布行业的区域集中度分析40

2.3.1织布企业数量区域集中度分析40

2.3.2织布企业销售收入区域集中度41

2.4织布行业对休闲服行业的影响42

第3章：休闲服行业发展状况分析43

3.1休闲服行业发展状况分析43

3.1.1中国休闲服行业总体发展概况43

3.1.2中国休闲服行业发展特点分析44

3.1.3中国休闲服行业经营情况分析45

(1) 2011-2014年休闲服行业经营效益分析45

(2) 2011-2014年休闲服行业盈利能力分析46

(3) 2011-2014年休闲服行业运营能力分析46

(4) 2011-2014年休闲服行业偿债能力分析46

(5) 2011-2014年休闲服行业发展能力分析47

3.2休闲服行业经济指标分析47

3.2.1行业经济效益影响因素47

3.2.2行业主要经济指标分析49

3.2.3不同规模企业经济指标分析50

3.2.4不同性质企业经济指标分析55

3.3休闲服行业供需平衡分析65

3.3.1全国休闲服行业供给情况分析65

(1) 全国休闲服行业总产值分析65

(2) 全国休闲服行业产成品分析66

3.3.2各地区休闲服行业供给情况分析66

(1) 总产值排名居前的10个地区分析66

(2) 产成品排名居前的10个地区分析67

3.3.3全国休闲服行业需求情况分析68

(1) 全国休闲服行业销售产值分析68

(2) 全国休闲服行业销售收入分析69

3.3.4各地区休闲服行业需求情况分析69

(1) 销售产值排名居前的10个地区分析69

(2) 销售收入排名居前的10个地区分析70

3.3.5全国休闲服行业产销率分析71

第4章：休闲服行业市场竞争态势与策略分析73

4.1中国休闲服行业商业环境分析73

4.1.1行业发展政策环境分析73

(1) 行业相关监管政策分析73

(2) 行业最新政策动向分析74

(3) 行业发展规划政策分析74

4.1.2行业宏观经济环境分析	75
(1) 国际宏观经济环境分析	75
(2) 国内宏观经济环境分析	81
4.1.3行业消费需求环境分析	83
4.1.4行业信息技术环境分析	85
4.1.5行业物流配送环境分析	88
4.2中国休闲服竞争格局及竞争趋势分析	90
4.2.1中国休闲服市场竞争格局分析	90
4.2.2中国休闲服市场集中度分析	91
4.2.3中国休闲服市场竞争态势预测	92
4.3外资品牌在中国市场的布局与影响分析	93
4.3.1国际快时尚品牌中国市场布局分析	93
4.3.2国际快时尚品牌对中国休闲服业的影响	94
(1) 对中国休闲服市场竞争态势的影响	94
(2) 对中国休闲服市场细分状况的影响	94
(3) 对中国休闲服品牌企业坪效的压力	94
4.3.3不同类型外资品牌的竞争影响力分析	95
(1) 大众平价外资品牌竞争影响力分析	95
(2) 中档定位外资品牌竞争影响力分析	95
(3) 本土休闲服品牌最大竞争对手分析	96
4.4外资品牌在中国二三线城市的扩张分析	96
4.4.1对中国休闲服威胁最大外资品牌渠道下沉分析	96
(1) UNIQLO渠道下沉的优势与面临的挑战	96
(2) H&M、ZARA渠道下沉的优势与面临的挑战	96
(3) GAP渠道下沉的优势与面临的挑战	97
4.4.2外资品牌在二三线城市扩张的成败概率分析	97
4.5休闲服行业投资兼并与重组整合分析	97
4.5.1休闲服行业投资兼并与重组整合现状	97
4.5.2休闲服行业投资兼并与重组整合趋势	99
第5章：休闲服行业主要产品市场与品牌策略分析	101
5.1行业主要产品结构特征	101
5.1.1行业产品结构特征分析	101

5.1.2行业产品市场发展概况	101
5.2行业主要产品市场分析	102
5.2.1大众休闲服市场分析	102
5.2.2商务休闲服市场分析	104
5.2.3运动休闲服市场分析	105
5.2.4户外休闲服市场分析	105
5.3行业产品设计投入与能力分析	106
5.3.1休闲服年均新上市款式数量分析	106
5.3.2休闲服行业设计人员规模分析	106
5.3.3休闲服行业研发费用占收入比分析	107
5.3.4休闲服行业产品系列与风格分析	107
5.4行业产品设计与品牌策略分析	109
5.4.1行业产品设计存在的主要问题	109
5.4.2行业产品品牌营销能力发展分析	110
5.4.3行业品牌营销塑造的主要策略	110
5.4.4行业产品设计与品牌营销趋势	114
5.4.5行业企业品牌产业链延伸策略	115
5.5行业品牌运作与国际品牌差距	117
5.5.1国际品牌企业供应链的运作与管理	117
5.5.2国内主要品牌运作与国际品牌的差距	119
5.5.3造成与国际品牌差距的主要原因	125
第6章：休闲服市场销售渠道与发展策略分析	126
6.1休闲服行业销售渠道分析	126
6.1.1休闲服销售渠道发展现状分析	126
(1) 休闲服渠道覆盖率分析	126
(2) 休闲服渠道发展特征分析	126
(3) 直营与加盟渠道的毛利率对比	128
(4) 休闲服渠道终端管理模式分析	129
(5) 休闲服渠道总体空间预测分析	130
6.1.2休闲服购物中心销售渠道分析	130
(1) 购物中心的数量与未来建设趋势	130
(2) 购物中心渠道的优势与影响分析	131

6.1.3休闲服销售电子商务渠道分析	132
(1) 我国服装网购市场规模发展情况	132
(2) 休闲服在网购市场中的发展状况	133
(3) 休闲服网购市场竞争与发展趋势分析	133
6.2休闲服行业供应链管理模式分析	134
6.2.1中国休闲服行业供应链管理现状分析	134
6.2.2国际领先品牌供应链管理模式经验借鉴	135
6.3休闲服营销策略及形式分析	138
6.3.1休闲服营销策略分析	138
(1) 产品策略	138
(2) 价格策略	138
(3) 渠道策略	141
(4) 促销策略	142
6.3.2休闲服营销策略形式分析	144
(1) 形象营销策略	144
(2) 概念营销策略	145
(3) 品牌营销策略	146
(4) 文化营销策略	147
(5) 建立和发展网络营销	147
6.3.3品牌营销及广告表现	148
(1) 广告到达率	148
(2) 广告到达途径	149
(3) 广告有效性——喜爱度	149
(4) 广告有效性——购买说服力	150
(5) 广告效果综合分析	151
6.4休闲服市场营销模式与手段分析	151
6.4.1休闲服营销模式现状分析	151
6.4.2休闲服营销细分手段分析	153
(1) 招商模式	153
(2) 特许加盟	154
(3) 品牌代理商模式	155
(4) 虚拟经营	155

(5) 服装品牌折扣店	156
(6) 主题专卖模式	157
6.4.3 著名国际服装企业个案分析	158
(1) Inditex公司	158
1) Inditex公司经营策略分析	158
2) Inditex公司成功经验借鉴	158
(2) H&M公司	160
1) H&M公司经营策略分析	160
2) H&M公司成功经验借鉴	166
(3) 盖普公司	168
1) 盖普公司经营策略分析	168
2) 盖普公司衰落原因分析	170
3) 盖普公司成功经验借鉴	170
4) 盖普公司后期衰落启示	172
(4) 迅销公司	172
1) 迅销公司经营策略分析	172
2) 迅销公司成功经验借鉴	174
第7章：休闲服行业重点区域市场投资机会分析	175
7.1 休闲服行业总体区域结构特征分析	175
7.1.1 行业区域结构总体特征	175
7.1.2 行业区域集中度分析	178
7.1.3 行业区域分布特点分析	180
7.1.4 行业规模指标区域分布分析	180
7.1.5 行业效益指标区域分布分析	181
7.1.6 行业企业数的区域分布分析	182
7.2 广东省休闲服行业发展分析及预测	183
7.2.1 行业发展规划与配套政策措施分析	183
7.2.2 行业发展规模与产销平衡状况分析	183
7.2.3 市场发展现状与消费行为特征分析	185
(1) 休闲服市场规模分析	185
(2) 休闲服市场消费者的行为特征	185
7.3 福建省休闲服行业发展分析及预测	188

7.3.1	行业发展规划与配套政策措施分析	188
7.3.2	行业发展规模与产销平衡状况分析	188
7.3.3	市场发展现状与消费行为特征分析	190
(1)	休闲服市场规模分析	190
(2)	休闲服市场消费者的行为特征	190
7.4	浙江省休闲服行业发展分析及预测	191
7.4.1	行业发展规划与配套政策措施分析	191
7.4.2	行业发展规模与产销平衡状况分析	192
7.4.3	市场发展现状与消费行为特征分析	193
(1)	休闲服市场规模分析	193
(2)	休闲服市场消费者的行为特征	193
7.5	江苏省休闲服行业发展分析及预测	194
7.5.1	行业发展规划与配套政策措施分析	194
7.5.2	行业发展规模与产销平衡状况分析	194
7.5.3	市场发展现状与消费行为特征分析	196
(1)	休闲服市场规模分析	196
(2)	休闲服市场消费者的行为特征	196
7.6	山东省休闲服行业发展分析及预测	197
7.6.1	行业发展规划与配套政策措施分析	197
7.6.2	行业发展规模与产销平衡状况分析	198
7.6.3	市场发展现状与消费行为特征分析	199
(1)	休闲服市场规模分析	199
(2)	休闲服市场消费者的行为特征分析	199
7.7	上海市休闲服行业发展分析及预测	200
7.7.1	行业发展规划与配套政策措施分析	200
7.7.2	行业发展规模与产销平衡状况分析	200
7.7.3	市场发展现状与消费行为特征分析	202
(1)	休闲服市场规模分析	202
(2)	上海市休闲服市场消费者的行为特征	202
第8章	休闲服行业领先企业生产经营状况分析	204
8.1	大众休闲服类标杆企业生产经营状况分析	204
8.1.1	德永佳集团有限公司经营情况分析	204

(1) 企业发展简况	204
(2) 企业主营业务与产品	204
(3) 企业销售渠道与网络	205
(4) 企业经营情况分析	205
1) 主要经济指标分析	205
2) 企业盈利能力分析	205
3) 企业运营能力分析	206
4) 企业偿债能力分析	206
5) 企业发展能力分析	207
(5) 企业优势与劣势分析	207
(6) 企业最新发展动向	208
8.1.2 佐丹奴国际有限公司经营情况分析	208
(1) 企业发展简况	208
(2) 企业主营业务与产品	208
(3) 企业销售渠道与网络	208
(4) 企业经营情况分析	209
1) 主要经济指标分析	209
2) 企业盈利能力分析	210
3) 企业运营能力分析	210
4) 企业偿债能力分析	211
5) 企业发展能力分析	211
(5) 企业优势与劣势分析	212
(6) 企业最新发展动向	212
8.1.3 旭日企业有限公司经营情况分析	212
(1) 企业发展简况	212
(2) 企业主营业务与产品	213
(3) 企业销售渠道与网络	213
(4) 企业经营情况分析	213
1) 主要经济指标分析	213
2) 企业盈利能力分析	213
3) 企业运营能力分析	214
4) 企业偿债能力分析	214

5) 企业发展能力分析	215
(5) 企业优势与劣势分析	215
(6) 企业最新发展动向	216
8.1.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营情况分析	216
(1) 企业发展简况分析	216
(2) 企业主营业务与产品	217
(3) 企业销售渠道与网络	217
(4) 企业经营情况分析	218
1) 主要经济指标	218
2) 企业盈利能力分析	218
3) 企业运营能力分析	219
4) 企业偿债能力分析	219
5) 企业发展能力分析	220
(5) 企业优势与劣势分析	220
8.1.5 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析	221
(1) 企业发展简况	221
(2) 企业主营业务与产品	222
(3) 企业经营模式分析	223
(4) 企业经营情况分析	225
1) 主要经济指标分析	225
2) 企业盈利能力分析	225
3) 企业运营能力分析	226
4) 企业偿债能力分析	226
5) 企业发展能力分析	227
(5) 企业优势与劣势分析	228
(6) 企业最新发展动向	229
……	
8.2 商务休闲服类标杆企业生产经营状况分析	266
8.2.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析	266
(1) 企业发展简况	266
(2) 企业主营业务与产品	266
(3) 企业销售渠道与网络	266

(4) 企业经营情况分析	266
1) 企业产销能力分析	266
2) 企业盈利能力分析	267
3) 企业运营能力分析	267
4) 企业偿债能力分析	268
5) 企业发展能力分析	268
(5) 企业优势与劣势分析	269
(6) 企业最新发展动向	269
8.2.2 利郎(中国)有限公司经营情况分析	269
(1) 企业发展简况	269
(2) 企业主营业务与产品	270
(3) 企业销售渠道与网络	270
(4) 企业经营情况分析	271
1) 主要经济指标分析	271
2) 企业盈利能力分析	272
3) 企业运营能力分析	272
4) 企业偿债能力分析	273
5) 企业发展能力分析	273
(5) 企业优势与劣势分析	274
(6) 企业最新发展动向	274
8.2.3 劲霸男装股份有限公司经营情况分析	274
(1) 企业发展简况	274
(2) 企业主营业务与产品	275
(3) 企业销售渠道与网络	275
(4) 企业经营情况分析	275
1) 企业产销能力分析	275
2) 企业盈利能力分析	276
3) 企业运营能力分析	276
4) 企业偿债能力分析	277
5) 企业发展能力分析	277
(5) 企业优势与劣势分析	278
(6) 企业最新发展动向	278

8.2.4福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析278

(1) 企业发展简况分析279

(2) 企业主营业务与产品280

(3) 企业销售渠道与网络281

(4) 企业经营情况分析281

1) 主要经济指标分析281

2) 企业盈利能力分析282

3) 企业运营能力分析283

4) 企业偿债能力分析284

5) 企业发展能力分析284

(5) 企业优势与劣势分析285

(6) 企业最新发展动向285

·

8.3时尚休闲服类标杆企业生产经营状况分析311

8.3.1衣恋时装(上海)有限公司经营情况分析311

(1) 企业发展简况311

(2) 企业主营业务与产品312

(3) 企业销售渠道与网络312

(4) 企业经营情况分析312

1) 企业产销能力分析312

2) 企业盈利能力分析313

3) 企业运营能力分析313

4) 企业偿债能力分析314

5) 企业发展能力分析314

(5) 企业优势与劣势分析315

8.3.2东莞市星达实业有限公司经营情况分析315

(1) 企业发展简况315

(2) 企业主营业务与产品316

(3) 企业销售渠道与网络316

(4) 企业经营情况分析316

1) 企业产销能力分析316

2) 企业盈利能力分析317

3) 企业运营能力分析317

4) 企业偿债能力分析318

5) 企业发展能力分析318

(5) 企业优势与劣势分析319

(6) 企业最新发展动向319

8.3.3浙江高邦服饰集团有限公司经营情况分析320

(1) 企业发展简况320

(2) 企业主营业务与产品321

(3) 企业销售渠道与网络321

(4) 企业经营情况分析321

1) 企业产销能力分析321

2) 企业盈利能力分析321

3) 企业运营能力分析322

4) 企业偿债能力分析322

5) 企业发展能力分析323

(5) 企业优势与劣势分析323

……

8.4运动休闲服类标杆企业生产经营状况分析339

8.4.1特步国际控股有限公司经营情况分析339

(1) 企业发展简况339

(2) 企业主营业务与产品341

(3) 企业销售渠道与网络341

(4) 企业经营情况分析341

1) 主要经济指标分析341

2) 企业盈利能力分析341

3) 企业运营能力分析342

4) 企业偿债能力分析342

5) 企业发展能力分析343

(5) 企业优势与劣势分析343

(6) 企业最新发展动向344

8.4.2安踏体育用品有限公司经营情况分析344

(1) 企业发展简况344

- (2) 企业主营业务与产品344
- (3) 企业销售渠道与网络344
- (4) 企业经营情况分析345
- 1) 主要经济指标分析345
- 2) 企业盈利能力分析345
- 3) 企业运营能力分析346
- 4) 企业偿债能力分析346
- 5) 企业发展能力分析347
- (5) 企业优势与劣势分析347
- (6) 企业最新发展动向348

……

第9章：休闲服行业发展趋势分析与预测360

9.1休闲服市场发展趋势及前景360

9.1.1中国休闲服市场发展趋势分析360

- (1) 中国休闲服市场前景预测361

9.2休闲服行业投资特性分析361

9.2.1休闲服行业进入壁垒分析361

9.2.2休闲服行业盈利模式分析362

9.2.3休闲服行业盈利因素分析365

9.3休闲服行业投资风险及建议366

9.3.1休闲服行业投资风险分析366

- (1) 宏观经济波动风险366

- (2) 关联产业风险366

- (3) 外资竞争的风险366

9.3.2休闲服行业投资建议367

图表目录：

图表1：休闲服行业主要产品分类28

图表2：我国休闲服装行业在生命周期所处阶段29

图表3：中国企业的市场主体分类30

图表4：中国不同所有制性质企业的划分31

图表5：休闲服装行业产业链示意图32

图表6：休闲服装行业价值链示意图32

图表7：2007-2014年我国布产量及同比增速（单位：亿米，%）33

图表8：2007-2014年全国布产销率变化趋势图（单位：%）34

图表9：2007-2014年我国棉布产量及同比增速（单位：亿米，%）34

图表10：2007-2014年全国棉布产销率变化趋势图（单位：%）35

图表11：2007-2014年我国化学纤维布产量及同比增速（单位：亿米，%）35

图表12：2007-2014年全国化学纤维布产销率变化趋势图（单位：%）36

图表13：2013-2014年中国棉花328指数和CotlookA指数（单位：元/吨，美分/磅）37

图表14：2005-2014年我国涤纶价格走势（单位：万元/吨）37

图表15：2005-2014年我国粘胶短纤价格走势（单位：万元/吨）38

图表16：2005-2014年我国粘胶长丝价格走势（单位：万元/吨）38

图表17：2011-2014年我国干茧价格走势（单位：万元/吨）39

图表18：2011-2014年我国生丝价格走势（单位：万元/吨）39

图表19：2014年我国织布行业企业数量排前十的区域所占比例（单位：%）41

图表20：2014年我国织布行业销售收入排前十的区域所占比例（单位：%）41

图表21：织布行业对休闲服行业的影响42

图表22：我国休闲服行业竞争格局发展示意图43

图表23：我国休闲服行业发展历程43

图表24：我国休闲服行业发展的主要特点44

图表25：2011-2014年休闲服行业经营效益分析（单位：家，人，亿元，%）45

图表26：2011-2014年中国休闲服行业盈利能力分析（单位：%）46

图表27：2011-2014年中国休闲服行业运营能力分析（单位：次）46

图表28：2011-2014年中国休闲服行业偿债能力分析（单位：%，倍）47

图表29：2011-2014年中国休闲服行业发展能力分析（单位：%）47

图表30：我国休闲服行业经济效益的主要影响因素47

图表31：2011-2014年休闲服行业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）49

图表32：2011-2014年中国大型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）50

图表33：2011-2014年中国中型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）52

图表34：2011-2014年中国小型休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）53

图表35：2010-2014年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）54

图表36：2010-2014年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）54

图表37：2010-2014年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）55

图表38：2010-2014年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）55

图表39：2011-2014年国有休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）56

图表40：2011-2014年集体休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）57

图表41：2011-2014年股份合作休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）58

图表42：2011-2014年股份制休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）59

图表43：2011-2014年私营休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：亿元，人，家，%）60

图表44：2011-2014年外商和港澳台投资休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）61

图表45：2011-2014年其他性质休闲服行业企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）62

图表46：2010-2014年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）63

图表47：2010-2014年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）63

图表48：2010-2014年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）64

图表49：2010-2014年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）64

图表50：2008-2014年休闲服行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）65

图表51：2008-2014年休闲服行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）66

图表52：2011-2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：亿元，%）67

图表53：2014年我国休闲服行业工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）67

图表54：2011-2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）68

图表55：2014年我国休闲服行业产成品居前的10个地区比重图（单位：%）68

图表56：2008-2014年休闲服行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）69

图表57：2008-2014年休闲服行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）69

图表58：2011-2014年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）70

图表59：2014年我国休闲服行业销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）70

图表60：2011-2014年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）71

图表61：2014年我国休闲服行业销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）71

图表62：2004-2014年我国休闲服行业产销率变化趋势图（单位：%）72

图表63：中国休闲服行业的相关监管政策73

图表64：2013-2014年中国休闲服行业的最新政策动向74

图表65：中国休闲服行业的主要发展规划政策75

图表66：2005-2014年美国制造业采购经理指数走势（单位：%）76

图表67：2007-2014年欧元区部分国家GDP增速走势（单位：%）77

图表68：2007-2014年欧元区信心指数和PMI走势（单位：%）77

图表69：2007-2014年日本、韩国GDP增速走势（单位：%）78

图表70：2008-2014年日本对华汽车出口走势（单位：%）79

图表71：2008-2014年日本产能利用率走势（单位：%）79

图表72：2008-2014年日本PMI指数走势（单位：%）80

图表73：2008-2014年部分金砖国家GDP增速走势（单位：%）80

图表74：2013-2014年全球主要国家宏观经济指标预测（单位：%）81

图表75：1990-2014年我国GDP及同比增速（单位：亿元，%）81

图表76：2007-2014年我国GDP当季同比增速（单位：%）82

图表77：2014年我国当季GDP环比增速与PMI指数走势（单位：%）82

图表78：2008-2014年我国GDP增速与休闲服行业销售收入增速（单位：%）83

图表79：2008-2014年农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）83

图表80：2008-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）84

图表81：2008-2014年全社会消费品零售总额及同比增速（单位：亿元，%）84

图表82：敏捷供应链管理系统87

图表83：我国休闲服行业品牌竞争格局90

图表84：我国休闲服行业"三足鼎立"品牌的比较91

图表85：2014年我国休闲服行业主要品牌市场份额（单位：%）91

图表86：截止至2014年底国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）93

图表87：截止至2014年底国际快时尚品牌中国城市布局情况（单位：个，家，%）94

图表88：不同类型外资品牌对我国休闲服行业的影响95

图表89：我国休闲服行业投资兼并重组主要案例98

图表90：我国休闲服行业投资兼并重组趋势100

图表91：不同消费群体对休闲服装的消费需求占比（单位：%）101

图表92：主要大众休闲品牌目标消费群与品牌定位情况102

图表93：主要大众休闲服品牌属性分析（单位：%）103

图表94：主要大众休闲服品牌产品分析（单位：%）103

图表95：主要大众休闲服品牌产品分析（单位：%）104

图表96：2008-2014年我国男装商务休闲服市场规模及同比增速（单位：亿元，%）104

图表97：2014年主要上市休闲服装公司产品设计款式数量（单位：款）106

图表98：2014年我国主要上市休闲服装公司产品设计人员规模（单位：人，%）107

图表99：2014年我国主要上市休闲服装公司研发投入占营业收入的比例（单位：%）107

图表100：美特斯邦威休闲服产品系列108

图表101：森马服饰休闲服产品系列108

图表102：搜于特休闲服装产品系列109

图表103：休闲服品牌目标消费者定位111

图表104：知名休闲服企业所拥有的主要品牌数量（单位：个）112

图表105：美邦、森马及搜于特的品牌推广模式113

图表106：2007-2014年美邦、森马及搜于特广告宣传费用（单位：万元）114

图表107：我国休闲服装设计发展趋势114

图表108：我国休闲服行业品牌产业链延伸策略116

图表109：Inditex公司的供应链管理图示118

图表110：Inditex公司的经营模式图118

图表111：2001-2014年Inditex公司门店数量统计（单位：家）119

图表112：2007-2014年ZARA母公司Inditex店铺数量（单位：家）119

图表113：国际休闲服零售商的销售模式比较120

图表114：国际知名休闲服零售商的供应链模式120

图表115：ZARA、H&M与美邦的运作模式对比（一）122

图表116：ZARA、H&M与美邦的运作模式对比（二）123

图表117：Bestseller的主要运作模式介绍124

图表118：我国休闲服行业品牌与国际品牌差距的主要原因125

图表119：美邦、森马及搜于特直营与加盟门店的数量结构对比（单位：%）127

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253950.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。