

2014-2018年中国牛仔裤品牌市场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国牛仔裤品牌市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/fuzhuang1311/94382733XN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-11-19

【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《2014-2018年中国牛仔裤品牌市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十章，报告以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对牛仔裤品牌行业的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销渠道和营销策略等方面进行深入的调研分析。

牛仔服盛行已有较长的历史。由于牛仔服饰具有自然、朴实、潇洒、粗犷、随和、实用等优点，颇受世界各地消费者的青睐。青年男女更以牛仔服、牛仔裤作为时尚，连拎包用具、鞋帽等亦用牛仔布料。

对于牛仔裤的需求已经逐渐提升，并且已经成为市场的主流趋势。最大的影响因素主要是商品受高价推动，而高端市场一直引领着时尚潮流。消费者在经历了一段沉寂期之后，开始重新购买牛仔裤，并且愿意花上高价购买心仪的款式和样式。因而市场上开始兴起了大量的颜色，造型和高低腰设计等。

牛仔裤原来是指用一种靛蓝色粗斜纹布（Denim）裁制的直裆裤、裤腿窄，缩水后穿着紧包臀部的长裤。因其最早出现在美国西部，曾受到当地的矿工和牛仔们的欢迎，故名牛仔裤（Jeans）。

初期时的牛仔裤大多用劳动布（又名坚固呢）裁制。衣缝沿边缉双道桔红色的缝线针迹，并缀以铜钉和铜牌商标。随着时代的变迁，牛仔裤的发展已今非昔比。时装化已是牛仔的主要发展方向。

目前，我国牛仔裤产量位居世界第一，全球有80%以上的牛仔裤来自我国生产。未来几年，随着世界服装产业逐渐向亚洲地区转移，我国牛仔裤行业产能将进一步增长。专家预计，十二五期间我国牛仔裤产量仍将保持10%以上的增长速度，预计到2017年我国牛仔裤产量将达到88亿条。

虽然中国生产的牛仔裤产量居世界第一，但我国消费者人均拥有的牛仔裤却不是最多的，人均只拥有4条，刚超过全球消费者人均拥有7条的一半。我国牛仔裤消费量仍低于世界平均水平，因此国内市场需求仍存在较大的发展空间。专家预测，未来几年我国牛仔裤需求量增长将达到12-15%。

第一章 2013年全球牛仔裤产业发展概况

第一节 2013年全球牛仔裤产业发展与市场概况

一、牛仔的发展历史

二、牛仔时装化的四大理由

三、牛仔裤将继续流行

四、牛仔布的新工艺

五、针织牛仔绽放新的商机

第二节 2013年全球主要国家牛仔裤发展态势分析

一、美国

二、法国

三、英国

四、意大利

五、泰国牛仔裤销售情况

六、印度牛仔裤市场规模

第三节 2014-2019年全球牛仔裤产业发展前景预测分析

第二章 2014年我国服装行业经济运行分析

第一节 2012年我国服装产业运行分析

一、2012年我国服装产业景气度情况

二、2012年我国服装业生产继续趋冷，销售较快回升，库存高位运行

三、出口增长乏力

四、产品价格涨势趋缓，仍处高位

五、盈利明显增长，亏损总额加重

六、用工增速持续回落，投资较快增长

第二节 2013年上半年我国服装产业运行分析

一、2013年上半年我国服装产业景气指数与预警指数变化

二、服装业生产同比增速由负转正，销售同比增速下滑，库存仍居高位

三、价格小幅上涨

四、出口企稳回升

五、利润增长继续放缓，资金周转有所好转

六、用工呈下行态势，投资继续快速增长

七、2013年下半年服装行业发展走势相对乐观

第三节 2013年上半年我国服装产业与市场发展特点分析

- 一、外贸持续低迷
- 二、国内投资后劲足
- 三、价格推动零售增长
- 四、消费回暖但通胀依旧

第四节 2013年我国纺织服装行业发展走势预测

第三章 2013年中国牛仔裤行业发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国牛仔裤政策环境分析

- 一、《牛仔服装纺织》行业标准
- 二、牛仔裤进出口的标准
- 三、《纺织服装专业市场建设及管理技术规范》

第三节 2013年中国牛仔裤技术环境分析

- 一、香港服装市场牛仔裤激光应用技术
- 二、牛仔裤生物染料技术分析
- 三、牛仔裤水洗技术分析

第四节 2013年中国牛仔裤行业社会环境分析

- 一、人们审美观念
- 二、居民的各种消费观念和习惯
- 三、人口环境分析
- 四、文化环境分析

第四章 2013年中国牛仔裤行业市场运行状况分析

第一节 2013年中国牛仔裤行业发展现状分析

- 一、牛仔行业发展现状分析
- 二、牛仔裤市场需求现状分析
- 三、牛仔裤市场价格走势分析

第二节 2013年中国牛仔裤行业发展面临的问题分析

- 一、自主开发设计薄弱

二、企业文化建设不足

三、品牌形象不好

四、缺乏运作经验

第三节 2013年中国牛仔裤行业发展问题应对策略分析

第五章 2007-2013年中国纺织服装制造行业数据监测分析

第一节 2007-2013年中国纺织服装制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国纺织服装制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2013年中国纺织服装制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2013年中国纺织服装制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2013年中国纺织服装制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2013年中国牛仔裤消费市场调查分析

第一节 受访者基本情况

一、性别分布

二、年龄分布

三、对牛仔裤喜好情况

第二节 2013年中国牛仔裤消费者购买态度及影响分析

一、价格的敏感程度

二、品牌的影响程度

三、面料的影响程度

四、款式的影响程度

第七章 2013年中国牛仔裤市场营销策略研究

第一节 2013年中国牛仔裤营销策略分析

一、品牌策略分析

二、款式策略分析

三、市场消费者定位分析

第二节 2013年中国牛仔裤市场营销渠道分析

一、大型商场、百货公司

二、普通商场、服装店

三、户外牛仔裤专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、网络销售

第三节 2013年中国牛仔裤行业广告与促销方式分析

第八章 2013年中国牛仔裤行业市场竞争格局分析

第一节 2013年中国牛仔裤行业竞争动态分析

一、牛仔裤直销竞争焦点在“地利”

二、牛仔裤直销的中西文化之争

三、BONO叫板PPG B2C牛仔裤直销市场竞争加剧

第二节 2013年中国牛仔裤行业竞争结构分析

一、牛仔裤品牌竞争程度分析

二、牛仔裤生产地区集中度分析

三、牛仔裤价格竞争分析

第三节 2014-2019年中国企业提升竞争力策略分析

第九章 2013年中国牛仔裤行业重点企业分析

第一节 黑牡丹（集团）股份有限公司（600510）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第二节 辽源市真雨实业有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第三节 青岛绮丽佳荣制衣有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第四节 富怡雅制衣厂有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第五节 淄博华绵制衣有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第六节 上海尚玄制衣有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第七节 汕头经济特区业盛制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014年经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第八节 枣庄国扬制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014年经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第九节 沈阳明瀚制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014年经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第十节 开平市永健制衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014年经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第十章 2014-2019年中国牛仔裤行业投资机会与风险预警

第一节 2014-2019年中国牛仔裤投资机会分析

- 一、牛仔裤产业投资吸引力分析
- 二、牛仔裤产业投资区域分析

第二节 2014-2019年中国牛仔裤投资风险预警

- 一、行业竞争风险预警
- 二、市场环境风险预警
- 三、原材料风险预警

第三节 专家建议

第十一章 2014-2019年中国牛仔裤行业发展趋势及前景预测分析

第一节 2014-2019年中国牛仔裤行业发展趋势分析

- 一、中国牛仔服装市场呈现强劲需求
- 二、牛仔设计文化多元化发展，牛仔设计水平提高
- 三、牛仔品牌化有助于实现价值提升
- 四、功能性面料牛仔裤市场需求增加

第二节2014-2019年中国牛仔裤行业市场预测分析

- 一、市场供给预测分析
- 二、产品需求预测分析
- 三、市场竞争格局预测分析

第三节2014-2019年中国牛仔裤行业市场盈利预测分析

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业 提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1311/94382733XN.html>