

2017-2022年中国防臭袜行业市场研究及发展前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国防臭袜行业市场研究及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/310488.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

防臭袜具备对高达650种以上细菌的抑制能力，可以有效防止因皮屑，汗液混合细菌代谢物形成的脚臭，脚气等问题。最早用于野战部队，航天员等需要长效抗菌防臭的专业用途，可以在高达7-10天不间断穿着情况下不产生臭脚和抑制细菌的效果。经历上百次水洗后，仍然保持95%以上的抗菌性能。

防臭袜巨大的市场空间也迎来了资本的拥抱，防臭袜龙头企业AUN于2015年获得风投青睐，融资千万，并于2016年初登陆时代广场。防臭袜能解决刚需客户的脚臭问题，随着消费者健康意识和品质需求的逐渐提高，防臭袜的市场空间巨大。

2015年市场规模为0.3亿元，占袜子市场份额的0.2%，中投顾问产业研究中心预测，到2020年市场规模有望达2.3亿美元，未来五年复合增速约为50%左右。

2016年—2020年防臭袜市场规模预测(单位：亿美元)

防臭袜产品类型

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 防臭袜基本概述

1.1 袜子基本概念

1.1.1 产品定义

1.1.2 行业分类

1.1.3 选购技巧

1.1.4 质量鉴别

1.1.5 原材料

1.2 防臭袜基本介绍

1.2.1 产品定义

1.2.2 产品效果

1.2.3 抗菌原理

第二章 防臭袜行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 全球经济形势分析

2.1.2 中国经济发展态势

2.1.3 中国产业经济结构

2.1.4 宏观经济发展走势

2.2 政策环境

2.2.1 进出口相关政策

2.2.2 税收优惠政策

2.2.3 新疆扶持政策

2.2.4 其他相关政策

2.3 社会环境

2.3.1 二胎政策落地

2.3.2 居民收入增加

2.3.3 网购发展成熟

2.4 行业环境

2.4.1 产业联盟筹备

2.4.2 欧美出口趋严

2.4.3 行业新标实施

2.4.4 营改增影响

第三章 2014-2016年袜业发展分析

3.1 袜业发展综述

3.1.1 行业发展历程

3.1.2 行业产业链分析

3.1.3 渠道拓展分析

3.1.4 行业龙头企业

3.2 2014-2016年袜业市场分析

3.2.1 行业价格分析

3.2.2 行业景气度分析

3.2.3 大唐袜业指数

3.3 袜业细分市场发展分析

3.3.1 男袜

3.3.2 女袜

3.3.3 童袜

3.3.4 婴儿袜

3.4 袜业区域发展分析

3.4.1 诸暨

3.4.2 辽源

3.4.3 里水

3.4.4 沐阳

3.4.5 天台

第四章 2014-2016年防臭袜行业发展分析

4.1 防臭袜行业基本介绍

4.1.1 行业发展历程

4.1.2 产业链分析

4.1.3 SWOT分析

4.1.4 技术发展分析

4.2 防臭袜行业发展态势

4.2.1 产业集群分析

4.2.2 市场发展潜力

4.2.3 行业发展动态

4.2.4 AUN登陆时代广场

4.3 防臭袜行业发展驱动力分析

4.3.1 戳中防臭痛点

4.3.2 健康意识渐强

4.3.3 购买力逐渐增加

4.3.4 技术推动发展

4.4 防臭袜行业发展存在的问题及对策

4.4.1 行业主要问题

4.4.2 坚持产品创新

4.4.3 加大技术支持

4.4.4 市场营销创新

4.4.5 加大监管力度

第五章 2014-2016年防臭袜行业市场分析

5.1 防臭袜市场发展综况

5.1.1 市场规模分析

5.1.2 区域分布情况

5.1.3 行业竞争结构

防臭袜市场占比

5.1.4 行业集中度分析

5.2 防臭袜市场需求分析

5.2.1 个人消费需求

5.2.2 健身团体需求

5.2.3 非营利机构需求

5.3 影响消费者购买因素分析

5.3.1 社会因素

5.3.2 文化因素

5.3.3 心理因素

第六章 2014-2016年防臭袜行业营销分析

6.1 防臭袜行业营销概况

6.1.1 营销模式分析

6.1.2 产品策略分析

6.1.3 产品定价分析

6.1.4 商品包装分析

6.1.5 渠道选择分析

6.2 防臭袜行业电商营销分析

6.2.1 电商营销模式

6.2.2 电商营销格局

6.2.3 电商营销动态

6.2.4 电商营销策略

6.3 防臭袜行业微商营销分析

6.3.1 微商分销建立核心

6.3.2 微商营销竞争格局

6.3.3 微商营销技巧分销

6.3.4 微商营销存在问题

6.3.5 微商营销发展建议

第七章 2014-2016年防臭袜行业重点企业经营分析

7.1 AUN（爱优恩）

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 企业竞争力分析

7.1.3 业务经营分析

7.1.4 企业营销分析

7.1.5 企业发展动态

7.1.6 未来前景展望

7.2 索菲亚

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业竞争力分析

7.2.3 业务经营分析

7.2.4 企业营销分析

7.2.5 未来前景展望

7.3 大时代

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业竞争力分析

7.3.3 业务经营分析

7.3.4 企业营销分析

7.3.5 未来前景展望

7.4 隐形盾

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业竞争力分析

7.4.3 业务经营分析

7.4.4 企业发展动态

第八章 2014-2016年防臭袜行业投资分析及前景趋势预测

8.1 防臭袜行业投资情况

8.1.1 AUN获风投青睐

8.1.2 行业投资价值

8.1.3 行业投资机会

8.2 防臭袜行业投资风险预警

8.2.1 政策风险

8.2.2 经营风险

8.2.3 竞争风险

8.2.4 技术风险

8.3 防臭袜发展前景及趋势

8.3.1 行业发展前景

8.3.2 行业整体趋势

8.3.3 行业发展方向

8.3.4 “互联网+”趋势

图表目录：

图表 袜子分类情况

图表 2015年国内生产总值及增速

图表 2011-2015年国内生产总值环比和同比增速比较（分季度）

图表 2015年规模以上工业增加值同比增速

图表 2015年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2015年社会消费品零售总额分月同比增速

图表 2015年居民消费价格涨跌幅

图表 2015年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表 2015-2016年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2015-2016年固定资产（不含农户）同比增速度

图表 2015-2016年社会消费品零售总额分月同比增速度

图表 2015-2016年居民消费价格涨跌幅

图表 2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅

图表 2015-2016年工业生产者购进价格涨跌幅

图表 2013-2016年中国纺织服装行业政策汇总

图表 2005-2015年中国网民规模及互联网普及率

图表 2014-2015年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表 2015-2016年袜业价格指数

图表 2015-2016年大唐袜业指数

图表 2015-2016年袜业景气度指数

图表 2015-2016年男袜指数

图表 2015-2016年女袜指数

图表 2015-2016年童袜指数

图表 2015-2016年连裤袜指数

图表 防臭袜行业产业链分析

图表 防臭袜行业区域分布情况

图表 防臭袜行业竞争结构

图表 防臭袜行业营销模式

图表 防臭袜行业电商营销格局

图表 防臭袜行业微商营销格局

图表 AUN企业发展历程

图表 AUN企业竞争优势分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/310488.html>