

2020-2025年中国袜子行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国袜子行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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/channel/clothing/620650.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

袜子一般是服饰重要的搭配元素，也是服装重要组成部分，其主要有保护脚和装饰脚两种作用。随着人们日益增长的消费需求，袜子的款式和功能也愈加齐全和精细，一般可分为袜子和袜套两种。按照材质分，常见的针织袜包括棉袜、化纤袜、交织或混纺袜等，按照功能又可分为压力袜、保暖袜、五趾袜、运动袜等，按织造方式可分为经编袜、纬编袜；而常见的袜套按材料可分为化纤型袜套、棉型袜套和交织袜套等。

随着我国人口的不断增加，袜业产业经过多年的发展，已经形成了相当大的规模，作为生活必需品的袜子在稳步增长。数据显示，2018年我国人均袜子消费量为18双/人，经测算，我国居民袜子总消费量约为252亿双，按照3元/双的单价计算，2018年我国袜业的市场规模达756亿元。

2011-2018年中国袜业市场规模走势图

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：

第一部分 国内外袜业动态分析

第一章 世界袜子市场供需分析

第一节 2015-2019年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

五、世界袜子市场消费特点与需求结构分析

第二节 2015-2019年世界主要国家袜子市场动态分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第三节 2020-2025年世界袜子市场运行趋势预测

第二章 2015-2019年中国袜子产业运行环境解析

第一节 2015-2019年中国袜子产业政策环境分析

一、袜子行业标准

二、“中国制造2025”推动纺织产业发展

三、纺织“十三五”蓝图初绘 三大定位五大目标

四、进出口贸易政策分析

第二节 2015-2019年中国经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济主要问题

三、未来经济运行与政策展望

第三节 2015-2019年中国袜子产业社会环境分析

一、消费观念

二、人们着装趋势与审美观

三、中国人口规模

第三章 2015-2019年中国袜子产业运行新形势透析

第一节 2015-2019年中国袜子产业运行总况

一、东北袜业“淘宝5000”火热招募

二、“世界袜业设计中心”入驻诸暨大唐

三、资本“拥抱”袜业

四、“袜业智库”撬动“国际袜都”转型提升

第二节 2015-2019年中国袜子产业亮点分析

一、双金袜业成为第一家在新三板上市的袜子企业

二、袜子价格指数回升

三、外贸增长方式正在转变

第三节 2015-2019年中国袜子产业热点问题探讨

一、纺织袜子行业两极分化明显

二、纺织袜子企业内销结构亟待升级

第四章 2015-2019年中国袜子产区域产动态分析

第一节 浙江

一、国际袜都三分世界袜市

二、创意设计提升袜子利润水平

三、为实现转型升级，大唐镇着力“一减一增”

四、浙江援疆袜业项目开工

五、台州天台县针织袜业借“航母”出海

第二节 温州

一、温州袜子行业的革命

二、温州袜子市场经营模式分析

第五章 2015-2019年中国袜子编织制造所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国袜子编织制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、销售收入增长分析

第二节 2019年中国袜子编织制造所属行业结构分析

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 2015-2019年中国袜子编织制造所属行业产值分析

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 2015-2019年中国袜子编织制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、成本费用结构统计

第五节 2015-2019年中国袜子编织制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 中国袜业市场监测

第六章 2015-2019年中国袜子市场运行动态分析

第一节 2015-2019年中国袜子市场总况

一、中国袜子纺织工艺

二、中国袜子纺织工艺趋势预测分析

(1) 机械创新

(2) 原料创新

(3) 工艺流程创新

三、中国袜子消费意识形态

第二节 中国袜子市场运行动态分析

一、中国袜子市场特点

二、中国袜子市场网络构成

三、中国袜子市场开发

第三节 中国袜子市场运营调查分析

一、中国袜子行业品牌发展剖析

二、中国袜子行业区域品牌发展分析

三、中国袜子行业营销分析

第七章 2015-2019年中国袜子市场需求消费形势分析

第一节 2015-2019年中国袜子市场动态分析

- 一、研发生态袜子进驻世博联合国馆
- 二、“宝娜斯”年销售增长120%背后的秘密
- 三、袜子质检状况分析

第二节 2015-2019年中国袜子市场需求分析

- 一、袜子品牌化需求不断提升
- 二、高科技保健袜子成需求热点
- 三、袜子各层面消费者的需求分析

第八章 2015-2019年中国袜子细分市场深度剖析

第一节 短袜

- 一、中国短袜产品特点
- 二、中国短袜市场发展剖析

第二节 运动袜

- 一、中国运动袜市场发展情况分析
- 二、国内运动袜行业发展繁荣
- 三、国内运动袜产品的发展趋势预测分析

第三节 女袜

- 一、女袜竞争力的核心因素
- 二、女袜市场区域战略定位
- 三、女袜市场新趋向

第四节 男袜

- 一、男袜市场消费现状调研
- 二、男袜向舒适保健发展
- 三、中国男袜发展空间大

第五节 丝袜

- 一、中国丝袜市场总量规模分析
- 二、中国丝袜市场增长速度分析
- 三、品牌丝袜市场主要品牌
- 四、不同材质丝袜市场价格同比分析
- 五、丝袜市场趋势预测广阔

第六节 连裤袜

- 一、连裤袜流行敏感度

二、连裤袜市场需求消费状况分析

第七节 长筒袜

一、长筒袜市场消费形势

二、长筒袜市场价格分析

第八节 矫正袜

一、特定消费人群分析

二、矫正袜价格分析

三、矫正袜市场透析

第九章 2015-2019年中国袜子所属行业进出口贸易数据监测

第一节 2015-2019年中国袜子进出口总体分析

我国袜子经历了从无到有，到野蛮生长，再到产业链逐渐成熟，目前已经是一个较为成熟的行业，并且中国成为了袜子出口第一大国。2019年中国袜品出口实现量价齐升，全年共出口袜品152.2亿双，同增10%，出口金额53.9亿美元，同增11%，出口平均单价为0.354美元/双，同增1%。

2013-2019年中国织物制袜子出口量统计图

第二节 2015-2019年中国袜子进出口产品结构分析

第三节 2015-2019年中国袜子进出口地区结构分析

第十章 2019年中国袜子市场消费者调查分析

第一节 袜子目标市场构成分析

第二节 袜子消费者购买行为分析

一、消费者购买行为类型

二、影响消费者购买行为的因素

1、价格因素

2、质量因素

三、袜子购买行为分析

第三节 都市人袜子消费习惯和观念调查

一、专卖店——品牌消费的主力场所

二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素

三、新颖、时尚、个性成为袜子风格变化的三要素

四、袜子消费渐趋品牌化

五、袜子款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展

六、消费者期待个性袜子品牌市场分析

第四节 袜子的消费心理

一、消费心理分析

二、中年女性消费行为特点与营销策略

三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示

第十一章 2015-2019年中国袜子行业营销策略分析

第一节 袜子终端营销策略

第二节 袜子品牌广告传播策略和目标的确定

一、广告传播策略的确定

二、广告传播目标的确定

第三节 品牌扩建市场份额策略

一、广告宣传

二、专卖店的形象建设

第四节 袜子企业营销创新策略

一、渠道的创新

二、终端的创新

三、设计创新

第十二章 2015-2019年中国袜子的面料市场透析

第一节 化纤

第二节 纺织品

第三节 棉纺供应

第四节 麻纺供应

第三部分 中国袜业市场竞争力测评

第十三章 2015-2019年中国袜子市场竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国袜子市场竞争现状分析

一、中国袜子业在竞争中发展

二、中国袜子产业的整体竞争力

三、中国袜子行业需提高竞争力

第二节 2015-2019年中国袜子品牌竞争现状分析

一、国内外品牌角逐女性高端袜子市场

二、袜子品牌市场竞争激烈

三、劣质袜子超低价抢占市场

四、提升品牌袜子竞争力的思路

第三节 2015-2019年中国袜子市场集中度分析

第四节 2020-2025年中国袜子市场竞争趋势预测

第十四章 中国品牌袜业运营关键性财务指标分析

第一节 四川浪莎控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 浙江梦娜针织袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 海宁耐尔袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 浙江振汉袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 浙江情怡袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 浙江芬莉袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 浙江宝娜斯袜业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 步人集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 青岛即发集团控股有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分 中国袜业市场盈利与投资规划建议研究

第十五章 2020-2025年中国袜子行业发展趋势与预测分析

第一节 2020-2025年中国袜子行业发展潜力与趋势预测

一、中国袜子业市场趋势预测

二、城镇化带动袜子的消费需求不断增加

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

四、棉质袜市场趋势预测

第二节 2020-2025年中国袜子业发展趋势预测

一、中国袜子市场产销形势预测分析

二、中国袜子进出口贸易预测分析

三、价格及原材料市场预测分析

四、成本预测分析

第三节 2020-2025年中国袜子市场盈利预测分析

第十六章 2020-2025年中国袜子市场投资规划建设研究

第一节 2020-2025年中国袜子市场投资概况

一、袜子投资环境分析「AK LCY」

(1) 规模优势壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 资质壁垒

(4) 管理能力壁垒

(5) 高素质员工队伍建设壁垒

二、中国袜子行业投资周期分析

1、经济周期

2、行业区域性

3、行业季节性

三、中国袜子行业投资效益分析

第三节 2020-2025年中国袜子市场投资机会分析

一、袜子投资趋势预测

二、与产业链相关的投资机会分析

1、棉袜制造行业与上游行业的关联性及其影响

2、棉袜制造行业与下游行业的关联性及其影响分析

第四节 2020-2025年中国袜子市场投资前景预警

一、出口依赖风险

二、市场竞争风险

三、原料供给及价格波动状况分析

四、人民币汇率波动可能导致的风险

第五节 行业投资观点

图表目录：

图表1：中国与越南在劳动力成本、税收待遇方面对比

图表2：国际上主要棉袜生产商

图表3：2015-2019年全球袜子销售复合年增长率

图表4：2015-2019年中国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表5：2015-2019年中国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表6：2015-2019年中国工业增加值走势分析图单位：%

图表7：2015-2019年中国固定资产投资走势分析图单位：%

图表8：2015-2019年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图单位：%

图表9：2015-2019年中国社会消费品零售总额走势分析图单位：亿元，%

图表10：2015-2019年中国社会消费品零售总额构成走势分析图单位：%

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/620650.html>