

2017-2022年中国舞蹈服装行业市场深度调查评估 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《2017-2022年中国舞蹈服装行业市场深度调查评估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/detail/293205.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

舞蹈服装 dance costume 舞蹈演出时的衣着和服饰。它是角色外部造型的重要组成部分，也是舞台综合艺术不可分割的组成部分。能够形象地说明角色的年龄、职业、身份、性格，表现时代、民族、地域等特征；同时能够突出不同舞蹈作品的艺术个性。增强人物形象的艺术感染力。

舞蹈服装的功能：能够形象地说明角色的年龄、职业、身份、性格，表现时代、民族、地域等特征；同时能够突出不同舞蹈作品的艺术个性。增强人物形象的艺术感染力。同时舞者为了练功方便，也会在平时穿着基础体服，像丹诗戈舞蹈服装类。

我国舞台演出服装一般可以分为话剧服装、歌剧服装、舞蹈服装、戏曲服装四大类。

舞蹈服装按种类分类

序号

种类名称

1

话剧服装

2

歌剧服装

3

舞蹈服装

4

戏曲服装

各个不同剧种的服装形态和表现形式以及创作理念上有较大的差异。话剧形式更接近生活原型本身，同时是以人物对话、故事情节为主要内容的表现手段，一般更接近人的生存状态。所以话剧服装通常是以写实的方法为主进行设计的，话剧虽然也有写意性的服装设计呈现，但总体来说，写实性是其最主要的形态特征。歌剧服装介乎于话剧和舞蹈服装之间，更调整体性和造型感。但歌剧较之话剧则具有较大的写意夸张空间，例如朱迪·泰摩的《俄狄普斯王》。而中国歌剧一般更像歌舞剧，所以服装设计空间很大，风格也更多一些。

舞蹈服装是更写意和夸张的门类，这是由于舞蹈本身的艺术形式决定的。舞蹈短于叙事而长于抒情，所以舞蹈服装要承担更强的说明性和标示性，因而呈现出更夸张和写意性的特征。舞蹈服装与戏曲服装也有写实性的服装，但这种写实完全不是再现生活的真实形象，更多的是取其形似表其神韵。中国歌舞服装的发展与中国戏曲服装存在着相承相融的关系，在设计理念和审美层面上有很多相似点，它们特有的审美形态是在千百年来无数人的不断积累继承和创新中完成的，所以研究舞蹈与戏曲服装的关系，是非常有现实意义的。

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家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 中国舞蹈服装行业相关概述 11

第一节 舞蹈服装的定义及特点 11

一、舞蹈服装的定义 11

二、舞蹈服装的特点 11

三、舞蹈服装的功能 11

第二节 舞蹈服装与戏曲服装的异同之处 12

一、舞蹈服装与戏曲服装的共同点 12

（一）起源发展相融 12

（二）审美特征相同 13

（三）装饰与夸张一致 14

二、舞蹈服装与戏曲服装的不同点 15

（一）审美追求的不同 15

（二）设计理念的不同 17

三、舞蹈服装与戏曲服装的借鉴和发展 22

第二章 中国舞蹈服装行业发展环境分析 25

第一节 中国舞蹈服装行业经济环境分析 25

一、中国GDP增长情况分析 25

二、工业经济发展形势分析 26

三、社会固定资产投资分析 28

四、全社会消费品零售总额 29

五、对外贸易发展形势分析 31

第二节 中国舞蹈服装行业政策环境分析 32

一、服装行业相关政策 32

（一）《纺织工业“十三五”科技进步纲要》 32

（二）《服装生产企业安全生产标准化评定标准》 32

（三）《国家纺织产品基本安全技术规范GB18401-》 32

二、文艺演出相关政策 35

（一）文艺演出产业法律法规 35

（二）《国家文化旅游重点项目名录——旅游演出类》 36

- (三) 文艺演出相关财税支持政策 37
- (四) 《文化部“十三五”时期文化产业倍增计划》 37
- 三、行业相关规划分析 37
 - (一) 《纺织工业“十三五”发展规划》 37
 - (二) 《轻工业“十三五”发展规划》 44
- 第三节 中国舞蹈服装行业社会环境分析 44
 - 一、人口年龄结构 44

2015年中国总人口数量超13.6亿人 60周岁以上老龄人口2.1亿
 - 二、居民收入情况 46
 - 三、居民文化消费 47
- 第三章 世界舞蹈服装行业发展分析 48
 - 第一节 世界舞蹈服装行业发展概况 48
 - 第二节 世界主要舞蹈服装品牌 49
 - 一、Repetto (法国) 49
 - (一) 品牌定位 49
 - (二) 产品结构 49
 - (三) 销售形势 49
 - (四) 销售渠道 50
 - (五) 战略规划 50
 - 二、YUMIKO (日本) 50
 - (一) 品牌定位 50
 - (二) 产品结构 51
 - (三) 销售渠道 51
 - (四) 战略规划 51
 - 三、Mirella (加拿大) 51
 - (一) 品牌定位 51
 - (二) 产品结构 51
 - (三) 销售形势 52
 - (四) 销售渠道 52
 - (五) 战略规划 52
 - 四、Plume (英国) 52
 - (一) 品牌定位 52
 - (二) 产品结构 52

- (三) 销售渠道 53
- (四) 战略规划 53
- 五、Wear Moi (法国) 53
 - (一) 品牌定位 53
 - (二) 产品结构 53
 - (三) 销售渠道 53
 - (四) 战略规划 54
- 六、Chacott (日本) 54
 - (一) 品牌定位 54
 - (二) 产品结构 54
 - (三) 销售形势 55
 - (四) 销售渠道 55
 - (五) 战略规划 55
- 七、Bloch (美国) 55
 - (一) 品牌定位 55
 - (二) 产品结构 56
 - (三) 销售渠道 56
 - (四) 战略规划 56
- 八、Capezio (美国) 56
 - (一) 品牌定位 56
 - (二) 产品结构 56
 - (三) 销售形势 57
 - (四) 销售渠道 57
 - (五) 战略规划 57
- 九、Grishko (俄罗斯) 58
 - (一) 品牌定位 58
 - (二) 产品结构 58
 - (三) 产品特点 58
 - (四) 销售情况 59
 - (五) 战略规划 59
- 十、SoDanca (巴西) 59
 - (一) 品牌定位 59
 - (二) 品牌结构 59
 - (三) 销售形势 59
 - (四) 销售渠道 60

- (五) 战略规划 60
- 十一、SANSCHA (法国) 60
 - (一) 品牌定位 60
 - (二) 产品结构 60
 - (三) 销售形势 61
 - (四) 销售渠道 61
 - (五) 在华情况 61
- 第三节 国内外舞蹈服装对比分析 62
 - 一、国内外舞蹈服装发展水平 62
 - 二、辅料的选择 62
 - 三、制作工艺的选择 63
- 第四章 中国舞蹈服装行业运行态势分析 65
 - 第一节 舞蹈种类细分 65
 - 一、按照舞蹈的特征来划分 65
 - 二、按照舞蹈的表现形式来划分 65
 - 第二节 主要舞蹈种类分析 66
 - 一、芭蕾舞 66
 - (一) 舞蹈特点 66
 - (二) 舞蹈发展历程 68
 - (三) 舞蹈发展现状 69
 - (四) 舞蹈市场分析 69
 - 二、爵士舞 70
 - (一) 舞蹈特点 70
 - (二) 舞蹈发展历程 71
 - (三) 舞蹈发展现状 72
 - (四) 舞蹈市场分析 72
 - 三、民族舞 73
 - (一) 舞蹈特点 73
 - (二) 舞蹈发展历程 74
 - (三) 舞蹈发展现状 79
 - (四) 现代化发展策略 80
 - 四、踢踏舞 81
 - (一) 舞蹈特点 81
 - (二) 舞蹈发展历程 82

- (三) 舞蹈发展现状 82
 - (四) 舞蹈市场分析 82
 - 五、拉丁舞 83
 - (一) 舞蹈特点 83
 - (二) 舞蹈发展历程 83
 - (三) 舞蹈发展现状 84
 - (四) 舞蹈市场分析 85
 - 六、摩登舞 85
 - (一) 舞蹈特点 85
 - (二) 舞蹈发展历程 86
 - (三) 舞蹈发展现状 86
 - (四) 舞蹈市场分析 86
 - 第三节 舞蹈演出市场发展分析 87
 - 一、舞蹈演出市场特点分析 87
 - 二、舞蹈演出消费群体分析 88
 - 三、舞蹈演出场次规模分析 88
 - 四、知名舞蹈演出市场效果 89
 - 五、舞蹈演出市场投资机会 89
 - 第四节 舞蹈服装行业发展现状分析 90
 - 一、舞蹈服装行业供给情况 90
 - 二、舞蹈服装行业需求情况 90
 - 三、舞蹈服装行业需求结构 91
 - 第五节 舞蹈服装租赁行业发展分析 91
 - 一、舞蹈服装租赁的发展历程 91
 - 二、舞蹈服装租赁的发展动力 91
 - 三、舞蹈服装租赁的市场规模 92
 - 四、舞蹈服装租赁的发展前景 92
 - 第六节 舞蹈服装行业存在的问题与对策分析 93
 - 一、舞蹈服装行业存在的问题 93
 - 二、舞蹈服装行业发展对策 94
 - 第五章 中国舞蹈服装行业细分市场发展分析 96
 - 第一节 儿童舞蹈服装市场发展分析 96
 - 一、中国儿童数量规模 96
- 我国儿童年龄及性别结构划分：%

占总人口比重

男性

女性

性别比：女=100

全部人口

100.00

51.25

48.75

105.12

0-4岁

5.69

3.08

2.60

118.46

5-9岁

5.45

2.96

2.49

118.52

10-14岁

5.32

2.88

2.44

117.82

二、少儿舞蹈市场现状 96

三、儿童舞蹈服装市场现状 97

第二节 民族舞蹈服装市场发展分析 98

一、民族舞蹈演出市场现状 98

二、民族舞蹈服装作用分析 99

三、民族舞蹈服装市场前景 100

第三节 芭蕾舞服装市场发展分析 101

一、芭蕾舞演出市场现状 101

二、芭蕾舞服装市场现状 102

三、与现代服饰潮流的渗透 102

第四节 体育舞蹈服装市场发展分析 104

- 一、体育舞蹈表演市场现状 104
- 二、体育舞蹈服装要求分析 104
- 三、体育舞蹈服装特点分析 105

第六章 中国舞蹈服装行业市场竞争格局分析 106

第一节 中国舞蹈服装行业竞争结构分析 106

- 一、行业现有企业间的竞争 106
- 二、行业新进入者威胁分析 106
- 三、替代产品或服务的威胁 107
- 四、上游供应商讨价还价能力 107
- 五、下游用户讨价还价的能力 107

第二节 中国舞蹈服装行业竞争态势分析 108

- 一、舞蹈服装行业区域竞争情况 108
- 二、舞蹈服装行业品牌竞争情况 108
- 三、舞蹈服装行业渠道竞争情况 108

第三节 中国舞蹈服装行业营销与竞争策略分析 109

一、舞蹈服装行业营销策略分析 109

- (一) 产品开发与定位策略 109
- (二) 定价目标与价格策略 114
- (三) 渠道建设与管理策略 120
- (四) 企业品牌策略及运作 121
- (五) 公共关系与推广策略 127
- (六) 企业营销服务策略分析 130

二、舞蹈服装企业竞争策略分析 132

- (一) 坚守核心主业 132
- (二) 构建优质渠道 133
- (三) 整合优质资源 133
- (四) 提升经营能力 134
- (五) 树立品牌形象 135
- (六) 调整市场策略 137

第七章 中国舞蹈服装行业重点品牌发展分析 138

第一节 武汉贝蒂恰恰舞蹈用品有限公司 138

- 一、企业基本情况分析 138

- 二、舞蹈服饰品牌分析 138
 - (一) 品牌定位 138
 - (二) 产品结构 139
- 三、产品销售情况分析 140
- 四、企业销售渠道与网络分析 140
- 五、企业发展优势分析 140
- 第二节 北京红舞鞋商务中心 140
 - 一、企业基本情况分析 140
 - 二、舞蹈服饰品牌分析 141
 - (一) 品牌定位 141
 - (二) 产品结构 142
 - 三、产品销售情况分析 143
 - 四、企业销售服务分析 144
 - 五、企业发展规划分析 144
- 第三节 北京丹诗戈舞蹈服装有限公司 144
 - 一、企业基本情况分析 144
 - 二、舞蹈服饰品牌分析 145
 - (一) 品牌定位 145
 - (二) 产品结构 145
 - 三、企业销售渠道与网络分析 145
 - 四、企业发展规划分析 146
- 第四节 艺人舞美服饰有限公司 146
 - 一、企业基本情况分析 146
 - 二、舞蹈服饰品牌分析 147
 - (一) 品牌定位 147
 - (二) 产品结构 148
 - 三、企业销售渠道与网络分析 149
 - 四、企业发展规划分析 150
- 第五节 昆明动线服装有限责任公司 150
 - 一、企业基本情况分析 150
 - 二、企业发展历程分析 150
 - 三、舞蹈服饰产品分析 151
 - 四、企业销售渠道与网络分析 152
- 第六节 舞美企业发展总公司 153
 - 一、企业基本情况分析 153

二、舞蹈服饰品牌分析 153

三、产品经营情况分析 154

四、企业销售渠道与网络分析 154

第七节 康尼舞蹈健美服饰有限公司 154

一、企业基本情况分析 154

二、舞蹈服饰品牌分析 155

(一) 品牌介绍 155

(二) 产品结构 155

三、企业销售渠道与网络分析 157

第八节 红雨舞蹈用品有限公司 157

一、企业基本情况分析 157

二、舞蹈服饰品牌分析 158

(一) 品牌分析 158

(二) 产品结构 158

三、企业销售渠道与网络分析 159

四、企业竞争优势分析 159

五、企业经营理念分析 160

第九节 北京柏屋舞苑文化艺术有限公司 160

一、企业基本情况分析 160

二、舞蹈服饰品牌分析 161

(一) 品牌定位 161

(二) 产品结构 162

三、企业销售渠道与网络分析 162

四、企业经营规划分析 163

第十节 北京陈婷时尚艺术开发有限公司 163

一、企业基本情况分析 163

二、舞蹈服饰品牌分析 163

三、企业销售渠道与网络分析 165

第八章 中国舞蹈服装行业发展前景及投资策略分析 166

第一节 中国舞蹈服装行业SWOT分析 166

一、舞蹈服装行业发展优势分析 166

二、舞蹈服装行业发展劣势分析 166

三、舞蹈服装行业发展机遇分析 167

四、舞蹈服装行业发展威胁分析 167

第二节 中国舞蹈服装行业发展趋势及前景分析 168

一、舞蹈服装行业发展趋势分析 168

二、舞蹈服装行业需求前景分析 168

第三节 中国舞蹈服装行业投资风险及防范 169

一、宏观经济风险及防范 169

二、市场竞争风险及防范 169

三、渠道管理风险及防范 170

四、经营管理风险及防范 170

第四节 中国舞蹈服装行业投资策略分析 171

图表目录：

图表 1 中国国内生产总值及增长变化趋势图 26

图表 2 国内生产总值构成及增长速度统计 26

图表 3 规模以上工业增加值及增长速度趋势图 27

图表 4 中国全社会固定资产投资增长趋势图 29

图表 5 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 30

图表 6 中国主要消费品零售额及增长速度统计 30

图表 7 中国进出口总额增长趋势图 31

图表 8 中国人口总量增长趋势图 45

图表 9 中国人口数量及其构成情况统计 45

图表 10 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 46

图表 11 中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 47

图表 12 中国城镇和农村居民文教娱乐消费支出统计 47

图表 13 repetto主要产品系列如下 49

图表 14 WearMoi销售网络分布示意图 54

图表 15 舞蹈按舞蹈特征分类情况 65

图表 16 舞蹈按舞蹈表现形式分类情况 65

图表 17 中国民族民间舞蹈按功能分类情况 80

图表 18 国内部分踢踏舞培训机构情况统计 83

图表 19 部分拉丁舞培训机构情况统计 85

图表 20 部分摩登舞培训机构情况统计 87

图表 21 中国歌剧、舞剧、歌舞剧团演出场次和观众规模统计 88

图表 22 中国歌舞团、轻音乐团演出场次和观众规模统计 89

图表 23 中国主要舞蹈服装生产企业情况统计 90

图表 24 中国舞蹈服装租赁行业市场规模增长趋势图 92

- 图表 25 中国0-14岁人口数量及占比情况 96
- 图表 26 少儿舞蹈服装主要类别情况统计 98
- 图表 27 中国主要旅游实景演出产品及其分布情况 99
- 图表 28 中国舞蹈服装行业区域竞争格局 108
- 图表 29 产品的五个层次 109
- 图表 30 舞蹈服装行业价格策略 115
- 图表 31 舞蹈服装行业的定价目标 115
- 图表 32 品牌的内涵 122
- 图表 33 企业品牌化过程 122
- 图表 34 武汉贝蒂恰恰舞蹈用品有限公司基本情况 138
- 图表 35 武汉贝蒂恰恰舞蹈用品有限公司舞蹈服饰产品价格表

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/293205.html>