

2016-2022年中国袜子行业 深度研究与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国袜子行业深度研究与投资风险报告》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.abaogao.com/b/fangzhi/883827VHBE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

一种穿在脚上的服饰用品。《说文》：“襪，足衣也。”起着保护脚和美化脚的作用。袜子是总称，按原料分有棉纱袜、毛袜、丝袜和各类化纤袜等，按造型上有长筒袜、中筒袜、船袜等，还有平口、罗口，有跟、无跟和提花、织花等多种式样和品种。按功能有防臭袜、抗菌袜，如澳洲2xu品牌防臭抗菌袜，为航天和野战部队专用，具备高效长效的防臭抗菌特点，适合脚臭脚气人士穿着。袜子虽然只是个配角，可在流行敏感度上却是一点不逊于时装，鲜亮的嫩绿，令人心动的粉紫，充满活力的红色。袜子在细节上则充分汲取时装上的流行元素，活跃好动的条纹、时髦的花朵、动物的图形，让袜子的表情变得格外丰富。

经济的发展，消费观念的进步，人们对生活质量要求的提高，爱美和保健已逐步深入到每一个细节，消费者对袜子产品需求量增加，袜子品种功能不断翻新，大众消费者开始有选择意识，品牌消费初现端倪，个性化丝袜开始走俏，袜子产品也开始紧跟服装发展趋势。它是体现时尚潮流、个性价值及个人品味的展示载体，袜子已经不再仅仅是简单的保暖用品而是重要的服饰组成部分。袜业较好地顺适了这一潮流，厂商纷纷投其所好，大做足下腿上文章，从质地、纹样、款式、色彩、功能上全方位下功夫，较好地满足了消费者需求，市场上袜子品种繁多，千姿百态，惹人怜爱。

随着经济全球化的不断深入，袜子制造产业的国际分工趋势也日益明显。日本、欧美等国家在设计、研发和营销方面占据主导地位，而发展中国家凭借原材料、劳动力资源的优势，在生产制造环节中突显出较强的市场竞争力。早在二十世纪七、八十年代，世界制袜中心从早期的美国、意大利等国家转到日本、韩国、中国台湾；而后，又逐步转移到生产成本更低的中国、土耳其、印度、巴基斯坦等发展中国家。尤其是在中国，从20世纪90年代开始袜子行业发展迅猛。

2015年1-12月中国织物制袜子出口数量为13,080百万双，同比下降2.8%；2015年1-12月中国织物制袜子出口金额为5,901,463千美元，同比下降4.2%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国袜子行业深度研究与投资风险报告》共八章。首先介绍了袜子行业市场发展环境、袜子整体运行态势等，接着分析了袜子行业市场运行的现状，然后介绍了袜子市场竞争格局。随后，报告对袜子做了重点企业经营状况分析，最后分析了袜子行业发展趋势与投资预测。您若想对袜子产业有个系统的了解或者想投资袜子行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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2016年世界袜子行业发展形势分析 5

第一节 2016年世界袜子行业发展状况分析 5

一、世界袜子行业发展特点分析 5

二、世界袜子行业发展规模分析 5

三、世界袜子行业发展存在的问题分析 7

第二节 2016年世界袜子市场发展动态分析 7

一、世界袜子市场需求状况分析 7

二、世界袜子市场进出口状况统计分析 8

三、世界袜子生产结构分析 8

第三节 2016-2022年世界袜子行业发展趋势分析 9

第二章 2016年中国袜子市场需求状况分析 10

第一节 2016年中国袜子市场需求分析 10

一、袜子品牌化需求不断提升 10

二、高科技保健袜子成需求热点 11

三、中国针织袜子市场需求上升 12

四、袜子各层面消费者的需求分析 12

(一)袜子消费特性决定袜业生命力 12

(二)袜子消费规律“洗牌”袜子企业 13

(三)袜子消费趋势关系袜业发展 13

(四)袜子消费压力促进袜子新原料开发 13

第二节 2011-2016年中国袜子市场进出口统计分析 13

第三章 2016年中国袜子市场消费者调查分析 24

第一节 袜子目标市场构成分析 24

第二节 袜子消费者购买行为分析 26

一、消费者购买行为类型 26

(一)复杂的购买行为 26

(二)习惯性的购买行为 26

(三)减少不协调感的购买行为 26

(四)寻求多样性的购买行为 27

二、影响消费者购买行为的因素 27

(一)消费者自身因素 28

(二)社会因素 28

三、袜子购买行为分析 30

第三节 都市人袜子消费习惯和观念调查 31

一、专卖店——品牌消费的主力场所 31

二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素 31

三、新颖、时尚、个性成为袜子风格变化的三要素 32

四、袜子消费渐趋品牌化 32

五、袜子款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展 32

六、消费者期待个性袜子品牌市场分析 33

第四节 袜子的消费心理 33

一、消费心理分析 33

二、中年女性消费行为特点与营销策略 33

三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示 37

(一)消费的特殊重要性 37

1.巨大的消费潜力 37

2.较强的独立购买能力 38

3.极大的影响力 38

(二)青年消费的心理特征 39

1.追求新颖与时尚 39

2.崇尚品牌与名牌 39

3.突出个性与自我 40

4.注重情感与直觉 40

(三)对企业营销的启示 41

1.力主创新 41

2.争创名牌 41

3.突出个性 42

4.攻心为上 43

第四章：2016年中国袜子细分市场的需求状况分析 44

第一节 短袜 44

- 一、中国短袜产品特点 44
- 二、中国短袜市场发展剖析 44
- 三、中国短袜业存在的问题 44

第二节 运动袜 44

- 一、中国运动袜市场发展状况 44
- 二、国内运动袜行业发展繁荣 45
- 三、国内运动袜产品的发展趋势 45

第三节 女袜 45

- 一、女袜竞争力的核心因素 45
- 二、女袜市场区域战略定位 45
- 三、女袜市场新趋向 46

第四节 男袜 46

- 一、男袜市场现状 46
- 二、男袜向舒适保健发展 46
- 三、中国男袜发展空间大 46

第五节 丝袜 47

- 一、国内丝袜发展现状 47
- 二、丝袜市场异军突起的原因 47
- 三、丝袜市场发展前景广阔 49

第五章 2016年中国袜子市场竞争格局分析 50

第一节 2016年中国袜子市场竞争现状分析 50

- 一、中国袜子业在竞争中发展 50
- 二、中国袜子产业的整体竞争力 50
- 三、中国袜子行业需提高竞争力 51

第二节 2016年中国袜子品牌竞争现状分析 51

- 一、国内外品牌角逐女性高端袜子市场 51
- 二、袜子品牌市场竞争激烈 51
- 三、提升品牌袜子竞争力的思路 52

第三节 2016年中国袜子市场竞争存在的问题分析 53

第六章2016年中国袜子区域产业发展概况 53

第一节 浙江 53

- 一、浙江袜子畅销国外市场 53
- 二、义乌成为国内最大的无缝袜子产地 54

第二节 温州 54

- 一、温州袜子行业的革命 54
- 二、温州共谋袜子行业新发展 63
- 三、温州袜子市场经营模式分析 65

第三节 深圳 68

- 一、深圳袜子展提升产业发展 68
- 二、深圳公明镇将建设袜子产业基地 69
- 三、深圳市袜子业集聚基地入驻标准 70

第七章 2016年中国袜子行业营销策略分析 72

第一节 袜子终端营销策略 72

第二节 袜子品牌广告传播策略和目标的确定 73

- 一、广告传播策略的确定 73
- 二、广告传播目标的确定 76

第三节 品牌扩建市场份额策略 77

- 一、广告宣传 77
- 二、专卖店的形象建设 78
- 三、事件宣传 78

第四节 袜子企业营销创新策略 79

- 一、渠道的创新 79
- 二、终端的创新 79
- 三、设计创新 80

第八章2016-2022年中国袜子行业发展趋势与预测分析 81 (ZY GXH)

第一节 2016-2022年中国袜子行业发展潜力与趋势分析 81

- 一、中国袜子业市场潜力分析 81
- 二、女性袜子设计发展趋势 82

三、针织袜子的发展趋势 83

(一)天然纤维针织内衣 83

(二)舒适保形针织内衣 84 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1：2011-2016年全球袜子产量及增长对比图 6

图表 2：2016-2022年全球袜子产量预测图 7

图表 3：美国袜子市场份额结构图 9

图表 4：2011-2016年我国袜子产量及增长对比图 11

图表 5：全国女性人口15-54岁分布 24

图表 6：消费者购买袜子购买行为因素 27

图表 7：四地消费者对袜子品牌的差异化描述 30

图表 8：2016-2022年我国袜子市场规模预测图 80

表格 1：2011-2016年全球袜子产量及增长情况 6

表格 2：2016-2022年全球袜子产量预测结果 7

表格 3：2011-2016年我国袜子产量及增长情况 11

表格 4：2011-2016年棉制袜子中国出口结构 15

表格 5：2016年棉制袜子中国出口国家/地区 15

表格 6：2016年棉制袜子中国出口国家/地区 18

表格 7：2016-2022年我国袜子市场规模预测结果 81

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/883827VHBE.html>