

2017-2022年中国纺织服装 专业市场行业发展现状分析及趋势分析报告

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

《2017-2022年中国纺织服装专业市场行业发展现状分析及趋势分析报告》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/report/728029VEKO.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】2016-12-30

【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《2017-2022年中国纺织服装专业市场行业发展现状分析及趋势分析报告》介绍了纺织服装专业市场行业相关概述、中国纺织服装专业市场产业运行环境、分析了中国纺织服装专业市场行业的现状、中国纺织服装专业市场行业竞争格局、对中国纺织服装专业市场行业做了重点企业经营状况分析及中国纺织服装专业市场产业发展前景与投资预测。您若想对纺织服装专业市场产业有个系统的了解或者想投资纺织服装专业市场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 纺织服装专业市场基本概述	1.1 专业市场的阐释	1.1.1 专业市场的界定
	1.1.2 专业市场的特点	1.1.3 专业市场的功能
	1.2 专业市场的分类	
	1.2.1 按经营形态分类	1.2.2 按商业类别分类
	1.2.3 按区域特性分类	
	1.2.4 按商圈规模分类	1.3 我国纺织服装专业市场业态演进
	1.3.1 雏形阶段	
	1.3.2 萌芽阶段	1.3.3 起步发展阶段
	1.3.4 发展壮大阶段	1.3.5 转型升级阶段
	1.3.6 全球化发展阶段	第二章 2014-2016年纺织服装专业市场的发展环境分析
2.1 宏观经济环境	2.1.1 国际经济形势	2.1.2 中国经济现状
2.1.3 经济发展趋势	2.2 市场运营环境	2.2.1 专业市场运营现状
2.2.2 纺织服装产业现状	2.2.3 纺织服装消费情况	2.2.4 纺织服装集群现状
2.3 政策法律环境	2.3.1 市场监管政策	2.3.2 市场标准规范
2.3.3 财税减负政策	2.3.4 知识产权保护	2.4 外部环境转变的影响
2.4.1 政策制度转变	2.4.2 产业结构升级	2.4.3 经营方式转变
2.4.4 商业业态变化	第三章 2014-2016年中国纺织服装专业市场的总现状分析	3.1 纺织服装专业市场的回顾分析
3.1.1 区域发展对比	3.1.2 市场结构特征	3.1.3 经营效率特点
3.1.4 市场交易集中度	3.2 2014-2016年纺织服装专业市场的现状分析	3.2.1 整体发展现状
3.2.2 市场成交规模	3.2.3 市场发展特点	3.2.4 市场发展掣肘
3.3 2014-2016年纺织服装专业市场新特征分析	3.3.1 打造民族品牌	3.3.2 电商化成趋势
3.3.3 指数时代开启	3.3.4 开夜市集聚人气	3.3.5 仿造向智造升级
3.3.6 单一市场升级综合体	3.4 纺织服装专业市场的典型模式分析	3.4.1 柯桥模式
3.4.2 义乌模式	3.4.3 常熟模式	3.4.4 天雅模式
3.4.5 白马模式	3.5 纺织服装专业市场产业与产业链分析	3.5.1 市场与产业的关系
3.5.2 产地型与集散型市场	3.5.3 市场产业与产业链	3.5.4 市场进入产业链时代
3.5.5 产业链及相关产业的关联度	3.5.6 市场产业链的发展变化	第四章 2014-2016年中国纺织

服装专业市场的发展效应分析	4.1 纺织服装专业市场的功能效用分析	4.1.1 交易平台和商贸渠道	4.1.2 信息集聚和形成价格	4.1.3 仓储运输与物流配送	4.1.4 市场监督功能	4.1.5 品牌孵化器功能	4.1.6 集聚产业和繁荣经济	4.1.7 区域辐射功能	4.2 纺织服装专业市场对区域经济的影响研究	4.2.1 相关概述	4.2.2 研究设计	4.2.3 变量相关性分析	4.2.4 回归结果分析	4.2.5 研究总结	4.3 纺织服装专业市场的内销市场作用	4.3.1 纺织服装内销终端	4.3.2 内销市场作用凸显	4.3.3 积极主动促进内销	第五章 2014-2016年中国纺织服装专业市场电商应用分析	5.1 纺织服装专业市场电子商务应用总体情况	5.1.1 电商交易额情况	5.1.2 主要驱动因素	5.1.3 电商渠道建设	5.1.4 发展不均衡性	5.2 纺织服装专业市场商户电商应用情况	5.2.1 商户参与电商状况	5.2.2 开展电商途径多元	5.2.3 移动电商渐成热点	5.2.4 应用成效显著提高	5.2.5 商户运作电商公司化	5.2.6 电商应用趋于理性	5.3 纺织服装专业市场电商应用环境的建设	5.3.1 应用环境的优化	5.3.2 政府支持保障	5.3.3 公共服务建设	5.3.4 人才培养与引进	5.3.5 仓储物流建设	5.3.6 电商产业园区建设	5.4 纺织服装专业市场发展电商的形势及建议	5.4.1 对电商的需求	5.4.2 主要存在问题	5.4.3 发展对策建议	第六章 2014-2016年中国纺织服装专业市场品牌化发展分析	6.1 纺织服装专业市场塑造品牌的重要性	6.1.1 培育品牌的必要性	6.1.2 需要多种驱动要素	6.1.3 促进产业转型升级	6.2 纺织服装专业市场品牌效应的作用机理	6.2.1 内涵阐释	6.2.2 形成机制	6.2.3 内在特征	6.2.4 作用机理	6.2.5 案例分析	6.3 纺织服装专业市场的品牌孵化分析	6.3.1 功能性误区	6.3.2 品牌孵化过程	6.3.3 终端市场建设	6.4 纺织服装专业市场的品牌定位思路	6.4.1 品牌定位理论	6.4.2 产品属性及性质	6.4.3 目标消费群体	6.4.4 相关调查与分析	6.4.5 品牌定位确定	第七章 2014-2016年中国纺织服装专业市场转型升级分析	7.1 纺织服装专业市场转型升级的实践	7.1.1 转变服务理念	7.1.2 升级改造硬件	7.1.3 加快品牌孵化	7.1.4 电商异军突起	7.1.5 高效多元营销	7.1.6 创新经营理念	7.1.7 主要实例分析	7.2 纺织服装专业市场转型升级的形势	7.2.1 转型升级之殇	7.2.2 积极应变挑战	7.2.3 转型升级机遇	7.3 纺织服装专业市场转型升级的方向	7.3.1 创新规划定位思维	7.3.2 打造品牌孵化基地	7.3.3 与城市协调发展	7.3.4 关注绿色市场建设	7.3.5 应用先进科技技术	第八章 2014-2016年典型区域纺织服装专业市场发展分析	8.1 广东服装专业市场的分布及发展	8.1.1 广州市区板块	8.1.2 中山沙溪板块	8.1.3 增城新塘板块	8.1.4 东莞虎门板块
---------------	---------------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------	---------------	-----------------	--------------	------------------------	------------	------------	---------------	--------------	------------	---------------------	----------------	----------------	----------------	--------------------------------	------------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	----------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------	----------------	-----------------------	---------------	--------------	--------------	---------------	--------------	----------------	------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------------------------	----------------------	----------------	----------------	----------------	-----------------------	------------	------------	------------	------------	------------	---------------------	-------------	--------------	--------------	---------------------	--------------	---------------	--------------	---------------	--------------	--------------------------------	---------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------------	--------------	--------------	--------------	---------------------	----------------	----------------	---------------	----------------	----------------	--------------------------------	--------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

8.1.5 主要发展经验		8.1.6 经营特点分析		8.2 江苏纺织服装专业市场的发展	
8.2.1 服务功能显著		8.2.2 市场交易集中度		8.2.3 龙头市场规模提升	
8.2.4 构建市场指数		8.3 浙江绍兴柯桥纺织专业市场调研			8.3.1 市场带动效应
8.3.2 激发市场活力		8.3.3 加速市场转型		8.3.4 有益经验分析	8.4 广东东
莞虎门布辅料专业市场调研		8.4.1 总体现状		8.4.2 面临形势	8.4.3 发展
措施	8.4.4 市场需求	8.4.5 政策导向		8.4.6 发展趋势	8.5 浙江湖州织
里童装专业市场调研		8.5.1 市场发展背景		8.5.2 发展现状分析	8.5.3 制
约因素分析		8.5.4 发展培育对策 第九章 2014-2016年中国重点纺织服装专业市场调研			
9.1 绍兴中国轻纺城		9.1.1 市场基本概况		9.1.2 市场运营现状	9.1.3 发
展特点分析		9.1.4 贸易模式分析		9.1.5 招商网络拓展	9.1.6 管理服务水
平	9.1.7 主要发展瓶颈	9.1.8 未来发展思路		9.2 广州白马服装市场	
9.2.1 市场基本概况		9.2.2 品牌孵化分析		9.2.3 转型升级分析	9.2.4 多
元化营销策略		9.2.5 打造B2C新平台		9.2.6 全渠道战略布局	9.2.7 战略
合作联盟	9.3 中国东方丝绸市场		9.3.1 市场基本情况		9.3.2 市场运营现状
9.3.3 规划培育经验		9.3.4 交易模式转变		9.3.5 市场创新发展	
9.3.6 市场文化培育		9.4 中国叠石桥国际家纺城		9.4.1 市场基本情况	9.4.2
市场运营现状		9.4.3 发展模式分析		9.4.4 试点新贸易方式	9.4.5 市场建
设动向	9.4.6 开拓西部市场	9.5 中国常熟服装城		9.5.1 市场基本情况	
9.5.2 市场运营现状		9.5.3 市场电商发展		9.5.4 转型升级分析	9.6 天雅女装
大厦	9.6.1 市场基本概况	9.6.2 市场华丽升级		9.6.3 市场发展成就	
9.6.4 战略合作动向		9.7 石狮服装城		9.7.1 市场基本概况	9.7.2 市场运营
现状	9.7.3 市场品牌定位	9.7.4 主要发展经验		9.8 杭州四季青服装市场	
9.8.1 市场基本概况		9.8.2 市场运营现状		9.8.3 转型升级态势	9.8.4
发展经验分析		9.9 其他重点市场概况		9.9.1 虎门富民时装城	9.9.2 广东西樵
轻纺城	9.9.3 石狮市鸳鸯池布料市场		9.9.4 郑州银基商贸城		9.9.5 南通
国际家纺城 第十章 2014-2016年中国纺织服装专业市场标杆运营企业分析 10.1 浙江中国轻					
纺城集团股份有限公司		10.1.1 企业发展概况		10.1.2 经营效益分析	
10.1.3 业务经营分析		10.1.4 财务状况分析		10.1.5 未来前景展望	10.2 江苏
吴江中国东方丝绸市场股份有限公司		10.2.1 企业发展概况		10.2.2 经营效益分	
析	10.2.3 业务经营分析	10.2.4 财务状况分析		10.2.5 未来前景展望	
10.3 北京鑫福海工贸集团		10.3.1 企业发展概况		10.3.2 企业经营现状	
10.3.3 企业战略动向		10.3.4 业务特点分析		10.3.5 未来发展展望	10.4 海宁

中国皮革城股份有限公司	10.4.1 企业发展概况	10.4.2 经营效益分析	
10.4.3 业务经营分析	10.4.4 财务状况分析	10.4.5 未来前景展望	第十一章 中国
国纺织服装专业市场的开发建设规划分析	11.1 纺织服装专业市场成功开发的关键		
11.1.1 开发模式	11.1.2 立项选址	11.1.3 定位规划	11.1.4 招商运营
11.1.5 经营管理	11.2 纺织服装专业市场项目策划要点	11.2.1 支撑产业分析	
要点	11.2.2 区域环境分析要点	11.2.3 自身情况分析要点	11.2.4 竞争者
分析要点	11.2.5 整体定位要点	11.2.6 客户群定位要点	11.2.7 产品规划
设计要点	11.2.8 整合推广策划要点	11.3 建设区域性纺织服装专业市场的定位要素	
11.3.1 结合城市产业基础	11.3.2 实地依托物流交通的网络面	11.3.3 完	
美衔接消费诉求及能力	11.3.4 尊重城市商业特性	11.3.5 考虑商业支撑	
11.4 区域性纺织服装专业市场的布局规律	11.4.1 考虑空间布局	11.4.2 考虑	
与城市的空间组织关系	11.4.3 考虑辐射效应	11.5 纺织服装专业市场的选址策略	
11.5.1 商业氛围	11.5.2 支撑条件	11.5.3 区位交通	11.5.4 放眼未
来	11.6 培育纺织服装专业市场需要的政策支撑	11.6.1 土地供给与财政扶持	
11.6.2 政府服务水平	11.6.3 让利吸引投资者	11.6.4 发挥市场经营者作用	
11.6.5 精心培育市场	第十二章 中国纺织服装专业市场的经营运作分析	12.1 纺织服装	
专业市场项目运营分析	12.1.1 确立市场目标	12.1.2 建立市场经营平台	
12.1.3 运营模式	12.1.4 运营管理	12.1.5 市场管理	12.1.6 物业管理
12.2 纺织服装专业市场营销特点分析	12.2.1 市场营销系统	12.2.2 营销组合	
的特点	12.2.3 营销组合的评价	12.3 纺织服装专业市场的营销推广措施	
12.3.1 形象打造	12.3.2 媒体通路	12.3.3 动态推广（活动）	12.3.4 新
闻推广	12.3.5 交通推广	12.3.6 其它推广方式	12.3.7 户外广告
12.4			
纺织服装专业市场电商平台的运作	12.4.1 市场电商需求	12.4.2 商业模式与运	
作框架	12.4.3 电商平台设计	12.4.4 应用解决方案	12.4.5 运营案例分析
12.5 纺织服装专业市场的整体招商分析	12.5.1 招商目标	12.5.2 招商对象	
12.5.3 商家的引进方式	12.5.4 商家进驻要求和原则	12.5.5 招商总体策	
略	12.5.6 租金定价策略	12.5.7 招商优惠政策	12.5.8 招商管理控制
12.5.9 招商铺位控制	12.5.10 招商谈判策略	12.5.11 招商渠道及流程	
12.5.12 招商活动的组织	12.5.13 招商推广策略	12.5.14 推广整合	
12.5.15 管理制度	第十三章 2017-2022年中国纺织专业市场的投资潜力及风险预警	13.1 纺	
织服装专业市场的投资价值	13.1.1 特性优势	13.1.2 产业优势	13.1.3 发
展空间	13.1.4 成长速度	13.1.5 重估价值	13.2 纺织服装专业市场的投资机

会	13.2.1 打造升级项目	13.2.2 市场群项目	13.2.3 市场综合体
	13.2.4 挖掘蓝海产业	13.3 纺织服装专业市场投资项目的选择	13.3.1 项目地段
	13.3.2 项目品牌	13.3.3 整体定位	13.3.4 操作模式
套	13.3.5 项目配	13.3.6 交通体系	13.3.7 招商运营
	13.4 纺织服装专业市场的投资前景	13.4.1 政策风险	13.4.2 运营风险
	13.4.3 竞争风险	13.4.4 土地风	13.4.5 进退入风险
险	第十四章 对2017-2022年中国纺织服装专业市场趋势分析		
	14.1 中国纺织服装业趋势预测展望	14.1.1 面临的机遇及挑战	14.1.2 行业发
展形势乐观	14.1.3 向中速平稳期过渡	14.2 中国纺织服装专业市场发展预测	
	14.2.1 未来前景展望	14.2.2 均衡化发展趋势	14.2.3 复合功能趋势
	14.2.4 国际化发展趋势	14.2.5 市场产业化趋势	14.2.6 市场+展会趋势
	14.3 中国纺织服装专业市场产业链未来趋向	14.3.1 汇入楼宇经济	14.3.2 建
设生态市场	14.3.3 借助会展经济	14.3.4 推动总部代理	14.3.5 融入现代
物流	14.3.6 打造资本中心	14.4 对2017-2022年纺织服装专业市场规模预测	
	14.4.1 2017-2022年总体形势预判	14.4.2 2017-2022年市场总量预测	14.4.3
2017-2022年成交规模预测 附录附录一：《纺织服装专业市场建设和管理技术规范》附录二：			
《工商总局关于加强商品交易市场规范管理的指导意见》图表目录 图表：专业市场按商业			
类别分类图表：2014-2016年七国集团GDP增长率图表：2014-2016年金砖国家及部分亚洲经济			
体GDP同比增长率图表：2016年全球及主要经济体制造业和服务业PMI图表：2016年全球及主			
要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数图表：2013-2014年国内生产总值增长速度（累			
计同比）图表：2014-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）图表：2014-2016年规模以上			
工业增加值增速（月度同比）图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比			
）图表：2014-2016年房地产开发投资名义增速（累计同比）图表：2014-2016年社会消费品零			
售总额名义增速（月度同比）图表：2014-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）图表			
：2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）图表：2014-2016年农村居民人均收			
入实际增长速度（累计同比）图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累			
计同比）图表：我国纺织服装专业市场数量区域分布图表：我国各地区纺织服装专业市场经			
营面积占比对比图表：我国各地区纺织服装专业市场分布情况图表：我国各类别纺织服装专			
业市场数量分布情况图表：我国各类别纺织服装专业市场经营面积同比增幅图表：我国各地			
区原、面（辅）料类市场经营面积和成交额占比对比图表：纺织服装专业市场各类别产品成			
交额与同比增幅图表：我国纺织服装专业市场类别分布情况图表：纺织服装专业市场的功能			
图表：变量说明表图表：中国东方丝绸市场变量相关性图表：绍兴轻纺城变量相关性图表：			
回归分析结果图表：2011-2016年纺织服装专业市场电子商务交易额增长情况图表：2014-2016			

年纺织服装专业市场电子商务交易额与行业电子商务交易额、实体市场交易额的占比情况图表：2016年纺织服装专业市场电子商务渠道建设情况图表：2013-2016年区域纺织服装专业市场电子商务参与情况图表：2013-2016年区域纺织服装专业市场商户电子商务参与情况图表：2013-2016年纺织服装专业市场商户电子商务开展途径情况图表：2016年纺织服装专业市场商户选择移动终端方式情况图表：2013-2016年纺织服装专业市场商户电子商务交易额比例情况图表：2013-2016年纺织服装专业市场商户电子商务运营形式情况图表：2016年纺织服装专业市场商户参与电子商务目的情况图表：产业集群政府提供的支持服务项目情况图表：2016年纺织服装专业市场提供公共服务支持项目情况图表：2016年纺织服装专业市场组织电子商务培训方式情况图表：2016年纺织服装专业市场员工服务能力提升方式情况图表：纺织服装专业市场品牌效应形成机制简易模型图表：纺织服装专业市场品牌双层网络因素模型图表：纺织服装专业市场品牌效应促进纺织业转型升级的作用机理图表：基于纺织产业价值链环节的纺织专业市场品牌贡献度分布图表：服装采购频率比较图表：选取服装批发市场考虑因素比较图表：服装运输方式比较图表：服装批发市场存在的问题比较图表：2014-2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司总资产和净资产图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司营业收入和净利润图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司营业收入和净利润图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司现金流量图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司现金流量图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司成长能力图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司成长能力图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司短期偿债能力图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司短期偿债能力图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司长期偿债能力图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司长期偿债能力图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司运营能力图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司运营能力图表：2013-2015年浙江中国轻纺城集团股份有限公司盈利能力图表：2016年浙江中国轻纺城集团股份有限公司盈利能力图表：2014-2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司总资产和净资产图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司营业收入和净利润图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司营业收入和净利润图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司现金流量图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司现金流量图表：2014年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司成长能力图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司成长能力图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司短期偿债能力图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司短期偿债能力图表

：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司长期偿债能力图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司长期偿债能力图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司运营能力图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司运营能力图表：2013-2015年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司盈利能力图表：2016年江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司盈利能力图表：2014-2016年海宁中国皮革城股份有限公司总资产和净资产图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司营业收入和净利润图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司营业收入和净利润图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司现金流量图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司现金流量图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司成长能力图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司成长能力图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司短期偿债能力图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司短期偿债能力图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司长期偿债能力图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司长期偿债能力图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司运营能力图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司运营能力图表：2013-2015年海宁中国皮革城股份有限公司盈利能力图表：2016年海宁中国皮革城股份有限公司盈利能力图表：专业市场电子商务平台的系统框架图表：专业市场电子商务平台功能结构图表：对2017-2022年中国纺织服装专业市场（万平方米以上）数量预测图表：对2017-2022年中国重点监测纺织服装专业市场成交额预测略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/728029VEKO.html>