

# 2016-2020年中国袜子行业 分析及投资策略研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2016-2020年中国袜子行业分析及投资策略研究报告》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/qtzzh1601/X51618ISSJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-06-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2016-2020年中国袜子行业分析及投资策略研究报告》介绍了袜子行业相关概述、中国袜子产业运行环境、分析了中国袜子行业的现状、中国袜子行业竞争格局、对中国袜子行业做了重点企业经营状况分析及中国袜子产业发展前景与投资预测。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。

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。

## 报告目录：

### 第一部分国内外袜业动态分析28

#### 第一章2015年世界袜子市场供需分析分析28

##### 第一节世界袜子市场动态分析28

###### 一、世界袜子行业发展规模28

###### 二、世界袜子生产结构分析28

###### 三、国际袜业发展变迁过程29

###### 四、世界新概念袜子的流行29

###### 五、世界丝袜品牌构成分析30

###### 六、世界袜子市场消费特点与需求结构分析31

##### 第二节世界主要国家袜子市场动态分析33

###### 一、德国33

###### 二、法国33

###### 三、日本33

##### 第三节世界袜子市场运行趋势分析34

###### 一、世界袜子行业发展方向34

###### 二、世界袜类企业竞争趋势34

### 三、世界袜子市场规模预测35

## 第二章2015年中国袜子产业运行环境解析36

### 第一节2015年中国袜子产业政策环境分析36

#### 一、主管部门及监管体制36

#### 二、针织袜子行业标准36

#### 三、政府出台政策分析36

### 第二节2015年中国宏观经济发展环境分析38

#### 一、中国GDP增长情况分析38

#### 二、工业经济发展形势分析39

#### 三、全社会固定资产投资分析47

#### 四、全社会消费品零售总额分析49

#### 五、城乡居民收入与消费分析50

#### 六、对外贸易的发展形势分析51

### 第三节2015年中国袜子产业社会环境分析52

#### 一、人口环境分析52

#### 二、中国城镇化率52

#### 三、消费观念分析53

#### 四、人们着装趋势与审美观53

#### 五、中国人生活品质的提高56

## 第三章2015年中国袜子产业运行新形势透析57

### 第一节2015年中国袜子产业运行总况57

#### 一、纺织业未来发展的关键技术57

#### 二、袜子行业市场发展状况分析61

#### 三、2015年中国袜子的产量统计62

#### 四、2015年中国袜子的销量统计63

#### 五、袜子产业研发创新有待提高63

#### 六、中国袜子行业市场发展新态势65

#### 七、国内首家一站式袜子订购平台65

#### 八、2015年中国袜业十大品牌榜单67

#### 九、大唐发布中国首个袜业指数68

## 第二节2015年中国袜子产业亮点分析69

- 一、产业资源重新配置市场竞争模式逐步转变69
- 二、人民币升值及配额政策行业发展负重前行70
- 三、袜子价格指数回升袜子市场全面提升71
- 四、外贸增长方式正在转变72

## 第三节中国袜子产业发展动态与热点分析73

- 一、梦娜袜业引进韩国高端织袜机器73
- 二、浙江省多家袜产业企业落户昭通74
- 三、国际袜业交易会在上海举办75

## 第四章中国袜子重点产区动态分析77

### 第一节诸暨大唐77

- 一、国际袜都三分世界袜市77
- 二、袜业城提升改造硬功夫备战经济回暖78
- 三、企业集体抱团做强做大区域品牌79
- 四、浙江袜子畅销国外市场80

### 第二节浙江义乌80

- 一、义乌成国内最大无缝袜子产地80
- 二、义乌市袜业市场发展情况分析81

### 第三节广东里水82

- 一、里水袜子产业的发展历程82
- 二、里水镇袜子产业的发展现状83
- 三、里水镇扶持袜子产业的措施83

## 第五章2015年中国袜子及其他服饰制造行业主要数据监测分析85

### 第一节2015年中国袜子及其他服饰制造行业发展分析85

### 第二节2015年中国袜子及其他服饰制造行业规模分析85

- 一、袜子及其他服饰制造行业企业数量分析85
- 二、袜子及其他服饰制造行业资产规模分析86
- 三、袜子及其他服饰制造行业销售收入分析86
- 四、袜子及其他服饰制造行业利润总额分析86

### 第三节2015年中国袜子及其他服饰制造行业结构分析87

一、企业数量结构分析	87
二、资产规模结构分析	88
三、销售规模结构分析	89
四、利润规模结构分析	90
第四节2015年中国袜子及其他服饰制造行业产值分析	91
一、产成品增长分析	91
二、工业销售产值分析	92
三、出口交货值分析	93
第五节2013-2015年中国袜子及其他服饰制造行业成本费用分析	94
一、销售成本统计	94
二、主要费用统计	94
第六节2013-2015年中国袜子及其他服饰制造行业运营效益分析	95
一、主要盈利指标分析	95
二、主要盈利能力指标分析	95
第二部分中国袜业市场监测	97
第六章2015年中国袜子市场运行动态分析	97
第一节2015年中国袜子市场总况	97
一、中国袜子纺织工艺	97
二、袜子设计与流行趋势	99
三、中国袜子消费意识形态	99
第二节2015年中国袜子市场运行动态分析	100
一、中国袜子市场特点分析	100
二、中国袜子市场网络构成	100
三、中国袜子市场开发策略	101
第三节2015年中国袜子市场运营调查分析	103
一、袜子行业品牌发展剖析	103
二、袜子行业区域品牌发展分析	104
三、袜子行业营销渠道分析	105
第七章中国袜子市场需求消费形势分析	107
第一节中国袜子市场动态分析	107

- 一、东北袜业园与上海中昊签订合作协议107
- 二、“宝娜斯”年销售增长120%背后的秘密108
- 三、保健压力袜标准起草工作进入实操阶段118
- 四、国内袜子质检情况分析119
- 第二节2015年中国袜子市场需求分析120
  - 一、袜子品牌化需求不断提升120
  - 二、高科技保健袜子成需求热点121
  - 三、个性化另类丝袜市场需求上升121
  - 四、中国袜子市场消费者需求分析121
- 第八章2015年中国袜子细分市场深度剖析124
  - 第一节短袜124
    - 一、中国短袜产品特点124
    - 二、中国短袜市场消费特点124
    - 三、中国短袜业存在的问题124
  - 第二节运动袜124
    - 一、中国运动袜市场发展状况124
    - 二、运动袜行业发展驱动因素125
    - 三、国内运动袜产品的消费趋势126
  - 第三节女袜126
    - 一、女袜市场竞争优势126
    - 二、女袜市场区域定位126
    - 三、女袜市场新趋向127
  - 第四节男袜128
    - 一、男袜市场消费现状128
    - 二、男袜市场需求趋势128
  - 第五节丝袜129
    - 一、中国丝袜市场规模分析129
    - 二、丝袜市场增长速度分析129
    - 三、品牌丝袜市场价格分析129
    - 四、丝袜主要产品分类分析130
  - 第六节连裤袜132

一、连裤袜流行因素分析132

二、连裤袜产品分类介绍133

第七节长筒袜135

一、长筒袜市场消费形势135

二、长筒袜市场价格分析135

第九章2015年中国各式样袜子进出口贸易分析136

第一节2015年中国渐紧压袜类进出口分析136

一、中国渐紧压袜类进口情况136

二、中国渐紧压袜类出口情况136

第二节2015年中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 < 67分特进出口分析136

一、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 < 67分特进口情况136

二、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 < 67分特出口情况137

第三节2015年中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 ≥ 67分特进出口分析137

一、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 ≥ 67分特进口情况137

二、中国合纤针或钩织连裤及紧身裤袜，单丝细度 ≥ 67分特出口情况137

第四节2015年中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜进出口分析138

一、中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜进口情况138

二、中国棉制针织或钩编的连裤袜及紧身裤袜出口情况138

第五节2015年中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜进出口分析138

一、中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜进口情况138

二、中国未列名纺织材料针织或钩编连裤袜及紧身裤袜出口情况139

第六节2015年中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特进出口分析139

一、中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特进口情况139

二、中国其他女式长统袜及中统袜，单丝细度 < 67分特出口情况139

第七节2015年中国毛制其他袜进出口分析140

一、中国毛制其他袜进口情况140

二、中国毛制其他袜出口情况140

第八节2015年中国棉制其他袜进出口分析140

一、中国棉制其他袜进口情况140

二、中国棉制其他袜出口情况141

第九节2015年中国合成纤维制其他袜进出口分析141

- 一、中国合成纤维制其他袜进口情况141
- 二、中国合成纤维制其他袜出口情况141
- 第十节2015年中国其他纺织材料制其他袜进出口分析142
- 一、中国其他纺织材料制其他袜进口情况142
- 二、中国其他纺织材料制其他袜出口情况142

## 第十章中国袜子市场消费者调查分析143

### 第一节袜子消费者购买行为分析143

- 一、消费者购买行为类型143
- 二、影响消费者购买行为的因素144
- 三、袜子购买行为分析145

### 第二节消费者购买袜子的偏好调查146

- 一、消费者购买袜子最关注的因素146
- 二、消费者对袜子材料的偏好调查147
- 三、消费者对袜子款式的偏好调查147
- 四、消费者对袜子功能的偏好调查148
- 五、消费者对袜子颜色的偏好调查149

### 第三节消费者对袜子的消费心理150

- 一、消费者一次性购买袜子数量150
- 二、消费者主要购买的袜子种类151
- 三、消费者一双袜子的使用时间151
- 四、消费者日常穿袜子习惯调查152
- 五、消费者对袜子价格的敏感度152

### 第四节消费者购买袜子的渠道调查153

- 一、消费者购买袜子的渠道调查153
- 二、袜子店最吸引消费者的因素153
- 三、消费者网上购买袜子因素调查154

## 第十一章中国袜子行业营销策略分析156

### 第一节袜子终端营销模式156

- 一、直营专卖店销售模式156
- 二、百货商店销售模式156

- 三、批发市场销售模式156
- 四、大卖场超市销售模式157
- 五、无店铺销售模式157
- 第二节袜子广告传播策略和目标确定159
  - 一、广告传播策略的确定159
  - 二、广告传播目标的确定161
- 第三节品牌扩建市场份额策略163
  - 一、广告宣传163
  - 二、专卖店的形象建设163
  - 三、事件宣传164
- 第四节未来袜子企业营销策略探讨164
  - 一、战略营销164
  - 二、精确营销165
  - 三、体验营销165
  - 四、服务营销166
  - 五、网络营销167
  - 六、和谐营销170

## 第十二章2015年中国袜子的面料市场透析174

### 第一节化纤市场透析174

- 一、化纤产量情况分析174
- 二、化纤企业的开工率分析174
- 三、化纤企业投资形势分析177
- 四、化纤企业经营效益分析177
- 五、化纤的进出口情况178

### 第二节纺织品178

- 一、2014年纺织行业运行情况178
- 二、2015年纺织行业运行情况180
- 三、中国纺织品的出口竞争力180

### 第三节棉纺供应184

- 一、2015年棉纺织业运行情况184
- 二、2015年中国纱布产量情况188

三、纺织品原料及纱布价格走势188

四、棉纺织品及服装贸易形势189

五、行业经营效益及投资情况193

第四节麻纺供应193

一、中国麻布的产量分析193

二、麻纺行业的发展规模194

三、麻纺行业经营效益分析195

四、麻制纺织品服装进出口195

五、麻纺行业固定资产投资195

第三部分中国袜业市场竞争力测评197

第十三章2015年中国袜子市场竞争格局分析197

第一节2015年中国袜子市场竞争现状分析197

一、中国袜子业在竞争中发展197

二、中国袜子产业竞争现状197

三、中国袜子行业需提高竞争力197

第二节中国袜子行业竞争结构分析199

一、行业现有企业间的竞争199

二、行业新进入者威胁分析200

三、替代产品或服务的威胁201

四、上游供应商讨价还价能力201

五、下游用户讨价还价的能力202

第三节2015年中国袜子品牌竞争现状分析202

一、袜类产品品牌的市场格局202

二、袜子品牌市场竞争激烈203

三、提升品牌袜子竞争力思路204

第四节2015年中国袜子市场集中度分析208

第五节中国袜子市场竞争趋势分析208

第十四章中国品牌袜业运营关键性财务指标分析212

第一节四川浪莎控股股份有限公司212

一、企业基本情况概述212

二、企业经营情况分析	213
第二节浙江梦娜袜业股份有限公司	219
一、公司基本情况	219
二、企业经营情况分析	220
三、公司下属公司分析	226
四、公司国际市场分析	228
五、公司国内市场分析	229
第三节海宁耐尔袜业有限公司	229
一、公司基本情况	229
二、企业经营情况分析	230
第四节青岛即发集团控股有限公司	236
一、公司基本情况	236
二、企业经营情况分析	236
三、企业技术优势分析	242
四、企业科研成果分析	243
第五节浙江芬莉袜业有限公司	243
一、公司基本情况	243
二、企业经营情况分析	245
第六节浙江情怡袜业有限公司	250
一、公司基本情况	250
二、企业经营情况分析	250
三、企业“十三五”规划	256
第七节浙江步人袜业有限公司	257
一、公司基本情况	257
二、企业经营情况分析	258
第八节浙江紫清控股集团有限公司	264
一、公司基本情况	264
二、企业经营情况分析	265
第九节浙江宝娜斯袜业有限公司	270
一、公司基本情况	270
二、企业经营情况分析	271
第十节浙江振汉袜业有限公司	276

一、公司基本情况	276
二、企业经营情况分析	277
第十一节浙江嵘峰针织有限公司	283
一、公司基本情况	283
二、企业经营情况分析	284
第十二节烟台厚木华润袜业有限公司	290
一、公司基本情况	290
二、企业经营情况分析	290
第十三节青岛东山纤维有限公司	296
一、公司基本情况	296
二、企业经营情况分析	296
第十五章2016-2020年中国袜子行业发展趋势与预测分析	303
第一节2016-2020年中国袜子行业趋势预测分析	303
一、中国袜子业市场潜力分析	303
二、高端袜子市场发展潜力巨大	303
三、运动休闲品牌袜市场趋势预测	303
第二节2016-2020年中国袜子业发展趋势分析	304
一、中国袜子市场的产量预测	304
二、中国袜子市场的销量预测	305
三、中国袜子进出口形势预测	305
四、价格及原材料市场预测分析	306
第三节2016-2020年中国袜子市场盈利预测	307
第十六章2016-2020年中国袜子市场投资规划建设研究	308
第一节2015年中国袜子市场投资概况	308
一、袜子行业投资经济环境分析	308
二、中国袜子行业投资周期分析	308
三、中国袜子行业投资效益分析	309
四、袜子行业投资经营模式特征	309
第二节2016-2020年中国袜子市场投资机会分析	311
一、袜子专卖投资小利润大	311

二、袜子行业投资热点分析312

三、与产业链相关的投资机会313

第三节2016-2020年中国袜子市场投资前景预警313

一、宏观调控政策风险313

二、市场竞争风险313

三、原料供给及价格风险314

四、其他风险分析314

第四节2016-2020年中国袜子市场投资前景研究及建议分析315

图表目录略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/X51618ISSJ.html>