



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2023年中国羊毛衫产业发展现状及市场监测报告

## 一、调研说明

《2017-2023年中国羊毛衫产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/286917.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

羊毛衫服装通称毛衫服装，又称毛针织服装，是用毛纱或毛型化纤纱编织成的针织服装。在公元前1000年左右西亚幼发拉底河和底格里斯河流域便出现了手编毛针织服装。机器毛针织服装则出现于近代，公元1862年美国R.I.W.拉姆发明了双反面横机，将毛衫在其上生产成形衣片，用于缝合成服装，标志着机器编织毛针织服装的开始。

随着人民生活水平的提高，人们在衣着上更加需求轻爽柔软，富有弹性、延伸性和悬垂性好，透气性好，并且款式新颖，色泽鲜艳的服装。由于这些需求正是毛衫服装的优越性所在，因此，使得毛衫服装在整个服装领域中占有越来越重要的地位。毛衫服装正向外衣化、系列化、时装化、艺术化、高档化、品牌化方向发展。

序列 公司名称 基本情况介绍 1 恒源祥 恒源祥创立于1927年的中国上海，经过八十余年的发展，现旗下有"恒源祥"、"彩羊"两大品牌。产品包括绒线、针织、服饰、家纺等大类。品牌价值达到94.58亿元，是全国最富盛名的品牌企业之一。恒源祥既是中国进入市场经济后最早实施品牌运营的企业（1991年），又是中国最早进行特许经营的企业（1999年）。恒源祥目前拥有40多家核心加盟工厂，600多家加盟经销商、分销商以及8000多个加盟销售网点。中国省级市场销售网点覆盖率为100%，地、市级市场网点覆盖率为90.05%，县级市场网点覆盖率超过48.74%。世界营销大师弥尔顿·科特勒先生，国际品牌联盟副主席，可口可乐首席顾问，素有"品牌金手指"之称的弗朗西斯·麦奎尔给予了恒源祥品牌经营高度的评价，并称赞恒源祥是中国的"可口可乐"！恒源祥也被业界誉为中国运用商标（品牌）资产经营得最好的企业。

2 鄂尔多斯ERDOS 1981年，徜徉在黄河几字湾里，充满神秘和无尽荒凉的鄂尔多斯高原，踏着改革开放的春风，伴随着全国经济建设热潮，迎来了全国首家羊绒深加工企业——鄂尔多斯羊绒集团前身原伊克昭盟羊绒衫厂的建成投产，标志着中国长达半个世纪的只出口原绒和羊绒初加工的历史就此结束！从此，鄂尔多斯羊绒集团肩负行业领军企业使命，以"立民族志气，创世界名牌"为己任，孜孜追求"鄂尔多斯温暖全世界"的远大理想，披荆斩棘，奋发图强。经过三十多年的持续滚动，依托高品质的羊绒原料，精益求精的生产经营和卓越不凡的品牌经营，鄂尔多斯羊绒产业发展成为羊绒制品年产销能力1000万件以上的规模，占到了中国的40%和世界的30%的市场份额；产品包括羊绒原料（无毛绒）、羊绒纱线、以羊绒衫为代表的各类羊绒制品、鄂尔多斯品牌的四季服装！鄂尔多斯羊绒集团前进三十多年，经历了最初的技术引进、改革后的规模扩张、创立品牌的市场延伸以及产权改制后的品牌提升各个不同战略时期，期间开创了我国羊绒业发展史上的一个又一个先河。国内首家羊绒深加工企业、世界羊绒大王、全国免检产品、中国纺织行业首枚"中国驰名商标"、连续18年位列全国羊绒行业第一位、纺织行业前5位，内蒙古主席质量奖等等，荣耀的展示

着鄂尔多斯羊绒集团在全国绒纺行业的龙头地位 鄂尔多斯以传播草原文化，传承羊绒经典为使命，创建了由"1436"国际奢侈品牌、"鄂尔多斯"国际化高端羊绒服装品牌、BLUE ERDOS年轻时尚女装品牌及奥群羊毛衫品牌组成的各自定位清晰、发展方向明确的品牌家族

3 雪莲Snowlotus 1965年，第一件羊绒衫在雪莲诞生，突破了国外严密封锁的羊绒分梳关键技术，让中国实现了羊绒衫零的突破！国宾礼品、中国驰名商标，雪莲为祖国的羊绒工业填补了多项空白，屡获殊荣。经过了半个世纪的发展进取如今，雪莲品牌高举创新大旗，为突破行业发展瓶颈，开辟一条崭新的道路！ 公司生产的"雪莲"牌羊绒制品，是以名贵的山羊绒为原料，精制而成的高档产品。"雪莲"牌羊绒制品选料严格、工艺考究、款式新颖、色泽纯正、绒面丰满、手感柔滑、富有弹性、穿着舒适，倍受国内外消费者的青睐，同时，也是我国领导人赠送给来访的国家元首的国宾礼品。不仅如此，我们的产品畅销30多个国家和地区，内销网点覆盖全国，荣列2003年度同类产品销售领先品牌。2002年,被国家授予"中国名牌"荣誉称号，公司还荣获了"北京市著名商标"、"北京名牌产品"和"全国毛针织优质精品"等称号。 公司创建近50年来，始终以技术力量雄厚、设备先进、管理严格、质量优良、信誉卓著处于同行业的领先地位。公司1995年通过ISO9001质量管理体系认证；1998年依靠自身力量独立研制成功的BSLD-95型羊绒联合分梳机，获得国家发明三等奖和国际发明专利金奖；2000年863/CIMS示范工程通过国家验收；2002年底在国家科委、北京市经委立项实施网络化制造工程。公司始终坚持争创一流，务实守信，勇攀高峰的企业精神，2003年被北京市地税局评定为"纳税信誉A级企业"，被北京工商局授予"守信企业"称号。

4 春竹SPRING 上海春竹集团，源自1956年创建的上海第二羊毛衫厂，历经近60年的发展，目前已经成为多元化发展的产业集团。 春竹集团总部设在上海市静安区繁华的南京西路商圈内，是集设计、生产、营销一体化的专业服装集团，拥有五十年历史的国有企业。拥有三大品牌，七大系列；春竹羊毛衫、春竹羊绒衫、梦特娇羊绒衫、梦特娇女装针织衫、GOOD LUCK羊绒衫、GOOD LUCK男装和GOOD LUCK女装。 春竹集团拥有自己的办公楼，面积5000平方米；在上海及周边地区拥有占地面积100000平方米、建筑面积70000平方米的配套工业园区和50000平方米的物流中心。她曾经是上海毛针织领域的一颗明星，2005年，上海欧祺亚投资管理有限公司（简称OCA）成功并购春竹并组建了全新的OCA春竹集团，新的资本注入，带来了全新的活力；新的管理思想，带来了全新的理念。 凭借在中国毛针织业界五十年的经营历史，已形成具有竞争力的产业链和市场格局。年出品件数400万件，在全国拥有3000余家终端销售网点，市场销售额达人民币30亿元。

5 鹿王KingDeer 内蒙古鹿王羊绒有限公司始创于1985年，它的前身是包头鹿苑羊绒衫厂。先后兼并了12家国有集体企业，合资组建了9家公司，吸收接纳了8700多名员工。早在1997年，鹿王公司领导团队就用超前的意识、战略的眼光，积极响应国家"走出去"发展号召，充分利用"发达国家对产自于不发达国家地区原产地的纺织品免征关税"等贸易优

惠政策，在非洲马达加斯加建立了鹿王分公司。马达加斯加分公司生产的羊绒衫以其低成本的价格优势成功占领了美、英、法、意及北欧等主流高端市场。国家领导人曾先后对马岛工厂进行了视察指导并给予了很高的评价。认为鹿王在海外办厂做了很好的探索，已经走在了中央鼓励向海外投资前列，为其他公司及其他行业创建了模板。近期，公司积极落实习近平主席2013年访问非洲和在中非合作论坛达成的重要共识，与国开行等合作伙伴携手投资、扩建、升级了鹿王马达加斯加工厂。面对全球经济一体化的趋势，鹿王在马达加斯加国投资建设厂是公司实施"走出去"发展战略的第一步，后来，鹿王又先后在蒙古、香港、澳门、柬埔寨等地建厂。目前，鹿王公司已经形成了中国包头（含染色、纺纱、电脑针织、制衣、机织等6大工场）、非洲马达加斯加针织工厂及东南亚柬埔寨针织工厂共三个生产基地，可年产250万件羊绒衫。特别是马达加斯加、柬埔寨两个海外工场的建设在国家"一带一路"战略中具有特殊的意义，因为这两个工场正处于非洲东海岸上与海上丝绸之路的东盟国家，不但成为国家"一带一路"战略的先行者，而且为马达加斯加、柬埔寨当地增加了劳动力就业，活跃了东道国的商贸经济，加深了中马、中柬人民之间的友谊……公司自建厂至今，经过30年的"引进来创业"和"走出去发展"，在羊绒行业中多个领域取得了骄人的业绩：于1997年通过了ISO9001认证，2003年通过了ISO14001环保认证；是全国第一批获得"中国驰名商标"、"中国名牌产品"殊荣的企业；是全国首批"国家级农业产业化重点龙头企业"；拥有羊绒行业最早的"国家级企业技术中心"；2013年被国家工信部评定为国家级"企业工业设计中心"，是"国家级高新技术企业"，2013年又喜获"内蒙古自治区主席质量奖"、"全国劳动关系和谐企业"、"郝建秀式全国纺纱纺织先进班组"、"全国五一巾帼标兵岗"等荣誉称号。截止目前，公司拥有国家级、省部级专利技术88项、获"国家科技进步二等奖"1项、省市级科技奖23项，参与制修订了30多项行业标准。2011年被农业部、国家民委联合认定"民族产品定点生产单位"，是包头市属重点骨干企业。公司产品在美国、英国、德国、日本等发达国家主流高端市场上具有非常高的占有率；"鹿王"自主品牌的系列高档羊绒制品也已经在日本、韩国、香港等国家和地区销售达数十万件，深受广大消费者的青睐。从世界排名看，鹿王已从羊绒品牌国际化的先行者跃升为世界羊绒产业的领军企业。

6 珍贝ZHENBEI 珍珠的时尚夺目，在于精雕细琢，系出天然。静海深流下，经千淘万漉之后，从一粒沙到珍珠的形成过程，既成就了永恒的价值，也见证了贝壳的执着、坚定和智慧。珍珠之于贝壳，一如品牌之于企业，一个好的品牌，必定是诞生于优秀的企业，而成长壮大于充满风浪的市场环境中；珍贝企业在市场的激流中，逆流而上，追求"品质缔造经典，时尚引领潮流"，力将品质卓越的珍贝产品奉献给万千消费者。湖州珍贝羊绒制品有限公司创建于1986年，坐落在纺织业极为发达的江南历史名城——湖州；公司产品以羊绒纱，羊绒衫、丝绒衫、真丝衫、羊绒大衣、羊绒内衣、牛奶蛋白纤维内衣等产品为主，是一家集洗绒、分梳、染色、纺纱、针织、销售为一体的全能毛

纺联合企业；公司占地面积600亩，员工3000余人，拥有600家店铺，完善的营销网络遍及全国30多个省、自治区和直辖市，200多个地级市。公司在羊绒行业率先通过ISO9001：2000国际质量管理体系认证，ISO14001：2004环境管理体系认证，GB/T28001-2001职业健康安全体系认证；先后获得"可机洗羊绒衫"等70多项专利，各项技术处于国内同行业领先水平；先后荣获国家高新技术企业、世界生产率自主创新中国百强企业、中国民营企业最具竞争潜力100家、中国名牌、浙江省百强企业、浙江省绿色企业等荣誉称号；连续八年被国家信息中心，北京市商业委员会评为"北京亿元商场销售第一名"和"中国羊绒行业销售第二名"。"打造国际化的羊绒品牌"是珍贝多年来的不懈追求，"尊重员工、服务顾客、追求卓越、回报社会"是珍贝的核心价值观，"诚实、勤奋、创新、奉献"是珍贝的企业精神。

7 天山TIANSHAN 公司于1980年成立，是一家以生产高档羊绒衫、高档羊毛衫为主的现代化股份制纺织企业。从创立之初，公司就以中国首批、全国纺织行业 and 新疆维吾尔自治区第一家的地位载入我国中外合资企业史册，先后五次跻身全国"十大最佳合资企业"之列，并曾荣登榜首；被国务院企业评价中心评为全国500家经济效益最佳企业；纺织行业十强，新疆纺织行业第一名。公司毛纺织品销售拥有内外销两个市场，现有三个自主品牌 "SS" "GTS"、"天山"，分别定位于高中档市场以及大众消费群体，系列产品遍布国内20多个省市，销售终端及专柜200多个；外销客户主要分布在美国、德国、瑞士、意大利、法国、日本、韩国、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等地区。从在国内最早引入粗纺羊绒针织产品，到倡领中国羊绒新形象；从中国羊绒制造专家，到"中国驰名商标"、中国免检产品、"中国名牌"，公司建立了系统的品牌管理体系，走出了一条由外延式发展向内涵式发展的道路。公司一贯秉承"以质量求发展"的经营理念，先后通过了ISO9001质量管理和ISO4000环境体系等国内相关认证工作。多年来，通过与国际知名品牌合作，公司毛纺织产品质量、工艺工作不仅仅依据国家、行业标准，还根据各国消费者消费习惯制定不同的生产工艺，使公司毛纺织产品在毛针织行业中具有技术和质量的明显优势，并先后荣获西班牙国际纺织品与成衣质量金奖、国际贸易最佳称号奖、巴黎第十五届质量技术奖、瑞士国内羊绒衫产品质量评选第一名的荣誉称号。

8 圣雪绒st&middot;edenw 宁夏圣雪绒国际企业集团有限公司成立于1988年，公司注册资本5499.73万元。圣雪绒集团是一家股份制企业，是跨行业、跨地区、跨国界的工贸一体化的企业集团，其主业为羊绒业和房地产，羊绒制品行销国内外两个市场，多年来产品出口到美国、日本和欧盟诸国等，并在法国、德国、加拿大设立了圣雪绒品牌羊绒服饰连锁专卖店，产品内销在国内以直销和经销形式设立了200多个网点。房地产开发取得二级企业资质，在宁夏银川市已有四个开发的成功案例，开发总面积约180万平方米，圣雪绒房地产公司是银川市房地产开发10强企业。圣雪绒集团已通过ISO9001、ISO14001和OHSAS18001体系认证，并拥有"圣雪绒"商标，圣雪绒品牌已获得"宁夏著名商标"和"宁夏名牌产品"等称号。目前圣雪绒集团现有五梳五纺纺纱设备，年产

羊绒纱400吨。羊绒针织斯托尔电脑横机100台，年产羊绒针织衫40万件，手摇织机800台，年产羊绒针织衫80万件，两项针织产能达到年产120万件。

9 米皇Mihuang 米皇的成就，源自最初的超越之心--打造中国时尚羊绒第一品牌 始自丝绸之路，长三角积淀千年的时尚文化，激励着米皇从诞生之日起，便致力于打造中国时尚羊绒的领军品牌。成熟、自信的都市精英人士是米皇的目标消费群，他们独立，充满激情，追求事业，同时懂得享受优质生活，懂得关爱自我和尊重自我。米皇通过邀请关之琳小姐代言、组建一流设计团队、携手服装设计大师祁刚、与流行色协会合作成立"中国羊绒色彩研发基地"等品牌战略，呼应都市精英人士对高品质、高品位羊绒服饰的需求，用时尚熏陶他们优雅的气质。高贵的品质、简约的设计、精致的细节，突显出米皇"含蓄的奢华"之品牌内涵，华贵但不张扬，充满从容、内敛的精神气度。今天，米皇后来者居上的飞速发展历程，充分体现了羊绒服饰时尚化的发展趋势。未来，米皇还将继续引领羊绒多彩时代，积极开拓中国时尚羊绒的道路。

10 海澜之家HLA 海澜之家股份有限公司是一家集男装生产、销售为一体的大型服装企业。海澜之家品牌自2002年推出以来，以全国连锁、超大规模、男装自选的全新营销模式引发了中国服装市场的新一轮革命，其高品位、大众价的市场定位，款式多、品种全的货品选择，无干扰、自由自在的"一站式"选购方式迅速赢得了广大消费者的喜爱，海澜之家因此被称为"男人的衣柜"。"以市场需求为导向，不断地为消费者提供尽善尽美的产品与服务"是海澜之家的质量方针。海澜之家通过了国际知名认证机构SGS严格的ISO9001质量体系认证，同时还在国内连锁服务行业中率先开启了"QUALICERT"门店零售优质服务认证的先例。海澜之家有着中国名牌产品、国家免检产品等多项荣誉称号，在被称为中国服装"奥斯卡奖"的2004-2005和2005-2006中国服装年度大奖的评选中，海澜之家分别荣获营销大奖和潜力大奖。2010年由国家质检中心和中国男装专业委员会联合授予海澜之家品牌"连续六年获得质量管理先进单位"称号。这些荣誉的赢得证明了：海澜之家品牌在市场上已经享有较高的影响力和社会美誉度。

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 行业发展分析20

#### 第一章 2016年世界羊毛衫产业运行态势分析20

## 第一节 2016年世界羊毛衫行业概况20

### 一、世界羊毛生产情况20

### 二、世界羊毛衫加工技术分析22

### 三、世界羊毛贸易分析25

### 四、世界羊毛衫主要产品价格走势分析27

## 第二节 2016年世界羊毛衫衫市场动态分析27

### 一、羊毛衫制品消费群体增加，多样化需求加大27

### 二、世界羊毛衫品牌市场动态分析28

## 第二章 中国羊绒衫行业宏观环境30

### 第一节 我国经济发展环境分析30

#### 一、经济发展状况30

#### 二、居民消费价格指数分析32

#### 三、收入增长情况44

#### 四、固定资产投资47

#### 五、社会消费品零售额分析55

#### 六、金融运行及货币政策60

#### 七、城镇人员从业状况69

### 第二节 我国社会环境分析73

#### 一、人口环境分析73

#### 二、教育环境分析74

#### 三、文化环境分析75

#### 四、生态环境分析76

### 第三节 中国羊毛衫行业政策环境77

#### 一、十三五规划对行业影响77

#### 二、重点政策汇总80

#### 三、政策发展趋势预测83

### 第四节 中国羊毛衫行业社会文化环境分析83

#### 一、中国羊毛衫行业社会环境83

#### 二、中国羊毛衫行业文化环境84

### 第五节 中国羊毛衫行业技术环境分析84

#### 一、主要技术术语及简要解释84



- 二、生产技术水平86
- 三、产能利用率87
- 四、劳动生产率88
- 五、行业技术发展趋势88

### 第三章 国内羊毛衫行业品牌需求与消费者偏好调查90

#### 第一节 2014-2016年羊毛衫产量统计分析90

#### 第二节 2014-2016年羊毛衫历年消费量统计分析91

#### 第三节 2014-2016年国内羊毛衫行业品牌产品平均价格走势分析91

#### 第四节 羊毛衫产品目标客户群体调查92

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查92

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查93

##### 三、不同地区的消费者偏好调查93

#### 第五节 羊毛衫产品的品牌市场调查94

##### 一、消费者对羊毛衫品牌认知度宏观调查94

##### 二、消费者对羊毛衫产品的品牌偏好调查94

##### 三、消费者对羊毛衫品牌的首要认知渠道95

##### 四、消费者经常购买的品牌调查96

##### 五、羊毛衫品牌忠诚度调查98

##### 六、羊毛衫品牌市场占有率调查98

##### 七、消费者的消费理念调研98

#### 第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析99

##### 一、价格敏感程度99

##### 二、品牌的影响99

##### 三、购买方便的影响99

##### 四、广告的影响程度99

##### 五、包装的影响程度99

### 第四章 国内羊毛衫行业品牌产品市场供需渠道分析100

#### 第一节 销售渠道特征分析100

##### 一、供需渠道定义100

##### 二、供需渠道格局100

### 三、供需渠道形式101

#### 第二节 销售渠道对羊毛衫行业品牌发展的重要性101

#### 第三节 羊毛衫行业销售渠道的重要环节 分析102

##### 一、批发商102

##### 二、零售商103

##### 三、代理商103

#### 第四节 2014-2016年中国羊毛衫行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析103

##### 一、华东103

##### 二、中南103

##### 三、华北103

##### 四、西部104

#### 第五节 2016年国内羊毛衫行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析104

##### 一、国内生产企业投资运作模式104

##### 二、国内营销企业投资运作模式104

##### 三、外销与内销优势分析105

## 第二部分 行业竞争分析111

### 第五章 国内羊毛衫行业优势品牌企业分析112

#### 第一节 内蒙古鄂尔多斯羊绒制品股份有限公司113

##### 一、企业发展简况分析114

##### 二、企业经营情况分析115

##### 三、企业经营优劣势分析118

#### 第二节 北京雪莲羊绒股份有限公司119

##### 一、企业发展简况分析120

##### 二、企业经营情况分析123

##### 三、企业经营优劣势分析125

#### 第三节 春竹集团126

##### 一、企业发展简况分析129

##### 二、企业经营情况分析130

##### 三、企业经营优劣势分析133

#### 第四节 恒源祥集团134

##### 一、企业发展简况分析137

二、企业经营情况分析	139
三、企业经营优劣势分析	142
第五节 浙江珍贝有限公司	144
一、企业发展简况分析	145
二、企业经营情况分析	148
三、企业经营优劣势分析	149
第六节 宁夏圣雪绒股份有限公司	150
一、企业发展简况分析	152
二、企业经营情况分析	153
三、企业经营优劣势分析	156
第七节 维信羊绒集团	158
一、企业发展简况分析	160
二、企业经营情况分析	165
三、企业经营优劣势分析	169
第八节 新疆天山毛纺织股份有限公司	172
一、企业发展简况分析	173
二、企业经营情况分析	175
三、企业经营优劣势分析	176
第九节 三利集团	178
一、企业发展简况分析	179
二、企业经营情况分析	182
三、企业经营优劣势分析	184
第十节 米皇	186
一、企业发展简况分析	187
二、企业经营情况分析	190
三、企业经营优劣势分析	192
第六章 国内羊毛衫行业品牌竞争格局分析	194
第一节 羊毛衫行业历史竞争格局概况	194
一、羊毛衫行业集中度分析	194
二、羊毛衫行业竞争程度分析	194
第二节 羊毛衫行业企业竞争状况分析	200

- 一、领导企业的市场力量200
- 二、其他企业的竞争力200
- 第三节 2017-2023年国内羊毛衫行业品牌竞争格局展望201

## 第七章 羊绒衫企业竞争策略分析202

### 第一节 领先者市场竞争策略202

- 一、维护高质量形象202
- 二、扩大市场需求总量202
- 三、保护市场份额203
- 四、扩大市场份额204

### 第二节 挑战者市场竞争策略205

- 一、正面进攻205
- 二、侧翼攻击205
- 三、包围进攻206
- 四、迂回攻击206
- 五、游击战206

### 第三节 追随者的市场竞争策略206

- 一、紧密追随策略206
- 二、距离追随策略207
- 三、选择追随策略207

### 第四节 补缺者的市场竞争策略207

- 一、市场补缺者的特征207
- 二、市场补缺者的策略207

## 第三部分 行业经营发展预测209

### 第八章 2017-2023年国内羊毛衫行业品牌发展预测209

#### 第一节 2017-2023年羊毛衫行业品牌市场财务数据预测209

- 一、2017-2023年羊毛衫行业品牌市场规模预测209
- 二、2017-2023年羊毛衫行业总产值预测210
- 三、2017-2023年羊毛衫行业利润总额预测210
- 四、2017-2023年羊毛衫行业总资产预测211

#### 第二节 2017-2023年羊毛衫行业供需预测212

- 一、2017-2023年羊毛衫产量预测212
- 二、2017-2023年羊毛衫需求预测213
- 三、2017-2023年羊毛衫供需平衡预测213
- 四、2017-2023年主要羊毛衫产品进出口预测214
- 第三节 2017-2023年羊毛衫行业投资机会214
  - 一、2017-2023年羊毛衫行业主要领域投资机会214
  - 二、2017-2023年羊毛衫行业出口市场投资机会214
- 第四节 影响羊毛衫行业发展的主要因素215
  - 一、2017-2023年影响羊毛衫行业运行的有利因素分析215
  - 二、2017-2023年影响羊毛衫行业运行的稳定因素分析215
  - 三、2017-2023年影响羊毛衫行业运行的不利因素分析216
  - 四、2017-2023年我国羊毛衫行业发展面临的挑战分析216
  - 五、2017-2023年我国羊毛衫行业发展面临的机遇分析216
- 第五节 羊毛衫行业投资风险及控制策略分析217
  - 一、2017-2023年羊毛衫行业市场风险及控制策略217
  - 二、2017-2023年羊毛衫行业政策风险及控制策略217
  - 三、2017-2023年羊毛衫行业经营风险及控制策略218
  - 四、2017-2023年羊毛衫同业竞争风险及控制策略218
  - 五、2017-2023年羊毛衫行业其他风险及控制策略219
  
- 第九章 对国内羊毛衫行业总结及企业经营战略建议220
  - 第一节 羊毛衫行业问题总结220
  - 第二节 2017-2023年羊毛衫行业企业的标杆管理221
    - 一、国内企业的经验借鉴221
    - 二、国外企业的经验借鉴222
  - 第三节 2017-2023年羊毛衫行业企业的资本运作模式222
    - 一、羊毛衫行业企业国内资本市场的运作建议222
    - 二、羊毛衫行业企业海外资本市场的运作建议228
  - 第四节 2017-2023年羊毛衫行业企业营销模式建议228
    - 一、羊毛衫行业企业的国内营销模式建议228
    - 二、羊毛衫行业企业海外营销模式建议229
  - 第五节 羊毛衫市场的重点客户战略实施230

一、实施重点客户战略的必要性230

二、合理确立重点客户231

三、对重点客户的营销策略232

#### 第四部分 行业投资建议分析235

### 第十章 对中国羊绒衫行业投资的建议及观点235

#### 第一节 2017-2023年中国羊绒衫行业投资风险分析235

一、原材料压力风险分析235

二、技术风险分析235

三、政策和体制风险236

#### 第二节 投资风险分析237

一、同业竞争风险237

二、市场贸易风险237

三、产业政策变动的的影响238

#### 第三节 行业应对策略238

一、竞争性战略联盟的实施238

二、企业自身应对策略242

#### 第四节 重点客户战略的实施243

一、实施重点客户战略的必要性243

二、合理确立重点客户243

三、强化重点客户的管理244

四、对重点客户的营销策略244

五、实施重点客户战略中需重点解决的问题245

### 第十一章 企业投资战略分析与策略248

#### 第一节 投资战略分析248

一、技术开发战略248

二、产业战略规划252

三、业务组合战略253

四、营销战略规划256

五、区域战略规划259

六、企业信息化战略规划267

## 第二节 我国羊绒衫行业发展策略270

### 一、坚守核心主业270

### 二、构建优质渠道270

### 三、整合优质资源271

### 四、提升经营能力272

### 五、明确品牌形象272

### 六、调整市场策略273

## 第三节 品牌的战略思考274

### 一、品牌的基本含义274

### 二、品牌战略在企业发展中的重要性277

### 三、羊绒衫品牌的特性和作用278

### 四、羊绒衫品牌的价值战略280

### 五、我国羊绒衫品牌竞争趋势281

### 六、羊绒衫企业品牌发展战略282

### 七、羊绒衫行业品牌竞争策略284 ( AK LT )

## 部分图表目录：

图表 1 2015年GDP初步核算数据 30

图表 2 2014-2016年GDP环比增长速度 30

图表 3 2016年GDP初步核算数据 31

图表 4 GDP环比和同比增长速度 31

图表 5 2014-2016年全国居民消费价格涨跌幅度 32

图表 6 2014-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 33

图表 7 2014-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 33

图表 8 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 35

图表 9 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 36

图表 10 2016年居民消费价格主要数据 36

图表 11 2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅 39

图表 12 2014-2016年工业生产者购进价格涨跌幅 39

图表 13 2014-2016年生产资料出厂价格涨跌幅 40

图表 14 2014-2016年生活资料出厂价格涨跌幅 41

图表 15 2016年工业生产者价格主要数据 41

图表 16 2014-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 45  
图表 17 2014-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 46  
图表 18 2014-2016年我国全社会固定资产及其增长率情况 48  
图表 19 2015年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 48  
图表 20 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速 50  
图表 21 2015年固定资产投资（不含农户）主要数据 50  
图表 22 2014-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 53  
图表 23 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据 54  
图表 24 2014-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度 56  
图表 25 2014-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 57  
图表 26 2015年社会消费品零售总额主要数据 57  
图表 27 2013-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 59  
图表 28 2016年社会消费品零售总额主要数据 59  
图表 29 2014-2016年城镇新增就业人数 69  
图表 30 2014-2016年中国羊毛衫产能利用率变化 87  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286917.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源



对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。