



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国舞蹈服装市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2023年中国舞蹈服装市场分析及投资策略研究报告》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/288030.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

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

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。

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 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

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、SANSHA (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
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、企业发展简况分析 139

二、企业经营情况分析 139

三、企业经营优劣势分析 140

第二节 北京红舞鞋商务中心 140

一、企业发展简况分析 141

二、企业经营情况分析	142
三、企业经营优劣势分析	143
第三节 北京丹诗戈舞蹈服装有限公司	144
一、企业发展简况分析	145
二、企业经营情况分析	145
三、企业经营优劣势分析	146
第四节 艺人舞美服饰有限公司	146
一、企业发展简况分析	147
二、企业经营情况分析	148
三、企业经营优劣势分析	149
第五节 昆明动线服装有限责任公司	150
一、企业发展简况分析	151
二、企业经营情况分析	152
三、企业经营优劣势分析	152
第六节 舞美企业发展总公司	153
一、企业发展简况分析	154
二、企业经营情况分析	154
三、企业经营优劣势分析	154
第七节 康尼舞蹈健美服饰有限公司	154
一、企业发展简况分析	155
二、企业经营情况分析	156
三、企业经营优劣势分析	157
第八节 红雨舞蹈用品有限公司	157
一、企业发展简况分析	158
二、企业经营情况分析	159
三、企业经营优劣势分析	160
第九节 北京柏屋舞苑文化艺术有限公司	160
一、企业发展简况分析	161
二、企业经营情况分析	162
三、企业经营优劣势分析	163
第十节 北京陈婷时尚艺术开发有限公司	163
一、企业发展简况分析	164

二、企业经营情况分析	164
三、企业经营优劣势分析	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 (AK LT)

部分图表目录:

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

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288030.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）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。