头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2020年
中国高端袜业行业短报告

2020 China High-end Socks Industry Brief Report

2020 中国の高級靴下業界についての短いレポート

短报告标签：纺织业、速干防臭、高端消费、国际贸易、中国制造



报告主要作者：彭琪瑶

2020/06

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用"头豹研究院"或"头豹"的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

短报告摘要

高端袜即由专业设计团队精心调研、绘图，采用优质原材料由高科技织袜机械织造，并拥有严苛的质检体系，且单价超50元的袜品。随着中国居民可支配收入日益提高，居民对袜业需求趋向高端化，促使中国高端袜业保持持续发展的趋势，交易规模不断扩大，中国高端袜业市场规模由2015年的226.5亿元增长至2019年的332.0亿元，年复合增长率为10.0%。

- **低端袜业产业链的转移促进中国高端袜业生产比例不断提高**

日本及欧美等国际高端袜业品牌产品生产线加速向中国转移，中国劳动力成本逐年上升，部分低端袜业产品开始向越南、巴基斯坦等生产成本更低的国家和地区转移。低端袜业产业链的转移有利于中国制袜企业调整产品结构，并通过生产技术及产品设计升级换代等方式提升袜业产品档次，推动中国高端袜业市场空间进一步扩大。

- **高端袜业产业链日益完善，推动中国制袜企业市场竞争能力不断增强**

经济全球化发展迅速，高端袜业原材料供应链日趋完善，国际间贸易逐渐便捷，行业产业链日益成熟。中国制袜企业积极联合产业链上下游企业，整合、协同并充分发挥各自的优势资源，利用电子商务等方式，逐渐增强中国制袜企业在国际高端袜业市场的竞争能力。

- **国际间分工合作协同程度加深，推动中国高端袜业产品质量进一步提升**

国际高端袜业品牌在将产品生产线逐渐转移至中国的同时，增进了国际间的技术合作交流。以日本棉袜市场为例，日本高端袜业制造的工艺水平及严格的产品检测程序均处于国际领先地位，由于日本劳动力成本高，大部分高端袜业产品生产线被转移至生产成本低的东南亚国家和地区。中国袜业制造商可通过与日本高端袜业品牌商合作，学习国际先进制造工艺及生产管理经验，总结经验并对产品工艺及潮流趋势提出建议，进一步提升高端袜业产品品质。

企业推荐：

Happy Socks、Stance、Tabio

©2020 LeadLeo

目录

- 名词解释 ---------- 05
- 中国高端袜业市场综述 ---------- 06
  - 定义及分类 ---------- 06
  - 中国高端袜业市场规模 ---------- 07
- 中国高端袜业发展趋势 ---------- 08
- 中国高端袜业竞争格局 ---------- 09
- 中国高端袜业品牌推荐 ---------- 10
  - Happy Socks ---------- 10
  - Stance ---------- 12
  - Tabio ---------- 14
- 方法论 ---------- 16
- 法律声明 ---------- 17

©2020 LeadLeo

目录

- Terms ---------- 05
- China High-end Socks Industry Overview ---------- 06
  - Definition of High-end Socks ---------- 06
  - China High-end Socks Industry Market Size ---------- 07
- China High-end Socks Industry Trend ---------- 08
- China High-end Socks Industry Competitive Landscape ---------- 09
- China High-end Socks Industry Valuable Enterprise Recommendation ---------- 10
  - Happy Socks ---------- 10
  - Stance ---------- 12
  - Tabio ---------- 14
- Methodology ---------- 16
- Legal Statement ---------- 17

©2020 LeadLeo

名词解释

- **KOL：**Key Opinion Leader，关键意见领袖，其营销学概念为对相关群体购买影响力较大的人。
- **KOC：**Key Opinion Consumer，关键意见消费者，其营销学概念为对相关朋友、亲属等群体购买影响力较大的消费者。
- **SKU：**Stock Keeping Unit， 库存进出计量的单位， 以件、盒、托盘等为单位。

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

FROST & SULLIVAN 沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程!

邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都

中国高端袜业市场综述——定义及分类

高端袜即产品单价超50元，由专业团队进行产品设计，并采用优质原材料及高科技机械织造的袜业产品

高端袜业定义

高端袜即由专业设计团队精心调研、绘图，采用优质原材料由高科技织袜机械织造，拥有严苛的质检体系，且单价超**50元**的袜业产品。

高端袜业分类

随着中国居民人均可支配收入及消费水平的提高，高端袜业产品结构日趋完善、产品种类日益丰富，可从材质、款式、功能等维度进行产品划分：（1）按材质划分，高端袜业可分为棉袜、羊毛袜、丝袜及合成纤维织物袜等；（2）按款式划分，高端袜业可分为船袜、短袜、中筒袜、长筒袜等；（3）按功能划分，高端袜业可分为运动袜、休闲袜、正装袜、医疗袜等。

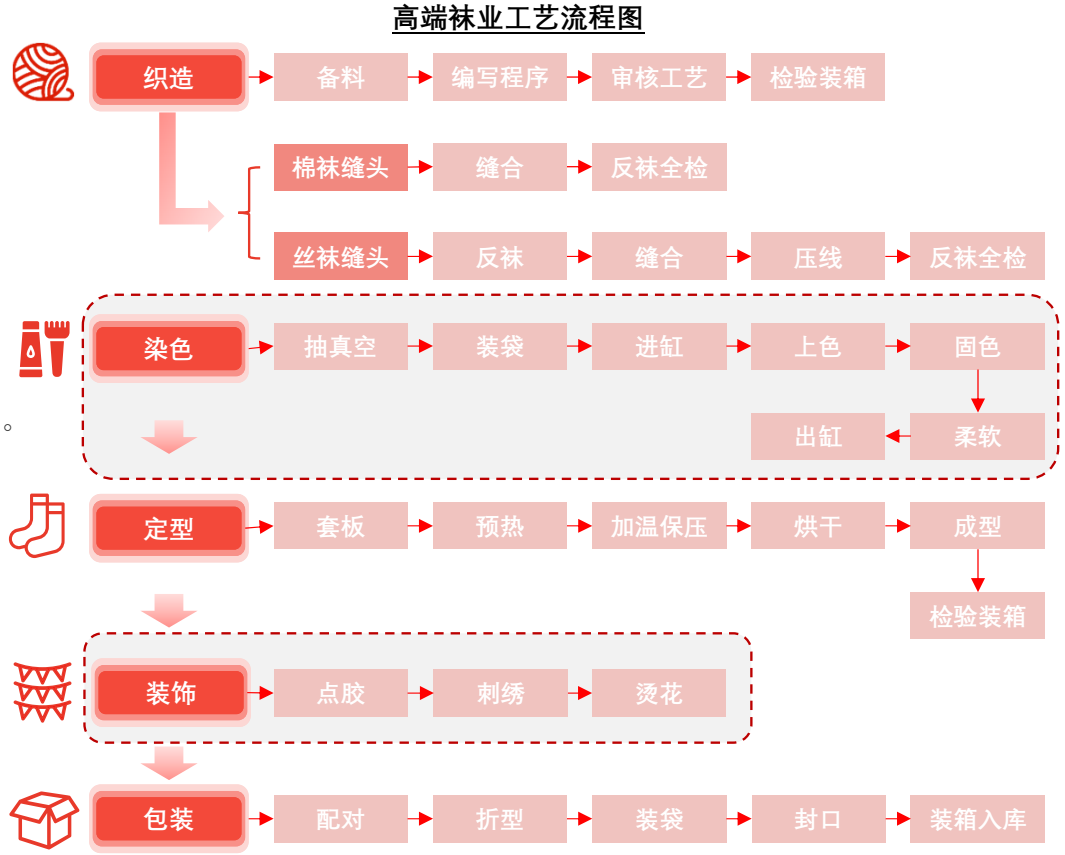
高端袜业特征

高端袜业具有周期性特征，不同季节各品类高端袜业销量存在差异，高端袜业市场随气候变化呈现波动状态。夏季受高温影响，高端袜业交易销售情况走低，市场零售热度不高，热销产品主要以色彩鲜艳、时尚设计感强、舒适吸汗的丝袜、船袜等夏季产品为主。冬季气温下降，高端袜业需求增加，热销产品主要以加绒加厚、材质优良的棉袜、羊毛袜、裤袜等冬季产品为主。

高端袜业产品分类



高端袜业工艺流程图



- **注：**以上工艺流程中以虚线框标示的生产环节表示部分产品无需经过此环节，其中丝袜大多需染色，棉袜大多无需染色

来源：Happy Socks、Stance、厚木天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业市场综述——市场规模

受益于中国经济的不断发展及居民可支配收入的日渐提高，中国高端袜业呈持续发展的趋势，中国高端袜业市场规模由2015年的226.5亿元增长至322.0亿元

2015年至2019年，中国袜业市场规模（按销售额计）由**3,380.0亿元**增长至**4,955.2亿元**，其中高端袜业市场规模由2015年的**226.5亿元**增长至2019年的**332.0亿元**，年复合增长率为**10.0%**。随着中国居民可支配收入日益提高，居民对袜业需求趋向高端化，促使中国高端袜业保持持续发展的趋势，交易规模不断扩大，此外，国际高端袜业品牌在将产品生产线逐渐转移至中国的同时，增进了国际间的技术合作交流，推动中国高端袜业市场规模进一步提升。

中国袜业市场规模（按销售额计），2015-2024年预测

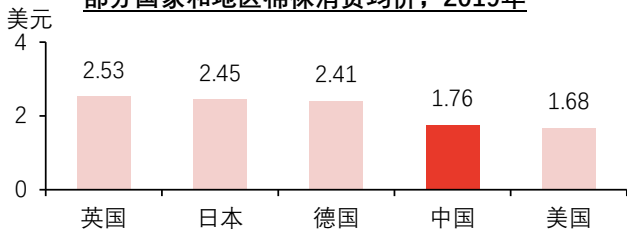


https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=5fd818b220410e5d1e951f48

头豹洞见与分析

- **新冠疫情影响趋缓：**高端袜业为人群密集型产业，受新冠疫情影响，2020年上半年高端袜业市场规模有所减少。预计未来随着新冠疫情在中国逐渐得到有效控制，高端袜业产量及销售额将开始稳步回升。
- **供应链日趋完善：**在经济全球化背景下，高端袜业原材料供应链日趋完善，国际间贸易逐渐便捷，高端袜业交易规模将得以大幅提升，未来五年，中国高端袜业有望迎来新的发展契机。
- **棉袜消费市场潜力大：**英国、日本、德国等国家和地区的棉袜消费均价约2.5美元，而中国棉袜消费均价低于国际水平，仅为**1.76美元**，因此中国棉袜消费均价存在提升空间。
- 2019年至2024年，预计中国高端袜业将呈现增长的趋势，中国高端袜业市场规模有望在2024年增长至**483.2亿元**，年复合增长率达**7.8%**。

部分国家和地区棉袜消费均价，2019年



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业发展趋势——发展趋势分析

随着中国居民可支配收入不断增加，居民消费水平日益提高，对袜业的需求趋向高端化，由于消费者需求决定产品供应量，中国高端袜业生产比例将逐渐加大

■ 中国高端袜业生产比例不断提高

- 中国经济不断发展及居民可支配收入日益提高
- 中国消费者对袜业需求趋向高端化
- 日本及欧美等国际高端袜业品牌产品生产线亦加速向中国转移

→ 中国高端袜业产品增加

中国劳动力成本逐年上升

→ 部分低端袜业产品开始向越南、巴基斯坦等生产成本更低的国家和地区转移

- ✓ 有利于中国制袜企业调整产品结构
- ✓ 通过生产技术及产品设计升级换代等方式提升袜业产品档次
- ✓ 推动中国高端袜业市场空间进一步扩大

■ 国际间分工合作协同发展

国际高端袜业品牌产品生产线 → 转移至 → 中国

→ 增进了国际间的技术合作交流

- **以日本棉袜市场为例，**日本高端袜业制造的工艺水平及严格的产品检测程序均处于国际领先地位，由于日本劳动力成本高，大部分高端袜业产品生产线被转移至生产成本低的国家和地区
- 中国袜业制造商可通过与日本高端袜业品牌商合作，学习国际先进制造工艺及生产管理经验，总结经验并对产品工艺及潮流趋势提出建议，进一步提升高端袜业产品品质

■ 高端袜业产业链日益完善

经济全球化发展迅速，高端袜业原材料供应链日趋完善，国际间贸易逐渐便捷，行业产业链日益成熟。中国制袜企业积极联合产业链上下游企业，整合、协同并充分发挥各自的优势资源，利用电子商务等方式，逐渐增强中国制袜企业在国际高端袜业市场的竞争能力。

高端袜业时尚化及功能化趋势

产品定位不清晰
产品品质不稳定
品牌运作能力差

→ 价格成为最主要竞争手段 → 中国制袜企业长期处于产业链底层

随着科技不断发展，中国高端袜业实现产业升级

高新科技逐渐渗透进高端袜业

- 运用信息化管理系统提升企业的管理水平，建立企业生产、销售、研发、财务等方面的综合化、信息化管理系统，提高企业运行效率
- 运用高新科学技术对传统工艺流程进行改造，提高制袜技术水平，提升劳动生产率

＋

时尚化的设计、功能性的开发及新材料的应用

- 紧跟时尚潮流的发展，设计出极具个性化、时尚化的产品以满足消费者不断变化的审美需求
- 随着消费者生活水平的提高，消费者对高端袜业的需求不再仅是护脚保暖用品，促使高端袜业功能性附加值逐渐提升，如吸汗速干、抗菌除臭等功能
- 在科技进步的推动下，新型材料不断被开发应用于高端袜业以满足消费者的需求

→ **高端袜业时尚化的设计、功能性的开发、新材料的应用**

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业竞争格局——竞争格局概述

欧美国家企业在高端袜业产品研发及技术创新等方面具有明显优势，中国高端袜业市场集中度低且被外资企业主导

国际袜业企业创新企业区域分布



- **注：**从袜业企业品牌传播创新、产品创新、技术创新、渠道创新及企业管理创新等维度进行评估

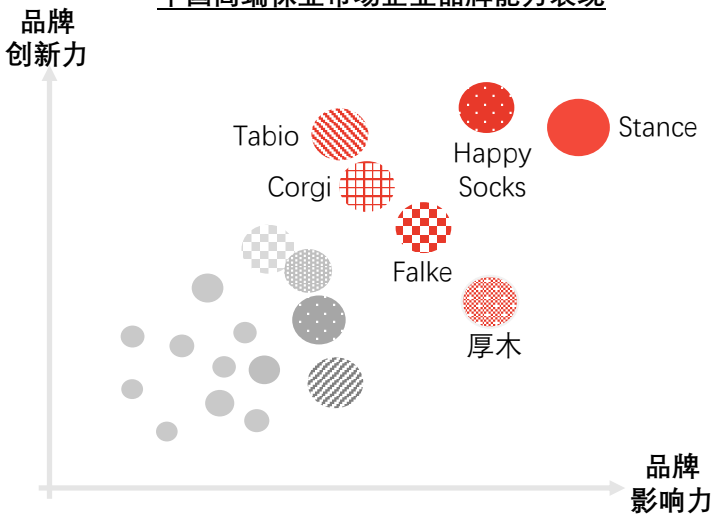
- **国际高端袜业格局**

在高端袜业领域，欧美国家企业在产品研发、技术创新等方面具有优势。欧美国家企业将品牌维护及管理作为企业主要发展战略，以品牌优势为切入点，巩固品牌市场地位，提升品牌内涵，加大品牌创新力度，进行有效的品牌推广，主导国际高端袜业市场。

- **中国高端袜业格局**

中国高端袜业市场集中度低且企业数量少，外资企业凭借品牌创新力、品牌影响力、新技术应用、功能性开发、品质优良等优势主导中国高端袜业市场，如美国Stance、瑞典Happy Socks、日本厚木等企业。

中国高端袜业市场企业品牌能力表现



来源：企业官网，《2019胡润全球袜业企业创新百强榜》，头豹研究院编辑整理

中国高端袜业品牌推荐——Happy Socks（1/2）

Happy Socks发展至今已在全球开设门店超10,000家，其中中国门店已覆盖北京、上海、深圳、广州、成都、香港、澳门等城市

品牌名称：Happy Socks　　成立时间：2008年　　公司总部：瑞典

品牌概况

Happy Socks于2008年在瑞典成立，是国际领先时尚袜业品牌，以将日常必需品转变为具备高品质、精湛工艺及创造力的多彩设计作品为经营理念。通过时尚前卫的产品设计及影响力与口碑营销等策略，Happy Socks得以迅速发展，至今已在全球90多个国家和地区的10,000余个销售点销售超2,000万双袜子，成为国际最知名时尚袜业品牌之一。

主营产品

Happy Socks礼盒系列



零食礼盒 230元　火山礼盒 430元　爱心礼盒 230元　生日礼盒 430元

Happy Socks限量版合作系列



滚石系列 165元　海绵宝宝 100元　粉红豹 100元

品牌布局

Happy Socks全球门店超10,000家，截至2020年6月，Happy Socks已在北京、上海、深圳、广州、成都、香港、澳门等城市开设100余家门店。



瑞典·斯德哥尔摩店



中国·深圳万象城店

Happy Socks中国部分门店



来源：Happy socks企业官网，Happy Socks天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业品牌推荐——Happy Socks（2/2）

2013至2018年，Happy Socks营收年复合增长率约为50%，其中2018年实现营收54.2百万美元，通过与知名人士及品牌联名合作，Happy Socks市场份额将进一步扩大

品牌优势

在产品创意设计上，Happy Socks与各界艺术家合作，提供带有空白袜子图案的模板让合作者可自由设计，设计成稿后直接投入工厂进行生产。Happy Socks已与全球15个国家和地区的创意设计人士合作，许多小众但个人风格鲜明的艺术家得到启用，促使Happy Socks设计元素多元化及个性化。Happy Socks与皇后乐队、腾讯QQ、披头士乐队、Rolex、Snoop Dogg等知名人士及品牌进行合作，联名推出主题彩袜系列以吸引粉丝购买产品，从而进一步扩大Happy Socks的市场份额。

Happy Socks联名合作



Happy Socks x QUEEN

Happy Socks与皇后乐队联名合作推出系列彩袜，将皇后乐队的传奇曲调、标志性乐器等元素融入彩袜设计中，其中包括《We Will Rock You》、《Bohemian Rhapsody》等广受欢迎的音乐作品。

Happy Socks与腾讯QQ联名推出QQ20周年纪念礼盒，将QQ经典企鹅形象与Happy Socks的色彩设计相结合。



Happy Socks x QQ



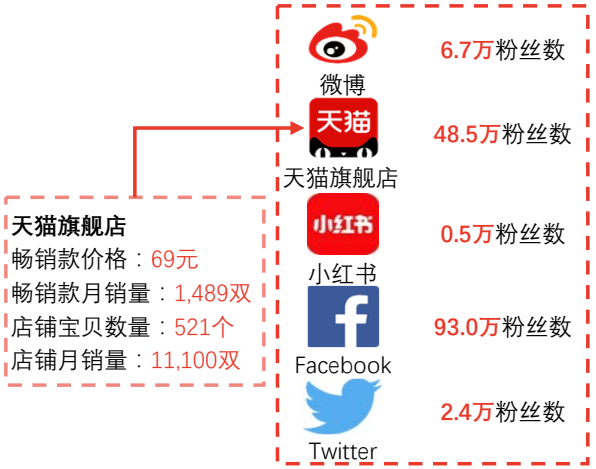
Happy Socks x The BEATLES

Happy Socks联名披头士乐队为纪念《Yellow Submarine》播出50周年推出系列套装，袜子颜色图案均来源于《Yellow Submarine》中标志性动画元素：载着披头士四人的黄色潜水艇、造型奇特的鲸鱼等。

- ✓ **营收优势：**2013至2018年，Happy Socks营收保持约**50%**的年复合增长率
- ✓ **品牌影响力优势：**通过对社交媒体及用户生成内容的战略性利用，Happy Socks建立了极具影响力的品牌形象及认知度
- ✓ **产品设计及营销优势：**通过不断更新产品设计，吸引消费者复购产品，此外，Happy Socks有效利用邮件订阅、上新提醒等方式刺激消费者购买欲望，促进品牌市场份额不断增加

品牌发展

Happy Socks品牌影响力



天猫旗舰店
畅销款价格：69元
畅销款月销量：1,489双
店铺宝贝数量：521个
店铺月销量：11,100双

- Happy Socks在Facebook拥有**93.0万**粉丝，而在中国主流电商及社交平台粉丝数量较少，品牌在中国影响力较弱
- Happy Socks需加强在中国境内的品牌营销力度，通过与中国知名人士及品牌合作等方式增加中国市场渗透率，从而扩大品牌市场份额

来源：Happy Socks企业官网，Happy Socks天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

推广

innovation 创新地图 map

前哨 2020 科技特训营

掌握创新武器　抓住科技红利



王煜全

海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan，中国区首席顾问

扫码报名

咨询微信：innovationmapSM
电话：157-1284-6605

中国高端袜业品牌推荐——Stance（1/2）

美国潮袜品牌Stance产品品类众多，拥有都市、街头、运动、艺术等风格，通过与知名人士及品牌建立合作关系，已发展成为潮流袜业国际领先品牌之一

品牌概况

品牌名称：Stance　　成立时间：2009年　　公司总部：美国

Stance于2009年在美国加利福尼亚州成立，是斯坦斯有限公司旗下潮袜品牌，凭借前卫的创新设计与独特的360度印染工艺成为2015-2016赛季NBA官方指定球袜品牌。通过与娱乐明星、运动达人及美国街头品牌建立合作关系， Stance至今已在全球40多个国家和地区的7,500和销售点销售产品，成为潮流袜业国际领先品牌之一。

主营产品

Stance部分产品系列简介



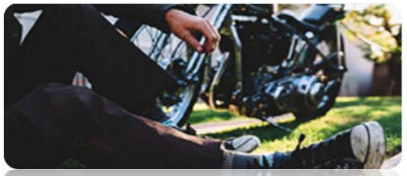
THE RESERVE-风格雅痞

简约、舒适、不受束缚



STANCE BLUE-都市流行

时尚、前卫、流行



SIDE STEP-街头潮流

STANCE入门级选择
时尚与舒适性并重



ATHELETIC-运动

职业/半职业运动员
高强度训练



RUNNING-跑步

运动爱好者
一周运动1-2次



BASKETBALL-篮球

篮球爱好者
热衷于NBA篮球赛事

Stance销售渠道及营销方式

- ✓ Stance产品品类众多，包括艺术、涂鸦、街头、运动等风格，消费者可根据不同的职业和喜好设计不同风格的袜子
- ✓ Stance主打线下销售，与传统零售商保持紧密合作关系的同时，不断开设品牌自身的新零售店，为消费者提供更直观的线下购物体验
- ✓ 与众多品牌商合作，根据不同的文化场景和品牌元素设计联名袜款
- ✓ 为保证品牌产品质量及创意灵感，Stance设有创意与质量控制实验室“针织袜子研究工程和开发(SHRED)”，可针对袜子原料、合脚度、弹力、吸汗性等维度不断进行技术改进
- ✓ Stance打造了电台节目“The Craziest Day of My Life”，以加大品牌宣传力度
- ✓ 产品零售价约为每双100-180元

来源：Stance企业官网，Stance天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业品牌推荐——Stance（2/2）

Stance凭借独特的360度印染工艺及品牌影响力成为2015-2016赛季NBA官方指定球袜品牌，吸引大量球迷购买产品，有效推动品牌市场份额进一步扩大

品牌优势

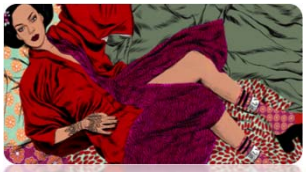
- ✓ **体育界影响力：**凭借功能科技性，Stance在体育界具有品牌影响力，成为美国职业棒球大联盟官方袜商，并与滑板运动员Kader Sylla、滑雪运动员Chris Grenier、登山运动员Anton Krupicka等体育界知名人士联名合作。此外，Stance凭借功能设计及独特的配色印染工艺，成为NBA2015至2016赛季官方指定球袜供应商，并拥有Dwyane Wade、Klay Thompson、Chandler Parsons等NBA球星为品牌代言，吸引全球NBA球迷购买产品，促进品牌市场份额进一步扩大
- ✓ **艺术界影响力：**Stance与插画家Gregory Siff、涂鸦创作者Kevin Lyons、纹身师Tamara Santibanez等全球艺术创作者合作，为消费者提供上百种印花选择。此外，Stance与Rihanna、Billie Eilish、星球大战、漫威等艺术界知名人士及品牌合作，跨界音乐、影视、涂鸦等领域，在艺术界极具品牌影响力

Stance部分联名系列


星球大战系列


12星座系列


三丽鸥系列

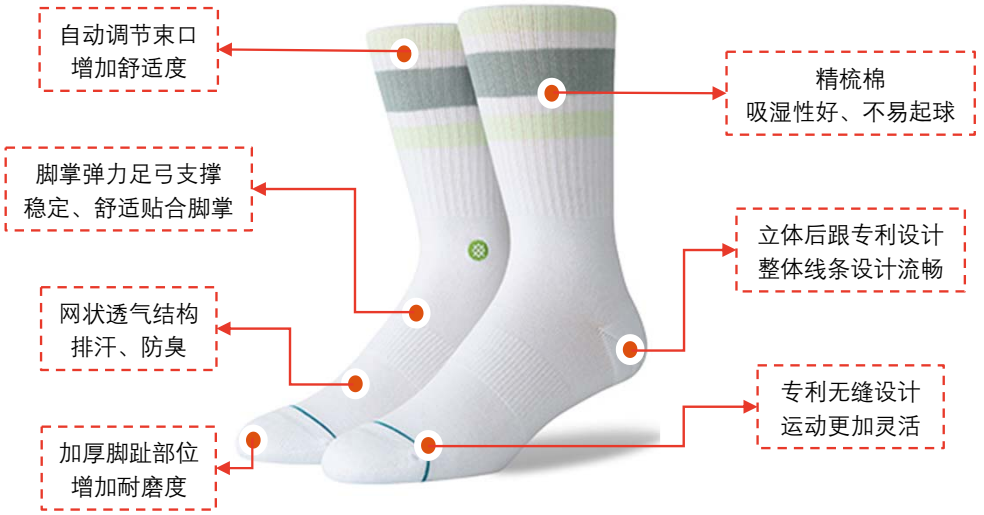

Rihanna系列


美女与野兽系列


迪士尼系列

- ✓ **融合科技，品质保证：**Stance不断进行面料革新、纱线创新等技术更新
  - Stance拥有专利Feel360技术， Feel360技术是针对新织物材料的专有设计，该织物含有银离子，可减少引起异味的细菌，透气网设计可保持脚部干燥，并通过适应穿着者体温变化为其提供透气干爽的穿着体验
  - Stance独创的Butter Blend技术，可通过改变传统纱线的构建方式，打造质地更加柔软又耐磨的产品，以应对消费者日常或运动场合的穿着需求
  - Stance研发的360度印染工艺，染料颜色可深入纤维内部，使袜子图案不易变形，大幅扩宽产品设计范围

Stance产品功能性设计简介



来源：Stance企业官网，Stance天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国高端袜业品牌推荐——Tabio（1/2）

日本知名袜业品牌Tabio将产品细分，旗下拥有Tabio、靴下屋、TabioMEN等八条产品线，并在全球拥有270余家门店，其中已在中国大陆开设3家门店

品牌名称：Tabio　　成立时间：1968年　　公司总部：日本

品牌概况

Tabio于1968年在日本大阪成立，是日本知名袜品专卖品牌，产品采用高新科技、优质材料及创新设计，将袜品的美观、舒适与功能性相结合。发展至今，Tabio具有60余年制袜经验，在全球拥有270余家门店，其中260余家门店位于日本地区，海外地区门店包括英国2家、法国3家、中国大陆3家等。

主营产品

Tabio旗下拥有Tabio、靴下屋、TabioMEN、TABIO SPORTS、TABIO ARTS、TABIO LEG LABO、Tabio Luxe及maison peca八条产品线。

Tabio产品线简介


Tabio


靴下屋


TabioMEN


TABIO SPORTS


TABIO ARTS



TABIO LEG LABO



Tabio Luxe


maison peca

- **Tabio：**面向全球市场的品牌主力线，主打“日本制造”的高端女袜品牌
- **靴下屋：**汇集多种颜色的基础单品及潮流单品，出售男女袜及婴童袜，以满足消费者的多种需求
- **TabioMEN：**男性袜子品牌，可为消费者提供产品刺绣服务，以满足消费者定制化需求
- **TABIO SPORTS：**运动产品系列，在Tabio、靴下屋及TabioMEN门店出售
- **TABIO ARTS：**合作品牌，与全球各界艺术家联名合作
- **TABIO LEG LABO：**功能性袜子系列，产品专注于消除穿着时的松紧感
- **Tabio Luxe：**主要面向成熟女性，专注设计感及奢华感的高端产品线
- **maison peca：**儿童袜子品牌，产品设计简单、注重品质

来源：Tabio企业官网，Tabio天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国高端袜业品牌推荐——Tabio（2/2）

Tabio于2018至2019财年的销售额同比增长0.6%至10.6亿元，净利润同比增长230%至2,339万元，品牌计划未来3年内在中国开设30家门店

品牌优势

供应链优势

- ✓ Tabio拥有一支稳定的内部设计团队，与50家工厂进行生产合作，其中7家日本工厂为100%独家合作，2家工厂位于中国境内
- ✓ Tabio超**90%**的产品生产于日本本土，促使产业链生产制造环节的部分日本袜子生产厂商得以生存
- ✓ 为加强对供应链的控制，Tabio不断向供应链上游进发，从全球各地采购纱线及织物的同时，种植棉花等原材料

管理优势

- ✓ Tabio利用计算机网络，将总部、物流中心、分散店铺、合作生产工厂等环节相连接，形成一个实体门店销售信息与物流库存信息可实时共享的管理平台
- ✓ 通过这一平台系统，各工厂可直接获取门店最新销售数据，加快生产库存即将耗尽的商品，并将其送至物流中心等待配送
- ✓ 此外，与Tabio合作的部分工厂还采取自主研发生产的模式，即所有产品均由工厂自身设计与生产

低库存优势

- ✓ 与供应链各环节的紧密合作，Tabio有效实现“以销定产”以降低产品库存率
- ✓ 工厂获取门店销售情况后，可自行决定产品生产量，若商品畅销，工厂可提前准备增产，而若产品销售情况不佳，工厂则可及时减产或停产
- ✓ Tabio的产品库存率仅为业内平均值的**10%**

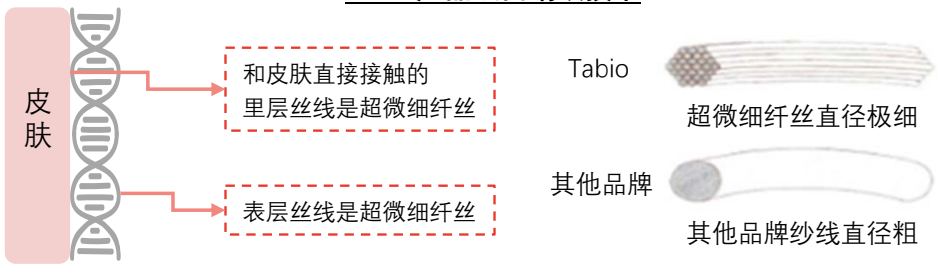
营销优势

- ✓ Tabio旗下产品线Tabio ARTS系列专注于与知名人士及品牌共同推出联名款，如与摄影师森山大道、插画师五月女桂子、迪士尼冰雪奇缘2、 Bally、Star Wars等
- ✓ Tabio针对不同的合作款选用不同的材质与工艺以强化产品的独特性

产品优势

- ✓ Tabio产品袜底采用半圈螺纹编织，与整圈编织相比，工艺更加复杂，所耗工时更多，可让袜子包裹脚部，减少穿戴感
- ✓ Tabio产品一年分为春夏和秋冬两季，每季推出500个品号，每个品号拥有6个SKU，产品品类丰富

Tabio产品双面编织技术



品牌发展

- **进军海外市场：**2002年，Tabio开始进军海外市场，在英国伦敦开设首家海外门店。Tabio在中国市场由代理商负责运营，三家门店分别位于北京朝阳大悦城、大连柏威年购物中心及深圳万象城，Tabio于2019年进驻天猫开设旗舰店
- **品牌收益：**据Tabio企业财报显示，截至2019年2月，Tabio于2018至2019财年的销售额同比增长**0.6%**至164.9亿日元（约合人民币**10.6亿元**），经营利润同比增长**25.9%**至6.21亿日元（约合人民币**3,991万元**），净利润同比增长**230%**至3.64亿日元（约合人民币**2,339万元**）
- **品牌战略：**Tabio未来将继续加强品牌在欧美市场的形象定位，并计划在中国市场3年内开设**30家**门店

来源：Tabio企业官网，Tabio天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- 研究院依托中国活跃的经济环境，从纺织业、高端消费等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

©2020 LeadLeo

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。