

2024-2029年中国服装行业市场调查及发展前景预测报告

报告简介

服装研究报告对服装行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的服装资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。服装报告绝对如实地反映客观情况，叙述、说明、推断、引用均恰如其分。文字、用词应力求准确。研究报告的文字也简单、明了、通顺、流畅，既明白如话，又把研究的效果准确地、科学地表达出来。服装研究报告以行业为研究对象，并基于行业的现状，行业经济运行数据，行业供需现状，行业竞争格局，重点企业经营分析，行业产业链分析，市场集中度等现实指标，分析预测行业的发展前景和投资价值。通过最深入的数据挖掘，对行业进行严谨分析，从多个角度去评估企业市场地位，准确挖掘企业的成长性，已经为众多企业带来了最专业的研究和最有价值的咨询服务过程。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外服装行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对服装下游行业的发展进行了探讨，是服装及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握服装行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 中国服装行业发展环境分析

1.1 服装行业定义及分类

1.2 服装行业统计标准

1.2.1 服装行业统计部门和统计口径

1.2.2 服装行业统计方法

1.2.3 服装行业数据种类

1.3 服装行业发展环境分析

1.3.1 政策环境分析

1.3.2 经济环境分析

1.3.3 社会环境分析

1.3.4 行业发展环境综合分析

1.4 服装面料市场分析

1.4.1 服装面料行业发展状况分析

(1)行业企业数量分析

(2)行业资产规模分析

(3)行业需求状况分析

(4)行业经营利润分析

1.4.2 服装面料主要产品市场供需分析

(1)坯布市场供需现状分析

(2)棉布市场供需现状分析

(3)麻布市场供需现状分析

第二章 全球服装制造业发展分析

2.1 全球服装制造业发展现状

2.1.1 全球服装制造业发展规模

2.1.2 全球服装制造业总体区域格局

(1)中国地区发展情况

(2)东南亚地区和非洲地区

(3)欧美地区

2.1.3 全球服装制造业总体企业格局

(1)以服装企业的发展模式来看

(2)以服装企业的运营模式来看

2.2 全球主要地区服装需求分析

2.2.1 全球服装总体需求特点

(1)总量不断上涨

(2)高端品牌服装需求比例有所上涨

(3)休闲服装和个性化服装需求占比不断上升

(4)对质量和美感的要求不断上涨

(5)世界范围内结构变动趋势明显

(6)亚洲地区需求潜力较大

2.2.2 全球服装市场需求结构

(1)大洋洲

(2)中东

(3)非洲

(4)南非

(5)南美

(6)南欧

(7)西欧

(8)中欧

(9)北欧

(10)东欧

(11)北美

(12)亚洲

2.2.3 全球服装市场需求规模

2.2.4 全球服装市场需求趋势

(1)世界范围内整体需求变动情况

(2)地区需求变动情况

(3)需求带动零售结构变动

(4)需求带动贸易趋势变动

(5)休闲装、正装、新兴服饰，传统服饰趋势变动

(6)男装、女装、童装趋势

2.3 全球服装制造业主要地区分析

2.3.1 美国纺织服装市场分析

2.3.2 英国纺织服装市场分析

2.3.3 意大利纺织服装市场分析

2.3.4 德国纺织服装市场分析

2.3.5 法国纺织服装市场分析

2.3.6 日本纺织服装市场分析

2.4 全球服装制造业主要细分产品市场分析

2.4.1 全球衬衫市场分析

(1)全球衬衫市场现状分析

(2)全球衬衫市场竞争分析

(3)全球衬衫市场容量分析

2.4.2 全球西服市场分析

(1)全球西服市场现状分析

(2)全球西服市场竞争分析

(3)全球西服市场容量分析

2.4.3 全球T恤市场分析

(1)全球T恤市场现状分析

(2)全球T恤市场竞争分析

(3)全球T恤市场容量分析

2.4.4 全球牛仔裤市场分析

(1)全球牛仔裤市场现状分析

(2)全球牛仔裤市场竞争分析

(3)全球牛仔裤市场容量分析

2.5 全球服装制造产业发展影响因素

2.5.1 经济因素

2.5.2 政策因素

2.5.3 税收因素

2.6 全球服装制造产业发展趋势

2.6.1 多元化步伐加快，服装企业面临大变局

2.6.2 渠道加速整合，线上线下进一步靠近

2.6.3 企业并购提速，全球性品牌数量上涨

2.6.4 服装企业融入全球产业链

2.6.5 服装产业与其他热门产业融合趋势

第三章 中国服装行业发展现状分析

3.1 中国服装行业发展状况分析

3.1.1 中国服装行业发展总体概况

3.1.2 中国服装行业发展主要特点

3.1.3 服装行业经营情况分析

(1)服装行业经营效益分析

(2)服装行业盈利能力分析

(3)服装行业运营能力分析

(4)服装行业偿债能力分析

(5)服装行业发展能力分析

3.2 服装行业供需平衡分析

3.2.1 全国服装行业供给情况分析

(1)全国服装行业企业数量分析

(2)全国服装行业产成品分析

(3)全国服装行业产量分析

3.2.2 全国服装行业需求情况分析

3.2.3 中国服装行业的产销率分析

第四章 重点地区服装行业发展分析

4.1 广东省服装行业发展分析

4.1.1 广东省服装行业发展规划及配套措施

4.1.2 广东省服装行业在行业中的地位变化

4.1.3 广东省服装行业经济运行状况分析

4.2 浙江省服装行业发展分析

4.2.1 浙江省服装行业发展规划及配套措施

4.2.2 浙江省服装行业在行业中的地位变化

4.2.3 浙江省服装行业经济运行状况分析

4.3 江苏省服装行业发展分析

4.3.1 江苏省服装行业发展规划及配套措施

4.3.2 江苏省服装行业在行业中的地位变化

4.3.3 江苏省服装行业经济运行状况分析

4.4 福建省服装行业发展分析

4.4.1 福建省服装行业发展规划及配套措施

4.4.2 福建省服装行业在行业中的地位变化

4.4.3 福建省服装行业经济运行状况分析

4.5 山东省服装行业发展分析

4.5.1 山东省服装行业发展规划及配套措施

4.5.2 山东省服装行业在行业中的地位变化

4.5.3 山东省服装行业经济运行状况分析

第五章 中国服装行业市场竞争分析

5.1 国内服装行业竞争格局分析

5.1.1 不同性质企业间的竞争格局

5.1.2 不同区域间的竞争格局分析

5.2 外资服装品牌在中国的扩张分析

5.2.1 国际服装品牌竞争力状况

5.2.2 外资品牌在中国的布局分析

5.2.3 外资品牌的扩张风险分析

5.3 服装行业竞争结构分析

5.3.1 现有企业间的竞争分析

(1) 同业竞争者的竞争强度

(2) 同业竞争者的竞争层次

5.3.2 行业潜在进入威胁分析

5.3.3 供应商议价能力分析

5.3.4 下游客户议价能力

5.3.5 服装行业竞争环境小结

第六章 中国服装行业并购整合分析

6.1 服装行业并购整合阶段

6.2 服装行业并购整合情况

6.2.1 2019-2023年行业并购总体情况

6.2.2 海内外并购情况

(1) 国内并购

(2) 海外并购

(3)外资并购

6.3 服装行业并购整合动因分析

6.3.1 实现多品牌战略

6.3.2 通往高端化、国际化

6.3.3 巩固、提升市场地位

6.3.4 借壳上市

6.4 服装行业并购整合特征分析

6.4.1 资本助力

6.4.2 并购方式多样化

6.4.3 跨国并购增多

第七章 中国服装行业国际贸易市场分析

7.1 服装行业国际贸易政策环境分析

7.1.1 中国纺织品进出口关税调整情况

(1)出口退税调整政策

(2)进口关税调整政策

7.1.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析

(1)美国纺织品贸易壁垒分析

(2)中美纺织品贸易摩擦情况

(3)主要国家对华纺织品贸易政策动向

7.1.3 国际服装行业贸易政策趋势展望

7.2 中国服装行业出口形势分析

7.2.1 服装进出口总体情况

7.2.2 主要出口目的国分析

7.2.3 主要出口产品分析

7.3 中国纺织服装行业海外营销策略分析

7.3.1 纺织服装企业海外市场营销策略分析

7.3.2 海外市场营销案例分析——波司登集团

第八章 中国服装行业主要产品市场分析

8.1 按消费人群划分的细分产品市场分析

8.1.1 中国男装市场发展分析

(1)男装行业市场增速

(2)男装行业生命周期

(3)男装行业利润水平

(4)男装行业存货水平

(5)男装市场竞争相对缓和

(6)男装市场渠道结构

(7)男装市场规模预测

8.1.2 中国女装市场发展分析

(1)女装行业市场规模

(2)女装行业生命周期

(3)女装行业利润水平

(4)女装行业存货水平

(5)女装市场竞争格局

(6)女装市场渠道结构

8.1.3 中国童装市场发展分析

(1)童装行业市场规模

(2)童装行业生命周期

(3)童装行业利润水平

(4)童装市场竞争格局

(5)童装市场渠道结构

8.2 按穿着场合划分的细分产品市场分析

8.2.1 中国休闲服市场分析

(1)休闲服行业市场规模

(2)休闲服行业生命周期

(3)休闲服行业利润水平

(4)休闲服行业存货水平

(5)休闲服市场竞争格局

(6)休闲服市场渠道结构

8.2.2 中国运动服市场分析

(1)运动服行业市场规模

(2)运动服行业生命周期

(3)运动服行业利润水平

(4)运动服行业存货水平

(5)运动服市场竞争分析

(6)运动服市场渠道结构

8.3 中国内衣及其细分产品市场分析

8.3.1 中国内衣市场分析

(1)内衣行业市场规模

(2)内衣行业生命周期

(3)内衣行业利润水平

(4)内衣行业存货水平

(5)内衣市场竞争格局

(6)内衣市场渠道结构

8.3.2 中国文胸市场分析

(1)文胸市场规模与容量

(2)文胸市场竞争格局

(3)文胸市场消费特点

(4)文胸市场营销策略

8.3.3 中国内裤市场分析

(1)内裤市场规模与容量

(2)内裤市场竞争格局

(3)内裤市场消费特点

(4)内裤市场营销策略

8.3.4 中国保暖内衣市场分析

(1)保暖内衣市场发展阶段

(2)保暖内衣市场竞争格局

(3)保暖内衣市场消费特点

(4)保暖内衣市场营销策略

8.3.5 中国塑身内衣市场分析

(1)塑身内衣市场规模与容量

(2)塑身内衣市场竞争格局

(3)塑身内衣市场消费特点

(4)塑身内衣市场营销策略

8.3.6 中国家居服市场分析

(1)家居服市场规模与容量

(2)家居服市场竞争格局

(3)家居服市场消费特点

(4)家居服市场营销策略

第九章 中国服装行业发展趋势与前景预测

9.1 服装行业竞争趋势前瞻

9.1.1 市场细化，竞争加剧

9.1.2 竞争日趋国际化

9.1.3 竞争手段多样化

9.1.4 转战二三线城市

9.1.5 电商竞争更加激烈

9.1.6 建立快速反应的运营体系是新趋势

9.2 服装行业并购整合趋势前瞻

9.2.1 并购规模：并购将继续保持活跃状态

9.2.2 并购主体：品牌服装将成为行业并购的主体

9.2.3 并购方式：继续上演大鱼吃小鱼

9.3 主要产品市场发展趋势与前景预测

9.3.1 男装市场发展趋势前瞻

9.3.2 女装市场发展趋势前瞻

9.3.3 童装市场发展趋势与前景

9.3.4 休闲服市场发展趋势与前景

9.3.5 运动服市场发展趋势与前景

9.3.6 内衣市场发展趋势与前景

9.3.7 其他服装产品发展趋势

第十章 典型服装企业商业模式案例分析

10.1 传统模式下企业面临的问题分析

10.1.1 库存积压的不利影响

10.1.2 对外贸易份额下滑

10.1.3 企业经营同质化

10.1.4 消费者需求变化

10.2 中国服装行业SPA模式分析

10.2.1 服装业SPA模式发展

(1)国外SPA模式的发展

(2)国内SPA模式的发展

10.2.2 SPA模式的运作特点

(1)SPA模式特征

(2)SPA四大模块

(3)SPA模式结构

(4)SPA基本思路

10.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析

(1)公司商业模式简图

(2)公司产品目标客户

(3)公司产品特色分析

(4)公司价值配置分析

(5)公司SPA模式经营效果

10.2.4 SPA模式案例二：H&M商业模式分析

(1)公司经营特色分析

(2)公司产品系列分析

(3)公司价值配置分析

(4)公司SPA模式经营效果

10.2.5 SPA商业模式小结

- (1)SPA模式的价值主张
- (2)SPA模式的盈利来源
- (3)SPA模式成功核心因素
- (4)SPA模式的运作策略

10.3 中国服装行业虚拟经营模式分析

10.3.1 虚拟经营实质与特征

10.3.2 服装行业虚拟经营必要性

10.3.3 案例一：耐克虚拟经营模式分析

- (1)公司模式转型历程
- (2)公司产品市场定位
- (3)公司虚拟经营方式
- (4)公司关键资源能力
- (5)公司虚拟经营效果

10.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析

- (1)公司发展简介分析
- (2)公司产品定位分析
- (3)公司业务系统分析
- (4)公司虚拟经营方式
- (5)公司关键资源能力
- (6)公司虚拟经营效果

10.3.5 虚拟经营模式小结

- (1)虚拟经营的价值主张
- (2)虚拟经营的盈利来源

(3)虚拟经营成功核心因素

10.3.6 实施虚拟经营的策略建议

(1)虚拟经营的战略安排

(2)虚拟经营的实施路径

(3)虚拟经营供应商开发

(4)虚拟经营的管理创新

(5)虚拟经营风险及控制

10.4 服装行业价值链延展模式分析

10.4.1 价值链延展模式特征

10.4.2 案例：雅戈尔全产业链模式分析

(1)公司背景介绍

(2)公司商业模式分析

(3)全产业链模式布局战略

(4)全产业链模式资源支撑

(5)全产业链模式经营成果

(6)全产业链模式的新挑战

10.4.3 价值链延展模式小结

(1)价值链延展模式的价值主张

(2)价值连延展模式的盈利来源

10.4.4 价值链延展模式运作策略

(1)价值链延展基本条件

(2)价值链延展实现路径

(3)价值链延展策略选择

10.5 服装行业电子商务模式分析

10.5.1 中国服装电子商务发展历程

10.5.2 案例一：“凡客”模式分析

(1)公司发展历程简介

(2)公司目标市场与定位

(3)公司业务系统分析

(4)公司商业模式运作

(5)公司商业模式启发

10.5.3 案例二：“七匹狼”模式分析

(1)公司发展历程简介

(2)公司目标市场与定位

(3)公司电子商务实现步骤

(4)公司经营业绩分析

10.5.4 服装B2C模式运作策略与建议

(1)服装B2C的优势与挑战

(2)服装B2C的运营关键要素

(3)传统品牌企业进入电商策略

图表目录

图表：服装产品的分类

图表：中国企业的市场主体分类

图表：中国不同所有制性质企业的划分

图表：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表：2019-2023年中国国内生产总值增长情况(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年我国城镇居民人均可支配收入及增长情况(单位：元，%)

图表：2019-2023年我国城乡居民衣着消费支出占比情况(单位：%)

图表：服装行业发展环境影响分析

图表：2019-2023年我国服装面料各细分行业主要经济指标(单位：家，万元)

图表：2019-2023年中国服装面料制造行业企业比重(分子行业)(单位：%)

图表：2019-2023年中国服装面料子行业资产比重情况(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年中国服装面料制造子行业销售收入比重情况(单位：%)

图表：2019-2023年中国服装面料制造行业子行业利润比重(单位：%)

图表：2019-2023年我国坯布产量及同比增速(单位：亿米，%)

图表：2019-2023年我国坯布主产区坯布产量比重情况(单位：%)

图表：2019-2023年我国棉布产量及其增长情况(单位：亿米，%)

图表：2019-2023年我国棉布销量及其增长情况(单位：亿米，%)

图表：2019-2023年我国棉布主产区棉布产量比重情况(单位：%)

图表：2019-2023年中国苧麻布产量及同比增长情况(单位：万米，%)

图表：2019-2023年江西、湖北、湖南和重庆四省市苧麻布比重(单位：万米，%)

图表：2019-2023年中国亚麻布产量及同比增长情况(单位：亿米，%)

图表：2019-2023年中国亚麻布产量地区分布情况(单位：%)

图表：近年我国黄麻布出口金额与单价情况(单位：万美元，美元/米)

图表：2019-2023年我国蚕丝及交织机织物产量及同比增速(单位：万米，%)

图表：2019-2023年我国蚕丝及交织机织物分地区产量比重情况(单位：%)

图表：2019-2023年我国化学纤维布产量(单位：亿米)

图表：2019-2023年全国化学纤维布产销率变化趋势图(单位：%)

图表：2019-2023年我国化学纤维布产量地区分布情况(单位：%)

图表：2019-2023年全球十佳著名服装企业经营状况

图表：到2019-2023年全球十大服装企业排名

图表：全球各地服装市场特点

图表：2019-2023-2030年全球服装市场需求规模(万亿美元)

图表：2019-2023年美国纺织服装进口国别分布(单位：百万美元，%)

图表：2006年来美国主要服装类进口区域构成(%)

图表：日本主要服装类进口区域构成(%)

图表：世界十大高级衬衫品牌发展情况

图表：世界十大高级衬衫品牌价格情况

图表：2019-2023年全球衬衫行业市场容量情况分析(单位：亿人，%，万亿美元)

图表：Savile Row世界顶级西装十大名店

图表：世界顶级西装按出品方式竞争结构

图表：Savile Row世界顶级西装十大名店西装价格详情

图表：2019-2023年全球西服市场容量情况分析(单位：亿人，%，万亿美元)

图表：世界十大高级衬衫品牌价格情况

图表：2019-2023年全球T恤行业市场容量情况分析(单位：亿人，%，万亿美元)

图表：近年来牛仔裤在各地的销售情况(单位：十亿美元)

图表：2024-2029年全球范围内牛仔裤市场容量情况及预测(单位：十亿美元)

图表：2019-2023年我国服装行业销售额及同比增速(单位：亿元，%)

图表：我国服装行业的生命周期阶段

图表：我国服装行业发展的主要特点

图表：2019-2023年服装行业经营效益分析(单位：家，人，万元，%)

图表：2019-2023年中国服装行业盈利能力分析(单位：%)

图表：2019-2023年中国服装行业运营能力分析(单位：次)

图表：2019-2023年中国服装行业偿债能力分析(单位：%，倍)

图表：2019-2023年中国服装行业发展能力分析(单位：%)

图表：2019-2023年服装行业规模以上企业数量情况(单位：家，%)

图表：2019-2023年服装行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年我国服装产量变化情况(单位：亿件，%)

图表：2019-2023年服装行业销售收入及增长率变化趋势图(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年全国服装行业产销率变化趋势图(单位：%)

图表：2019-2023年广东省服装行业地位变化分析(单位：%)

图表：2019-2023年广东省服装行业经济运行状况分析表(单位：%，倍，次)

图表：2019-2023年浙江省服装行业地位变化分析(单位：%)

图表：2019-2023年浙江省服装行业经济运行状况分析(单位：%，倍，次)

图表：2019-2023年江苏省服装行业地位变化分析(单位：%)

图表：2019-2023年江苏省服装行业经济运行状况分析(单位：%，倍，次)

图表：“十四五”规划期间福建省纺织工业发展目标(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年福建省服装行业地位变化分析(单位：%)

图表：2019-2023年福建省服装行业经济运行状况分析(单位：%，倍，次)

图表：2019-2023年山东省服装行业地位变化分析(单位：%)

图表：2019-2023年山东省服装行业经济运行状况分析(单位：%，倍，次)

图表：2019-2023年中国服装行业不同性质企业竞争格局(按销售收入)(单位：%)

图表：2019-2023年中国服装行业不同区域竞争格局(按销售收入)

图表：国际服装知名品牌

图表：国际女装知名品牌

图表：国际男装知名品牌

图表：至2019-2023年底国际快时尚品牌中国市场拓展情况(单位：家)

图表：2019-2023年国际快时尚品牌中国城市布局情况(单位：个，家，%)

图表：服装行业同业竞争者的竞争强度分析

图表：服装行业竞争层次分析

图表：服装行业进入壁垒分析

图表：服装行业吸引力分析

图表：服装上游客户议价能力分析

图表：服装下游客户议价能力分析

图表：服装行业五力竞争结构

图表：2019-2023年国内服装板块部分并购事项汇总

图表：纺织、服装出口退税率调整情况(单位：%)

图表：2019-2023年我国麻类产品暂定税率调整(单位：%)

图表：2019-2023年中国服装行业进出口情况(单位：亿美元，%)

图表：2019-2023年中国服装行业主要出口产品结构表(单位：万件，万条，万美元)

图表：2019-2023年中国服装行业主要出口产品结构(单位：%)

图表：2019-2023年中国主要服装产品出口价格情况表(单位：美元/件，美元/条)

图表：服装出口企业海外市场营销策略

图表：波司登集团海外市场经营策略分析

图表：2019-2023年我国男装市场收入增速(单位：%)

图表：我国男装行业的生命周期阶段

图表：2019-2023年我国高端男装零售额及预测(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年我国男装主要品牌毛利率水平(单位：%)

图表：2019-2023年我国男装去库存进程(单位：%)

图表：2019-2023年第三季度我国男装主要品牌存货余额(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国男装主要品牌销售额及市场占有率(单位：亿元，%)

图表：国内男装行业竞争相对缓和

图表：国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比

图表：截至2019-2023年我国主要男装品牌最新门店数量(单位：家，%)

图表：2019-2023年我国主要男装品牌销售门店数量及直营店数分布(单位：家)

图表：2024-2029年我国男装市场规模(单位：%)

图表：2019-2023年我国女装市场规模(单位：亿元)

图表：2024-2029年我国女装市场规模预测(单位：亿元)

图表：我国女装行业生命周期阶段

图表：我国女装品牌的发展历程

图表：我国领先高端女装品牌创立时间

图表：我国高端女装行业发展特点

图表：2019-2023年我国女装市场毛利率增长情况(单位：%)

图表：2019-2023年我国高端女装市场毛利率增长情况(单位：%)

图表：2017H1我国主要女装品牌的利润水平(单位：%)

图表：2019-2023年我国主要女装品牌的存货周转率(单位：次)

图表：2019-2023年我国女装主要品牌存货余额(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国高档女装市场品牌集中度(单位：%)

图表：我国女装主要竞争品牌情况

图表：我国主要女装品牌的渠道模式

图表：2019-2023年朗姿股份门店数量(单位：个)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170713/87580.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)