

中国服装行业销售状况分析及投资商机研究报告2023-2029年

产品名称	中国服装行业销售状况分析及投资商机研究报告 2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国服装行业销售状况分析及投资商机研究报告2023-2029年

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

第1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2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3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4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5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6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 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7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8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9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10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) 价值链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

(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

(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1：服装产品的分类

图表2：中国企业的市场主体分类

图表3：中国不同所有制性质企业的划分

图表4：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表5：2018-2023年中国国内生产总值增长情况（单位：亿元，%）

图表6：2018-2023年我国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）

图表7：2018-2023年我国城乡居民衣着消费支出占比情况（单位：%）

图表8：服装行业发展环境影响分析

图表9：2023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10：2023年中国服装面料制造行业企业比重（分子行业）（单位：%）

图表11：2023年中国服装面料子行业资产比重情况（单位：亿元，%）

图表12：2023年中国服装面料制造子行业销售收入比重情况（单位：%）

图表13：2023年中国服装面料制造行业子行业利润比重（单位：%）

图表14：2018-2023年我国坯布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表15：2023年我国坯布主产区坯布产量比重情况（单位：%）

图表16：2018-2023年我国棉布产量及其增长情况（单位：亿米，%）

图表17：2018-2023年我国棉布销量及其增长情况（单位：亿米，%）

图表18：2023年我国棉布主产区棉布产量比重情况（单位：%）

图表19：2018-2023年中国苧麻布产量及同比增长情况（单位：万米，%）

图表20：2023年江西、湖北、湖南和重庆四省市苧麻布比重（单位：万米，%）

图表21：2018-2023年中国亚麻布产量及同比增长情况（单位：亿米，%）

图表22：2023年中国亚麻布产量地区分布情况（单位：%）

图表23：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24：2018-2023年我国蚕丝及交织机织物产量及同比增速（单位：万米，%）

图表25：2023年我国蚕丝及交织机织物分地区产量比重情况（单位：%）

图表26：2018-2023年我国化学纤维布产量（单位：亿米）

图表27：2018-2023年全国化学纤维布产销率变化趋势图（单位：%）

图表28：2023年我国化学纤维布产量地区分布情况（单位：%）

图表29：2023年全球服装企业经营状况

图表30：截止到2018年全球服装企业排名

图表31：全球各地服装市场特点

图表32：2023-2029年全球服装市场需求规模（万亿美元）

图表33：2023年美国纺织服装进口国别分布（单位：百万美元，%）

图表34：2023年来美国主要服装类进口区域构成（%）

图表35：日本主要服装类进口区域构成（%）

图表36：世界衬衫品牌发展情况

图表37：世界衬衫品牌价格情况

图表38：2023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39：Savile Row世界西装名店

图表40：世界西装按出品方式竞争结构

图表41：Savile Row世界西装名店西装价格详情

图表42：2023年全球西服市场容量情况分析（单位：亿人，%，万亿美元）

图表43：世界衬衫品牌价格情况

图表44：2023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45：近年来牛仔裤在各地区的销售情况（单位：十亿美元）

图表46：2023-2029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47：2018-2023年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表48：我国服装行业生命周期阶段

图表49：我国服装行业发展的主要特点

图表50：2018-2023年服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表51：2018-2023年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）

图表52：2018-2023年中国服装行业运营能力分析（单位：次）

图表53：2018-2023年中国服装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表54：2018-2023年中国服装行业发展能力分析（单位：%）

图表55：2018-2023年服装行业规模以上企业数量情况（单位：家，%）

图表56：2018-2023年服装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表57：2018-2023年我国服装产量变化情况（单位：亿件，%）

图表58：2018-2023年服装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表59：2018-2023年全国服装行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表60：2018-2023年广东省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表61：2018-2023年广东省服装行业经济运行状况分析表（单位：%、倍、次）

图表62：2018-2023年浙江省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表63：2018-2023年浙江省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）

图表64：2018-2023年江苏省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表65：2018-2023年江苏省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）

图表66：“十四五”规划期间福建省纺织工业发展目标（单位：亿元、%）

图表67：2018-2023年福建省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表68：2018-2023年福建省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）

图表69：2018-2023年山东省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表70：2018-2023年山东省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）

图表71：2018-2023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72：2023年中国服装行业不同区域竞争格局（按销售收入）

图表73：国际服装品牌

图表74：国际女装品牌

图表75：国际男装品牌

图表76：截至2018年国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）

图表77：2023年国际快时尚品牌中国城市布局情况（单位：个、家、%）

图表78：服装行业同业竞争者的竞争强度分析

图表79：服装行业竞争层次分析

图表80：服装行业进入壁垒分析

图表81：服装行业吸引力分析

图表82：服装上游客户议价能力分析

图表83：服装下游客户议价能力分析

图表84：服装行业五力竞争结构

图表85：2018-2023年国内服装板块部分并购事项汇总

图表86：2018-2023年纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表87：2023年我国麻类产品暂定税率调整（单位：%）

图表88：2018-2023年中国服装行业进出口情况（单位：亿美元，%）

图表89：2018-2023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90：2023年中国服装行业主要出口产品结构（单位：%）

图表91：2018-2023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92：服装出口企业海外市场营销策略

图表93：波司登集团海外市场经营策略分析

图表94：2018-2023年我国男装市场收入增速（单位：%）

图表95：我国男装行业的生命周期阶段

图表96：2018-2023年我国高端男装零售额及预测（单位：亿元，%）

图表97：2018-2023年我国男装主要品牌毛利率水平（单位：%）

图表98：2018-2023年我国男装去库存进程（单位：%）

图表99：2023年第三季度我国男装主要品牌存货余额（单位：亿元）

图表100：2023年我国男装主要品牌销售额及市场占有率（单位：亿元，%）

图表101：国内男装行业竞争相对缓和

图表102：国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比

图表103：截至2018年我国主要男装品牌新门店数量（单位：家，%）

图表104：2023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105：2023-2029年我国男装市场规模（单位：%）

图表106：2018-2023年我国女装市场规模（单位：亿元）

图表107：2023-2029年我国女装市场规模预测（单位：亿元）

图表108：我国女装行业的生命周期阶段

图表109：我国女装品牌的发展历程

图表110：我国高端女装品牌创立时间

图表111：我国高端女装行业发展特点

图表112：2018-2023年我国女装市场毛利率增长情况（单位：%）

图表113：2018-2023年我国高端女装市场毛利率增长情况（单位：%）

图表114：2018H1我国主要女装品牌的利润水平（单位：%）

图表115：2018-2023年我国主要女装品牌的存货周转率（单位：次）

图表116：2018-2023年我国女装主要品牌存货余额（单位：亿元）

图表117：2018-2023年我国女装市场品牌集中度（单位：%）

图表118：我国女装主要竞争品牌情况

图表119：我国主要女装品牌的渠道模式

图表120：2018-2023年朗姿股份门店数量（单位：个）