

2022年OEM和ODM服装市场研究报告 - 涵盖类型、应用、地区、及企业分析

产品名称	2022年OEM和ODM服装市场研究报告 - 涵盖类型、应用、地区、及企业分析
公司名称	湖南贝哲斯信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	开福区新河街道晴岚路68号北辰凤凰天阶苑B1E1区N单元10楼10033号
联系电话	18163706525 19918827775

产品详情

2022年全球OEM和ODM服装市场规模达 亿元（人民币），报告预测到2028年全球OEM和ODM服装市场规模将达 亿元，预测期间年均复合增长率约为 %。

报告中所列出的主要企业有Luen Thai, Esquel, Shenzhou, TAL Apparel, Crystal International Group, Win Hanverky Group, YGM, Sharmoon, TRANDS。报告包含企业的发展概况、产品结构和主营业务等介绍，并对其竞争优势和发展战略进行分析。根据贝哲斯咨询统计，2022年全球前三企业合计份额（CR3）大约为 %。

报告中将OEM和ODM服装行业按种类及应用领域进行细分分析：主要细分种类市场细分为贴牌生产，原设计制造商，其中市场在2022年占*大市场份额 %，市场规模达 亿元。OEM和ODM服装下游应用领域分别有童装, 男士服装, 女性着装，领域过去几年内对OEM和ODM服装需求量*高，2022年所占市场份额为 %，预计到2028年，的市场规模将达到 亿元，约占 %应用市场份额。

地区方面，报告中重点分析了全球主要地区（北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲）和主要国家的OEM和ODM服装市场规模及份额。2022年地区占据 %的市场份额，并预计在预测期内将以 %CAGR的增幅持续**。2022年中国OEM和ODM服装市场容量达 亿元人民币，约占全球OEM和ODM服装市场总份额的 %。未来几年，亚太地区市场增速可观，除中国外，日本、韩国、印度和东南亚地区也将扮演重要角色。

贝哲斯咨询发布的2023年OEM和ODM服装市场研究报告对全球与中国OEM和ODM服装市场进行了全面评估。报告涵盖了全球及中国OEM和ODM服装市场趋势、市场规模及增长率、国内外市场态势、业内龙头企业*新进展及市场排名等全面市场相关信息。此外，该报告按产品类型、应用

、地理层面细分，对关键细分市场发展趋势、驱动因素、及制约因素进行了全面分析。报告涵盖的历史数据为2017至2022年，预测数据为2023至2028年。

OEM 和 ODM 服装市场主要企业包括：

Luen Thai

Esquel

Shenzhou

TAL Apparel

Crystal International Group

Win Hanverky Group

YGM

Sharmoon

TRANDS

OEM 和 ODM 服装类别划分：

贴牌生产

原设计制造商

OEM 和 ODM 服装应用领域划分：

童装

男士服装

女性着装

报告出版商: 湖南贝哲斯信息咨询有限公司

该报告以大量数据为支撑，以丰富的图表清晰地呈现OEM 和 ODM 服装行业主要企业基本信息、生产基地、销售区域、全球与中国市场企业排名及市场份额，还包括各企业产品规格、参数、特点、销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率等有效信息，为业内公司、新进入企业开拓市场助力。

以地区来看，OEM 和 ODM 服装市场研究报告以全球和中国为研究地区，对全球和中国地区OEM 和 ODM 服装产量、消费、进出口、主要类型市场、*终用户、市场发展优劣势、整体规模及市场份额等方

面进行重点分析，以提供可依据的参考。报告将全球细分为：北美（美国、加拿大、墨西哥），欧洲（德国、英国、法国、意大利、北欧、西班牙、比利时、波兰、俄罗斯、土耳其），亚太（中国、日本、澳大利亚和新西兰、印度、东盟、韩国），拉丁美洲，中东和非洲（海湾合作委员会国家、巴西、尼日利亚、南非、阿根廷），对各地区OEM和ODM服装主要类型及终端应用市场进行细分分析，同时也研究了各地区主要国家OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率。

OEM和ODM服装市场分析报告各章节内容如下：

第一章：OEM和ODM

服装行业简介、市场规模和增长率（按主要类型、应用、地区划分）、全球与中国OEM和ODM服装市场发展趋势；

第二章：OEM和ODM服装市场动态、竞争格局、PEST、供应链分析；

第三章：全球与中国OEM和ODM

服装主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额、TOP3企业SWOT分析；

第四章：2017-2028年全球与中国OEM和ODM

服装主要类型分析（发展趋势、销售量、销售额、市场份额及价格走势）；

第五章：2017-2028年全球与中国OEM和ODM

服装*终用户分析（下游客户端、市场销量、值及市场份额）；

第六章：2017-2022年全球主要地区（中国、北美、欧洲、亚太、拉美、中东及非洲市场）OEM和ODM服装产量、进口、销量、出口分析；

第七至第十章：分别对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲地区OEM和ODM服装主要类型、应用格局、主要国家市场销量与增长率分析；

第十一章：列举了全球与中国OEM和ODM

服装主要生厂商，涵盖企业基本信息、产品规格特点、及2017-2022年OEM和ODM服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率分析；

第十二章：OEM和ODM服装行业前景与风险。

目录

第一章 行业概述及全球与中国市场发展现状

1.1 OEM和ODM服装行业简介

1.1.1 OEM和ODM服装行业界定及分类

1.1.2 OEM和ODM服装行业特征

1.1.3 全球与中国市场OEM和ODM服装销售量及增长率（2017年-2028年）

1.1.4 全球与中国市场OEM和ODM服装产值及增长率（2017年-2028年）

1.2 全球OEM 和 ODM 服装主要类型市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.2.1 贴牌生产

1.2.2 原设计制造商

1.3 全球OEM 和 ODM 服装主要终端应用领域市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.3.1 童装

1.3.2 男士服装

1.3.3 女性着装

1.4 按地区划分的细分市场

1.4.1 2017年-2028年北美OEM 和 ODM 服装消费市场规模和增长率

1.4.2 2017年-2028年欧洲OEM 和 ODM 服装消费市场规模和增长率

1.4.3 2017年-2028年亚太地区OEM 和 ODM 服装消费市场规模和增长率

1.4.4 2017年-2028年拉丁美洲，中东和非洲OEM 和 ODM 服装消费市场规模和增长率

1.5 全球OEM 和 ODM 服装销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及预测（2017年-2028年）

1.5.1 全球OEM 和 ODM 服装销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及发展趋势（2017年-2028年）

1.6 中国OEM 和 ODM 服装销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

1.6.1 中国OEM 和 ODM 服装销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

第二章 全球OEM 和 ODM 服装市场趋势和竞争格局

2.1 市场趋势和动态

2.1.1 市场挑战与约束

2.1.2 市场机会与潜力

2.1.3 全球企业并购信息

2.2 竞争格局分析

2.2.1 产业集中度分析

2.2.2 OEM 和 ODM 服装行业波特五力模型分析

2.2.3 OEM 和 ODM 服装行业PEST分析

2.3 OEM 和 ODM 服装行业供应链分析

2.3.1 主要原料及供应情况

2.3.2 OEM 和 ODM 服装行业下游情况分析

2.3.3 上下游行业对OEM 和 ODM 服装行业的影响

第三章 全球与中国主要厂商OEM 和 ODM 服装销售量、销售额及竞争分析

3.1 全球与中国OEM 和 ODM 服装市场主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额

3.1.1 全球与中国OEM 和 ODM 服装市场主要厂商2021和2022年销售量列表

3.1.2 全球与中国OEM 和 ODM 服装市场主要厂商2021和2022年销售额列表

3.1.3 全球与中国OEM 和 ODM 服装市场主要厂商2021和2022年市场份额

3.2 OEM 和 ODM 服装全球与中国TOP3企业SWOT分析

第四章 全球与中国OEM 和 ODM 服装主要类型销售量、销售额、市场份额及价格（2017年-2028年）

4.1 主要类型产品发展趋势

4.2 全球市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售量、销售额、市场份额及价格

4.2.1 全球市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.2.2 全球市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.2.3 全球市场OEM 和 ODM 服装主要类型价格走势（2017年-2028年）

4.3 中国市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售量、销售额及市场份额

4.3.1 中国市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.3.2 中国市场OEM 和 ODM 服装主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.3.3 中国市场OEM 和 ODM 服装主要类型价格走势（2017年-2028年）

第五章 全球与中国OEM 和 ODM 服装主要终端应用领域市场细分

5.1 终端应用领域的下游客户端分析

5.2 全球OEM 和 ODM 服装市场主要终端应用领域销售量、值及市场份额

5.2.1 全球市场OEM 和 ODM 服装主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.2.2 全球OEM 和 ODM 服装市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

5.3 中国市场主要终端应用领域OEM 和 ODM 服装销售量、值及市场份额

5.3.1 中国OEM 和 ODM 服装市场主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.3.2 中国OEM 和 ODM 服装市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

第六章 全球主要地区OEM 和 ODM 服装产量，进口，销量和出口分析（2017-2022年）

6.1 中国OEM 和 ODM 服装市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.2 北美OEM 和 ODM 服装市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.3 欧洲OEM 和 ODM 服装市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.4 亚太OEM 和 ODM 服装市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.5 拉美，中东，非洲OEM 和 ODM 服装市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

第七章 北美OEM 和 ODM 服装市场分析

7.1 北美OEM 和 ODM 服装主要类型市场分析（2017年-2028年）

7.2 北美OEM 和 ODM 服装主要终端应用领域格局分析（2017年-2028年）

7.3 北美主要国家OEM 和 ODM 服装市场分析和预测（2017年-2028年）

7.3.1 美国OEM 和 ODM 服装市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

7.3.2 加拿大OEM 和 ODM 服装市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

7.3.3 墨西哥OEM 和 ODM 服装市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

第八章 欧洲OEM 和 ODM 服装市场分析

8.1 欧洲OEM 和 ODM 服装主要类型市场分析（2017年-2028年）

8.2 欧洲OEM 和 ODM 服装主要终端应用领域格局分析(2017年-2028年)

8.3 欧洲主要国家OEM 和 ODM 服装市场分析(2017年-2028年)

8.3.1 德国OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.2 英国OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.3 法国OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.4 意大利OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.5 北欧OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.6 西班牙OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.7 比利时OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.8 波兰OEM 和 ODM 服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.9 俄罗斯OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.10 土耳其OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

第九章 亚太OEM和ODM服装市场分析

9.1 亚太OEM和ODM服装主要类型市场分析(2017年-2028年)

9.2 亚太OEM和ODM服装主要终端应用领域格局分析(2017年-2028年)

9.3 亚太主要国家OEM和ODM服装市场分析(2017年-2028年)

9.3.1 中国OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

9.3.2 日本OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

9.3.3 澳大利亚和新西兰OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

9.3.4 印度OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

9.3.5 东盟OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

9.3.6 韩国OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

第十章 拉丁美洲，中东和非洲OEM和ODM服装市场分析

10.1 拉丁美洲，中东和非洲OEM和ODM服装主要类型市场分析(2017年-2028年)

10.2 拉丁美洲，中东和非洲OEM和ODM服装主要终端应用领域格局分析(2017年-2028年)

10.3 拉丁美洲，中东和非洲主要国家OEM和ODM服装市场分析(2017年-2028年)

10.3.1 海湾合作委员会国家OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

10.3.2 巴西OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

10.3.3 尼日利亚OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

10.3.4 南非OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

10.3.5 阿根廷OEM和ODM服装市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

第十一章 全球与中国OEM和ODM服装主要生产商分析

11.1 Luen Thai

11.1.1 Luen Thai基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.1.2 Luen ThaiOEM和ODM服装产品规格、参数、特点

11.1.3 Luen ThaiOEM和ODM服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率(2017-2022年)

11.2 Esquel

11.2.1 Esquel基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.2.2 EsquelOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.2.3 EsquelOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.3 Shenzhou

11.3.1 Shenzhou基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.3.2 ShenzhouOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.3.3 ShenzhouOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.4 TAL Apparel

11.4.1 TAL Apparel基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.4.2 TAL ApparelOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.4.3 TAL ApparelOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.5 Crystal International Group

11.5.1 Crystal International Group基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.5.2 Crystal International GroupOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.5.3 Crystal International GroupOEM 和 ODM
服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.6 Win Hanverky Group

11.6.1 Win Hanverky Group基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.6.2 Win Hanverky GroupOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.6.3 Win Hanverky GroupOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.7 YGM

11.7.1 YGM基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.7.2 YGMOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.7.3 YGMOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.8 Sharmoon

11.8.1 Sharmoon基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.8.2 SharmoonOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.8.3 SharmoonOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.9 TRANDS

11.9.1 TRANDS基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.9.2 TRANDSOEM 和 ODM 服装产品规格、参数、特点

11.9.3 TRANDSOEM 和 ODM 服装销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

第十二章 OEM 和 ODM 服装行业投资前景与风险分析

12.1 OEM 和 ODM 服装行业投资前景分析

12.1.1 细分市场投资机会

12.1.2 区域市场投资机会

12.1.3 细分行业投资机会

12.2 OEM 和 ODM 服装行业投资风险分析

12.2.1 市场竞争风险

12.2.2 技术风险分析

12.2.3 政策影响和企业体制风险

该报告收集了全面的全球及中国OEM 和 ODM 服装市场数据和*新的技术变化情况，可简化企业战略规划并识别新的市场趋势。通过参考该报告可以获得**指导，以优化业务流程和制定重要战略，帮助行业所有者更好地在竞争激烈的市场中管理自身业务，发现潜在的威胁和机会以实现收益*大化。

湖南贝哲斯信息咨询有限公司是一家业内专业的现代化咨询公司，从事市场调研服务、商业报告、技术咨询等三大主要业务范畴。我们的宗旨是为合作伙伴源源不断地带来短期及长期的显著效益，通过强大的部委渠道支持、丰富的行业数据资源、创新的研究方法等，精益求精地完成每一次合作。贝哲斯已为上千家包括初创企业、机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司和各类公司在内的单位提供了专业的市场研究报告、咨询及竞争情报服务，项目获取好评同时，也建立了长期的合作伙伴关系。

报告编码：2116392