

# 中国服装行业发展趋势与前景预测报告2024-2030年

产品名称	中国服装行业发展趋势与前景预测报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

## 产品详情

### 1.1 服装行业定义及分类

#### 1.1.1 服装行业定义及分类 1.1.2 服装行业统计分类 1.2 服装行业发展环境分析

#### 1.2.1 政策环境分析 1.2.2 经济环境分析 1.2.3 社会环境分析 1.2.4 行业发展环境综合分析 1.3 服装面料市场分析

#### 1.3.1 服装面料主要产品构成 1.3.2 服装面料主要产品市场分析 2.1 全球服装业发展现状

#### 2.1.1 全球服装业发展概况 2.1.2 全球制造业劳动成本 2.1.3 全球服装区域格局 2.1.4 全球服装企业格局 2.2 全球服装市场需求分析

#### 2.2.1 全球服装总体需求特点 2.2.2 全球服装市场需求结构 2.2.3 全球服装行业发展前景 2.2.4 全球服装市场需求趋势 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 加拿大纺织服装市场分析 2.3.3 英国纺织服装市场分析 2.3.4 法国纺织服装市场分析 2.3.5 巴西纺织服装市场分析 2.3.6 日本纺织服装市场分析 2.4 全球服装业主要细分市场分析

#### 2.4.1 全球女装市场分析 2.4.2 全球男装市场分析 2.4.3 全球童装市场分析 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

快速时尚品牌陨落，可持续性时尚成为主流2.6.3 企业并购提速，全球性品牌数量上涨2.6.4

柔性供应链融入设计生产销售环节2.6.5 服装产业与其他热门产业融合趋势3.1

## 中国服装行业发展状况分析

### 3.1.1 中国服装行业发展历程3.1.2 中国服装行业发展主要特点3.2 中国服装行业发展现状

### 3.2.1 服装行业规模现状分析3.2.2 服装行业经营情况分析3.3 服装行业供需平衡分析

### 3.3.1 全国服装行业供给情况分析3.3.2 全国服装行业需求情况分析3.3.3

### 中国服装行业的产销率分析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4.1.4 广东省服装产业集群分布情况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4.2.4 浙江省服装产业集群分布情况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4.3.4 江苏省服装产业集群分布情况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4.4.4 福建省服装产业集群分布情况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4.5.4 山东省服装产业集群分布情况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6.1 服装行业并购整合情况

### 6.1.1 行业并购总体情况6.1.2 中国服装行业并购情况6.2 服装行业并购整合动因分析

### 6.2.1 实现多品牌战略6.2.2 通往高端化、国际化6.2.3 巩固、提升市场地位6.2.4 借壳上市6.3

## 服装行业并购整合特征分析

6.3.1 企业并购以股权收购为主  
6.3.2 战略并购为主，追求协同效应  
6.3.3 海外并购企业以资本雄厚的上市公司为主  
6.3.4 企业通过并购转型升级  
7.1 服装行业国际贸易政策环境分析

7.1.1 中国纺织服装行业对外贸易政策分析  
7.1.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析  
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 我国服装行业进出口总体情况  
7.2.2 服装进出口情况分析  
7.2.3 主要出口目的国分析  
7.2.4 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——森马服饰  
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  
8.1.2 中国女装市场发展分析  
8.1.3 中国童装市场发展分析  
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  
8.2.2 中国运动服市场分析  
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  
8.3.2 中国文胸市场分析  
8.3.3 中国内裤及背心市场分析  
8.3.4 中国保暖内衣市场分析  
8.3.5 中国塑身内衣市场分析  
8.3.6 中国家居服市场分析  
8.4 中国袜业市场分析

8.4.1 袜业市场规模  
8.4.2 我国袜业发展趋势  
8.4.3 袜业出口分析  
8.4.4 袜业市场竞争分析  
8.4.5 袜业市场营销渠道分析  
8.4.6 袜业市场消费者行为分析  
9.1 服装行业竞争趋势

## 9.2 服装行业并购整合趋势

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  
9.3.2 女装市场发展趋势  
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  
10.1 传统模式下企业面临的问题分析

## 10.2 中国服装行业SPA模式分析

10.2.1 服装业SPA模式发展  
10.2.2 SPA模式的运作特点  
10.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析  
10.2.4 SPA模式案例二：优衣库商业模式分析  
10.2.5 SPA商业模式小结  
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10.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析10.3.5  
虚拟经营模式小结10.3.6 实施虚拟经营的策略建议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10.4.3  
价值链延展模式小结10.4.4 价值链延展模式运作策略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10.5.3  
案例二：“七匹狼”模式分析10.5.4 服装B2C模式运作策略与建议

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

1.1.1 服装行业定义及分类

1.1.2 服装行业统计分类

1.2 服装行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

1.2.2 经济环境分析

1.2.3 社会环境分析

1.2.4 行业发展环境综合分析

1.3 服装面料市场分析

1.3.1 服装面料主要产品构成

1.3.2 服装面料主要产品市场分析

第2章 全球服装制造业发展分析2.1 全球服装业发展现状

2.1.1 全球服装业发展概况

2.1.2 全球制造业劳动成本

2.1.3 全球服装区域格局

2.1.4 全球服装企业格局

2.2 全球服装市场需求分析

2.2.1 全球服装总体需求特点

## 2.2.2 全球服装市场需求结构

## 2.2.3 全球服装行业发展前景

## 2.2.4 全球服装市场需求趋势

## 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 加拿大纺织服装市场分析

### 2.3.3 英国纺织服装市场分析

### 2.3.4 法国纺织服装市场分析

### 2.3.5 巴西纺织服装市场分析

### 2.3.6 日本纺织服装市场分析

## 2.4 全球服装业主要细分市场分析

### 2.4.1 全球女装市场分析

### 2.4.2 全球男装市场分析

### 2.4.3 全球童装市场分析

## 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 快速时尚品牌陨落，可持续性时尚成为主流

### 2.6.3 企业并购提速，全球性品牌数量上涨

2.6.4 柔性供应链融入设计生产销售环节

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 中国服装行业发展历程

3.1.2 中国服装行业发展主要特点

3.2 中国服装行业发展现状

3.2.1 服装行业规模现状分析

3.2.2 服装行业经营情况分析

3.3 服装行业供需平衡分析

3.3.1 全国服装行业供给情况分析

3.3.2 全国服装行业需求情况分析

3.3.3 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

4.1.4 广东省服装产业集群分布情况

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

4.2.4 浙江省服装产业集群分布情况

### 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

#### 4.3.4 江苏省服装产业集群分布情况

### 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

#### 4.4.4 福建省服装产业集群分布情况

### 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

#### 4.5.4 山东省服装产业集群分布情况

## 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

### 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 服装行业并购整合情况

### 6.1.1 行业并购总体情况

### 6.1.2 中国服装行业并购情况

## 6.2 服装行业并购整合动因分析

### 6.2.1 实现多品牌战略

### 6.2.2 通往高端化、国际化

### 6.2.3 巩固、提升市场地位

### 6.2.4 借壳上市

## 6.3 服装行业并购整合特征分析

### 6.3.1 企业并购以股权收购为主

### 6.3.2 战略并购为主，追求协同效应

### 6.3.3 海外并购企业以资本雄厚的上市公司为主

### 6.3.4 企业通过并购转型升级

## 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 中国纺织服装行业对外贸易政策分析

### 7.1.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析



### 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 我国服装行业进出口总体情况

### 7.2.2 服装进出口情况分析

### 7.2.3 主要出口目的国分析

### 7.2.4 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——森马服饰

## 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

### 8.1.2 中国女装市场发展分析

### 8.1.3 中国童装市场发展分析

## 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

### 8.2.2 中国运动服市场分析

## 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

### 8.3.2 中国文胸市场分析

### 8.3.3 中国内裤及背心市场分析

### 8.3.4 中国保暖内衣市场分析

### 8.3.5 中国塑身内衣市场分析

### 8.3.6 中国家居服市场分析

## 8.4 中国袜业市场分析

### 8.4.1 袜业市场规模

### 8.4.2 我国袜业发展趋势

### 8.4.3 袜业出口分析

### 8.4.4 袜业市场竞争分析

### 8.4.5 袜业市场营销渠道分析

### 8.4.6 袜业市场消费者行为分析

## 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

### 9.2 服装行业并购整合趋势

#### 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

#### 9.3.2 女装市场发展趋势

#### 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

## 10.2 中国服装行业SPA模式分析

### 10.2.1 服装业SPA模式发展

### 10.2.2 SPA模式的运作特点

### 10.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析

### 10.2.4 SPA模式案例二：优衣库商业模式分析

### 10.2.5 SPA商业模式小结

## 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

### 10.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析

### 10.3.5 虚拟经营模式小结

### 10.3.6 实施虚拟经营的策略建议

## 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

### 10.4.3 价值链延展模式小结

### 10.4.4 价值链延展模式运作策略

## 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

### 10.5.3 案例二：“七匹狼”模式分析

#### 10.5.4 服装B2C模式运作策略与建议