

2021年中国纺织品服装市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国纺织品服装市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/540136540136.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

纺织品指的是经过纺织的产物，如棉布，就是用棉作为原材料进行纺织得到的纺织品；纺织品服装指的是用纺织品制作的服装，如用棉布做的服装就是其中一类。

2015年-2019年我国纺织服装市场规模呈平稳缓慢增长态势。数据显示，2015年-2019年我国纺织品服装市场规模从1.71万亿元增长至2.19万亿元。

2015年-2019年我国纺织服装行业市场规模情况

资料来源：公开资料整理

一、优势分析 (1) 我国纺织品服装行业拥有充足、廉价的劳动力资源。根据国家统计局提供数据，国际服装业每小时工资水平报告：我国劳动力价格为每小时每人0.96美元，综合排名世界第四十八位，该水平相当于日本的1/37，美国的1/20，韩国的1/3，可见我国劳动力具有很强的竞争力。

(2) 虚拟经营已在服装企业盛行。虚拟经营是企业把一条价值链上的各个环节进行分割，企业集中资源于其中的高附加值环节，将其余的环节外包，企业通过各种方式将设计、生产、营销、财务等环节在企业内外进行整合弥补，从而构成一个完整的企业运作体系。

(3) 我国纺织品服装业国际竞争力居世界前列。竞争力系数是衡量一个产业国际竞争力的主要指标，是指某产业贸易顺差(逆差)占该产业进出口总额的比重。据海关资料统计，2019年我国纺织品服装进口金额为246.6亿美元，出口金额为2715.7亿美元，贸易顺差2469.1亿美元，竞争力系数为0.5，说明我国纺织服装业具有很强的竞争力。

2016年-2020年我国纺织品服装行业出口情况 资料来源：公开资料整理 二、劣势分析

(1) 知识产权保护滞后 我国纺织品服装行业普遍存在知识产权保护制度滞后、侵权行为打击度不足等问题。服装行业的加工制造门槛相对较低，且产品的款式、色彩等设计较为直观，行业内抄袭服装款式设计、盗用知名品牌的侵权行为仍普遍存在。

(2) 产品档次不高，对外依赖性较强 我国纺织品服装行业整体水平不高，主要表现在产品结构上，高附加值产品的比重小，自主品牌只占出口产品的10%，出口商品以中低档产品为主，严重地影响了企业的利润水平。

(3) 市场恶性竞争加剧

在经历全球经济危机后，国际知名品牌同时拓展我国市场，以出口为主的传统服装企业也开始逐步转向国内市场，使得行业竞争进一步加剧，产品促销打折、同质化竞争、渠道建设等行为增多。

三、机遇分析

在“十三五”期间，随着“中国制造2025”、“互联网+”的全面推进，信息技术推动纺织服装生产模式向柔性化、智能化和精细化转变。我国纺织服装电商行业正处于良好的市场大环境下，国家出台多项政策促进纺织服装电商的发展。如2016年9月工信部发布《纺织工业发展规划（2016-2020年）》提出推动互联网、大数据、云计算、物联网在纺织行业融合应

用，促进要素资源优化配置，推动制造模式和商业模式创新，形成纺织经济发展新动力，以适应消费升级为重点，鼓励纺织服装企业面向个性化、定制化消费需求，重构供需关系，创新商业模式。

我国纺织服装行业相关政策梳理

发布时间

政策名称

发布机构

主要内容

2016年5月

《中国服装制造2020推进计划》

中国服装协会

提出积极利用互联网平台，以消费者为中心，加快推进B2B、B2C、C2C、ABC、O2O等电子商务的创新与应用；鼓励发展大规模个性化定制和批量定制，促进由基于产品的传统制造模式向基于消费者个性需求的服务型制造模式转变。

2016年5月

《中国服装行业“十三五”发展纲要》

中国服装协会

提出大力发展跨境电商，充分发挥线上网络特点，搭建线上资源配置平台,实现资源配置线上运行。尝试建立全球服装业信息平台，推进全球服装业指数化工作，在新一轮国际竞争中形成中国服装业的信息领先优势。

2016年9月

《纺织工业发展规划（2016-2020年）》

工信部

推动互联网、大数据、云计算、物联网在纺织行业融合应用，促进要素资源优化配置，推动制造模式和商业模式创新，形成纺织经济发展新动力，以适应消费升级为重点，鼓励纺织服装企业面向个性化、定制化消费需求，重构供需关系，创新商业模式。资料来源：公开资料整理（wz）

四、威胁分析

（1）海外市场实施保护措施欧美国家通过一定的方式限制我国纺织品服装的进口。如欧洲委员会实施了一项只针对我国产品的新规则,包括设立过渡性的市场保护机制。根据我国人世协定书“特定产品过渡性保障机制”的规定,假如我国对其他世贸组织成员国出口的产品数量增加,并扰乱或将要扰乱市场,有关成员国国有权激活市场保护机制。

（2）服装出口附加值太低且面临新型贸易保护主义的挑战 在出口中,我国纺织品服装业一直以自己劳动力资源的优势为主,而科技含量高,利润高的纺织品服装较少。近些年来,又面临来自自由贸易区新型贸易保护主义挑战的严峻性。目前,欧盟自由贸易区内有52%是

内部贸易,北美自由贸易区内有38%是内部贸易。

《2021年中国纺织品服装市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据,市场热点,政策规划,竞争情报,市场前景预测,投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据,以及我中心对本行业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法,对行业进行全面的内外部环境分析,同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析,预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国纺织品服装行业发展概述

第一节 纺织品服装行业发展情况概述

一、纺织品服装行业相关定义

二、纺织品服装行业基本情况介绍

三、纺织品服装行业发展特点分析

四、纺织品服装行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、纺织品服装行业需求主体分析

第二节 中国纺织品服装行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、纺织品服装行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国纺织品服装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国纺织品服装行业生命周期分析

一、纺织品服装行业生命周期理论概述

二、纺织品服装行业所属的生命周期分析

第四节 纺织品服装行业经济指标分析

一、纺织品服装行业的赢利性分析

二、纺织品服装行业的经济周期分析

三、纺织品服装行业附加值的提升空间分析

第五节 中国纺织品服装行业进入壁垒分析

一、纺织品服装行业资金壁垒分析

二、纺织品服装行业技术壁垒分析

三、纺织品服装行业人才壁垒分析

四、纺织品服装行业品牌壁垒分析

五、纺织品服装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球纺织品服装行业市场发展现状分析

第一节 全球纺织品服装行业发展历程回顾

第二节 全球纺织品服装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲纺织品服装行业地区市场分析

一、亚洲纺织品服装行业市场现状分析

二、亚洲纺织品服装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲纺织品服装行业市场前景分析

第四节 北美纺织品服装行业地区市场分析

一、北美纺织品服装行业市场现状分析

二、北美纺织品服装行业市场规模与市场需求分析

三、北美纺织品服装行业市场前景分析

第五节 欧洲纺织品服装行业地区市场分析

一、欧洲纺织品服装行业市场现状分析

二、欧洲纺织品服装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲纺织品服装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界纺织品服装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球纺织品服装行业市场规模预测

第三章 中国纺织品服装产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品纺织品服装总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国纺织品服装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国纺织品服装产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国纺织品服装行业运行情况

第一节 中国纺织品服装行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国纺织品服装行业市场规模分析

第三节 中国纺织品服装行业供应情况分析

第四节 中国纺织品服装行业需求情况分析

第五节 我国纺织品服装行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国纺织品服装行业供需平衡分析

第七节 中国纺织品服装行业发展趋势分析

第五章 中国纺织品服装所属行业运行数据监测

第一节 中国纺织品服装所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国纺织品服装所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国纺织品服装所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国纺织品服装市场格局分析

第一节 中国纺织品服装行业竞争现状分析

- 一、中国纺织品服装行业竞争情况分析
- 二、中国纺织品服装行业主要品牌分析

第二节 中国纺织品服装行业集中度分析

- 一、中国纺织品服装行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国纺织品服装行业市场集中度分析

第三节 中国纺织品服装行业存在的问题

第四节 中国纺织品服装行业解决问题的策略分析

第五节 中国纺织品服装行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国纺织品服装行业需求特点与动态分析

第一节 中国纺织品服装行业消费市场动态情况

第二节 中国纺织品服装行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 纺织品服装行业成本结构分析

第四节 纺织品服装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国纺织品服装行业价格现状分析

第六节 中国纺织品服装行业平均价格走势预测

一、中国纺织品服装行业价格影响因素

二、中国纺织品服装行业平均价格走势预测

三、中国纺织品服装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国纺织品服装行业区域市场现状分析

第一节 中国纺织品服装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区纺织品服装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区纺织品服装市场规模分析

四、华东地区纺织品服装市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区纺织品服装市场规模分析

四、华中地区纺织品服装市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区纺织品服装市场规模分析
- 四、华南地区纺织品服装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国纺织品服装行业竞争情况

第一节 中国纺织品服装行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国纺织品服装行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国纺织品服装行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 纺织品服装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国纺织品服装行业发展前景分析与预测

第一节 中国纺织品服装行业未来发展前景分析

- 一、纺织品服装行业国内投资环境分析
- 二、中国纺织品服装行业市场机会分析
- 三、中国纺织品服装行业投资增速预测

第二节 中国纺织品服装行业未来发展趋势预测

第三节 中国纺织品服装行业市场发展预测

- 一、中国纺织品服装行业市场规模预测
- 二、中国纺织品服装行业市场规模增速预测
- 三、中国纺织品服装行业产值规模预测
- 四、中国纺织品服装行业产值增速预测
- 五、中国纺织品服装行业供需情况预测

第四节 中国纺织品服装行业盈利走势预测

- 一、中国纺织品服装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国纺织品服装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国纺织品服装行业投资风险与营销分析

第一节 纺织品服装行业投资风险分析

- 一、纺织品服装行业政策风险分析
- 二、纺织品服装行业技术风险分析
- 三、纺织品服装行业竞争风险分析
- 四、纺织品服装行业其他风险分析

第二节 纺织品服装行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国纺织品服装行业发展战略及规划建议

第一节 中国纺织品服装行业品牌战略分析

- 一、纺织品服装企业品牌的重要性
- 二、纺织品服装企业实施品牌战略的意义
- 三、纺织品服装企业品牌的现状分析
- 四、纺织品服装企业的品牌战略
- 五、纺织品服装品牌战略管理的策略

第二节 中国纺织品服装行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国纺织品服装行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 纺织品服装行业竞争力提升策略

- 一、纺织品服装行业产品差异性策略

- 二、纺织品服装行业个性化服务策略
- 三、纺织品服装行业的促销宣传策略
- 四、纺织品服装行业信息智能化策略
- 五、纺织品服装行业品牌化建设策略
- 六、纺织品服装行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国纺织品服装行业发展策略及投资建议

第一节 中国纺织品服装行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国纺织品服装行业营销渠道策略

- 一、纺织品服装行业渠道选择策略
- 二、纺织品服装行业营销策略

第三节 中国纺织品服装行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国纺织品服装行业重点投资区域分析
- 二、中国纺织品服装行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/540136540136.html>