

2019年中国服装设计行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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《2019年中国服装设计行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/fuzhuang/410750410750.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

服装设计属于工艺美术范畴，是实用性和艺术性相结合的一种艺术形式。设计（Design）意指计划、构思、设立方案，也含有意象、作图、造型之意，而服装设计的定义就是解决人们穿着生活体系中诸问题的富有创造性的计划及创作行为。它是一门涉及领域极广的边缘学科，和文学、艺术、历史、哲学、宗教、美学、心理学、生理学以及人体工学等社会科学和自然科学密切相关。作为一门综合性的艺术，服装设计具有一般实用艺术的共性，但在内容与形式以及表达手段上又具有自身的特性。

近年来，随着人均可支配收入的持续增加和社会开放程度的不断提升，外国品牌纷纷进入我国抢占市场，本土服装品牌亦不断涌现，我国的消费者越来越倾向于选购品牌服装，并通过时装来表达自我品位和个性，无论城镇还是农村居民，用于服装的消费在不断增长。目前我国是世界上最大的纺织服装生产国、消费国和出口国。

在销售领域，从上世纪 90 年代至今，我国服装行业经历了三个发展阶段

第一阶段，1990-2000 年，服装批发商时代

20 世纪 90 年代是我国服装行业发展的初级阶段，其竞争格局尚未形成，整体呈现供小于求的状况。本阶段的显著特征是最终产品质量好、品质优即可满足消费需求，因此产能扩张是企业发展的核心驱动力，同时成就了以雅戈尔、杉杉股份等为代表的一批从纺织制造向品牌服装成功转型的老牌服装企业。

第二阶段，2000-2010 年，服装零售商时代

2000-2010 年，服装行业进入成长期，服装消费逐步升级，大批优秀品牌逐步涌现，但由于行业整体的容量较大，服装企业可以凭借个性化大规模扩张而不用过多考虑产品销路，企业间的竞争更像是一场“圈地运动”；竞争方式主要表现在店铺资源上的竞争，渠道扩张是企业发展的核心驱动力，同时成就了以李宁、美特斯邦威等门店遍及全国的知名品牌。

第三阶段，2010 年以后，服装品牌商时代

2010 年以后，服装行业进入发展的成熟期，转型升级步伐加快，行业趋势具体表现为高端服装品牌逐步崛起，差异化服务已成为服装企业未来发展的核心驱动力。与此同时，服装企业的渠道布局空间逐步缩减，以往单纯依靠开店扩张即可支持业绩增长的局面已经难以为继。而行业壁垒相对较低，国内对手和国际品牌的双重压力，直营门店库存累积、加盟商压货较为严重等现象，均对我国服装企业的生存和发展提出了新的挑战，加速了其优胜劣汰进程和行业战略转型。服装行业发展至今，服装消费者除了看重产品本身外，已经越来越重视品牌的象征意义和消费时获得的购物体验，二者正在越来越深的影响着人们的购物倾向，能否快速、有效的响应消费者的消费需求已经成为一个企业成功与否的关键。因此，对在压力中前行的中国服装企业来说，已经渐成规模的享有一定品牌美誉度的行业领先者将在行业转型中占得先机。

资料来源：互联网

根据数据显示，2018年1-4月国内服装鞋帽、针、纺织品类实现累计零售额0.45万亿元，同比增长9.70%，增速较上年同期有明显提高。出口方面，2018年1-5月，纺织服装出口额累计1022亿美元，累计同比增长3.10%，同比提升3.84 pct，增速继2017年由负转正后进一步提升。

2012-2018年中国服装鞋帽、针、纺织品类零售额

数据来源：安全生产监督管理局

2013-2018年中国纺织服装出口额（亿美元）

数据来源：安全生产监督管理局

目前，我国服装零售行业整体运行稳中趋缓，进入产业结构加速转型升级的重要时期。在外需仍存在较大不确定性的情况下，进一步拓展内需消费成为行业发展的关键，抓住“互联网+”的转型机遇，将为行业带来新的增长动力。目前来看，我国服装零售行业市场发展前景较好的领域主要在童装市场、高端女装市场和老年服装市场。

1、童装市场

2015年10月，我国全面放开二胎政策，实施了30多年的独生子女政策正式宣布终结。全面二胎政策的放开，预计每年增加150万新生儿。“4+2+1”或“4+2+2”的家庭结构和品牌意识增强的消费观，将催生出一种孩子主导消费的新型文化。同时，随着家庭收入不断提升，童装平均购买价格也在逐年提高。因此，随着二胎政策的全面开放，我国童装市场将保持较快的增长速度，预计到2023年童装市场规模将达到2820亿元，年均复合增长率为10%。

2、高端女装市场

女装是女性消费比重最大的领域，尤其是高端女装市场。近年来，我国服装零售市场销售量增速下降，但高端女装市场销售额仍然达到了20%的增速，领先于其他品类服饰。未来，随着经济发展以及二、三、四线城市的迅速崛起，高端女装更为广阔的潜在市场将被开发出来，高端女装市场潜力巨大。

3、老年服装市场

首先，我国老年服装市场潜在规模较大。在我国人口比例中，40岁到60岁之间的群体已经超过4亿，而60岁以上则达到2.02亿，总共加起来超过6亿，成为世界上老年人最多的国家。预计到2023年，老年人数量将进一步上升。

其次，我国老年服装市场竞争程度不高。当前，我国品牌服装企业更加专注于中青年市场，涉及老年人群服装领域的企业数量很少，市场竞争程度较低。老年服装市场作为一个蓝海还有待进一步开发。（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国服装设计<行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测>》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 2016-2018年中国服装设计行业发展概述

第一节 服装设计行业发展情况概述

- 一、服装设计行业相关定义
- 二、服装设计行业基本情况介绍
- 三、服装设计行业发展特点分析

第二节 中国服装设计行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、服装设计行业产业链条分析
- 三、中国服装设计行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国服装设计行业生命周期分析

- 一、服装设计行业生命周期理论概述
- 二、服装设计行业所属的生命周期分析

第四节 服装设计行业经济指标分析

- 一、服装设计行业的赢利性分析
- 二、服装设计行业的经济周期分析
- 三、服装设计行业附加值的提升空间分析

第五节 中国服装设计行业进入壁垒分析

一、服装设计行业资金壁垒分析

二、服装设计行业技术壁垒分析

三、服装设计行业人才壁垒分析

四、服装设计行业品牌壁垒分析

五、服装设计行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球服装设计行业市场发展现状分析

第一节 全球服装设计行业发展历程回顾

第二节 全球服装设计行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服装设计行业地区市场分析

一、亚洲服装设计行业市场现状分析

二、亚洲服装设计行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲服装设计行业市场前景分析

第四节 北美服装设计行业地区市场分析

一、北美服装设计行业市场现状分析

二、北美服装设计行业市场规模与市场需求分析

三、北美服装设计行业市场前景分析

第五节 欧盟服装设计行业地区市场分析

一、欧盟服装设计行业市场现状分析

二、欧盟服装设计行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟服装设计行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界服装设计行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球服装设计行业市场规模预测

第三章 中国服装设计产业发展环境分析

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、全社会消费品服装设计总额

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 中国服装设计行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国服装设计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 中国服装设计行业运行情况

第一节 中国服装设计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 中国服装设计行业市场规模分析

第三节 中国服装设计行业供应情况分析

第四节 中国服装设计行业需求情况分析

第五节 中国服装设计行业供需平衡分析

第六节 中国服装设计行业发展趋势分析

第五章 中国服装设计所属行业运行数据监测

第一节 中国服装设计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 中国服装设计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 中国服装设计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 2016-2018年中国服装设计市场格局分析

第一节 中国服装设计行业竞争现状分析

一、中国服装设计行业竞争情况分析

二、中国服装设计行业主要品牌分析

第二节 中国服装设计行业集中度分析

一、中国服装设计行业市场集中度分析

二、中国服装设计行业企业集中度分析

第三节 中国服装设计行业存在的问题

第四节 中国服装设计行业解决问题的策略分析

第五节 中国服装设计行业竞争力分析

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 2016-2018年中国服装设计行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装设计行业消费市场动态情况

第二节 中国服装设计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 服装设计行业成本分析

第四节 服装设计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 中国服装设计行业价格现状分析

第六节 中国服装设计行业平均价格走势预测

一、中国服装设计行业价格影响因素

二、中国服装设计行业平均价格走势预测

三、中国服装设计行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国服装设计行业区域市场现状分析

第一节 中国服装设计行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地服装设计市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装设计市场规模分析

四、华东地区服装设计市场规模预测

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、华中地区服装设计市场规模分析
- 四、华中地区服装设计市场规模预测

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、华南地区服装设计市场规模分析

第九章 2016-2018年中国服装设计行业竞争情况

第一节 中国服装设计行业竞争结构分析（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 中国服装设计行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国服装设计行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 服装设计行业企业分析（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 2019-2025年中国服装设计行业发展前景分析与预测

第一节 中国服装设计行业未来发展前景分析

一、服装设计行业国内投资环境分析

二、中国服装设计行业市场机会分析

三、中国服装设计行业投资增速预测

第二节 中国服装设计行业未来发展趋势预测

第三节 中国服装设计行业市场发展预测

一、中国服装设计行业市场规模预测

二、中国服装设计行业市场规模增速预测

三、中国服装设计行业产值规模预测

四、中国服装设计行业产值增速预测

五、中国服装设计行业供需情况预测

第四节 中国服装设计行业盈利走势预测

一、中国服装设计行业毛利润同比增速预测

二、中国服装设计行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国服装设计行业投资风险与营销分析

第一节 服装设计行业投资风险分析

一、服装设计行业政策风险分析

二、服装设计行业技术风险分析

三、服装设计行业竞争风险分析

四、服装设计行业其他风险分析

第二节 服装设计行业企业经营发展分析及建议

一、服装设计行业经营模式

二、服装设计行业销售模式

三、服装设计行业创新方向

第三节 服装设计行业应对策略

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 2019-2025年中国服装设计行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装设计行业品牌战略分析

一、服装设计企业品牌的重要性

二、服装设计企业实施品牌战略的意义

三、服装设计企业品牌的现状分析

四、服装设计企业的品牌战略

五、服装设计品牌战略管理的策略

第二节 中国服装设计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 中国服装设计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

第十四章 2019-2025年中国服装设计行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装设计行业产品策略分析

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 中国服装设计行业定价策略分析

第三节 中国服装设计行业营销渠道策略

一、服装设计行业渠道选择策略

二、服装设计行业营销策略

第四节 中国服装设计行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国服装设计行业重点投资区域分析

二、中国服装设计行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/410750410750.html>