

2021年中国服装行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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年中国服装行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/531045531045.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

一、中国服装行业供应情况分析

服装行业快速发展的另一个因素则是我国有丰富的原材料供应来源。以棉、麻、毛、丝为主的服装原材料体现出供应产量大、区域集中的特征。根据中国服装协会测算，预计2020年我国全社会完成服装总产量与上年持平。

2015-2020年我国全社会完成服装总产量 数据来源：中国服装协会

二、中国服装行业需求情况分析

中国服装零售市场的快速增长来源于居民消费需求的提升。2020年度全国居民人均衣着消费支出相较2019年出现轻微下滑。随着我国中产阶级消费水平的增长以及对高品质的时尚服装需求的提高，我国服装行业将出现巨大的发展潜力。

2015-2020年我国服装消费量 数据来源：中国服装协会

二、中国服装行业市场趋势分析

近两年，随着“新零售”升级，中国的服装行业正在悄然发生着转变。95后、00后成为了新生消费主力军，生长环境优渥的他们受前卫综艺节目的影响，对服装的消费观念、意识以及方式都发生了变化。因此新的市场需求也在发生变化，中国服装行业正在不断做新的突破。

1、细分市场兴起

服装行业的发展受社会各项因素的影响。比如“跑步经济”带来了运动品牌的业绩增长；“全面二胎”政策的落地加速了童装市场的发展；人们对贴身衣物的重视度的提升带来了内衣品牌的发展.....

竞争激烈的市场行情使得细分市场成为必然，服装行业要发展，必须针对细分市场做出适应性调整，提前布局才能够抓住机遇，突破当前所面对的瓶颈。

2、线上线下合二为一

纯电商的时代已经结束了，未来是考验线上线下一起整合资源的时代。因此没有线上线下之分的新零售时代已经悄然来临！

这是新零售时代所带来的的改变，未来服装行业销售思维将发生转变，站在顾客的立场思考

问题，以顾客为导向，提供顾客想要的产品。

3、消费群体转移年轻化、个性化

中国已经逐渐成为全球最大的服装消费市场之一，而以90后、00后为代表的新中产正成为时代的消费主力，他们拥有独立自我、个性张扬的特征，敢于接受新事物，对潮流资讯拥有自己独特的看法。

以海澜之家为首的国产鞋服品牌纷纷向年轻消费者靠拢，LV、Chanel、GUCCI等奢侈品牌也在2018年向流量低头，更换中国千禧一代热爱追捧的代言人。

消费群体转移年轻化、个性化为服装企业的品牌重塑、新生提供了良好的机遇。品牌应把握机会，更重视数据分析以追踪消费者喜好，对自身设计做出调整，增加个性化体验。

4、新消费形态逐渐形成

时代的转变，使得消费者越来越理性，价格不再成为他们决定购买与否的首要标准，消费升级也将随之而来。

服装业从商品时代，回归产品时代。商品性价比将进入一个极致的时代。消费者不再为过多的溢价买单，更愿意为爱好和兴趣买单。

如果当价格不再是决定购买与否的首要准则，即消费者越来越理性，因此生存型消费需求转变为改善型需求，物质型消费向服务型消费转变，新的消费形态也悄然形成。

5、渠道和原运营模式彻底变革

智慧供应链的赋能，使得服装渠道层级被极度压缩，工厂到消费的链条也将被无限缩短。

市场和消费者的需求促使多品牌、全品类、一站式集合店、可满足多元购物需求，具备孵化功能的平台型集合店、体验感强的生活方式集合店呈现出良好发展势头。在未来，集合店或将是购物中心招商关注重点。

6、自媒体时代已成定局

90后和00后组成的潮流新人群对互联网有着很高的依赖性，纸媒这样传统的媒介渠道已经无法引起他们的关注了。

相反，快速兴起的社交网络是品牌垂直攻略年轻受众的最有效途径。

许多消费者会选择听从像微博大V这样有影响力的KOL的建议，这些人的意见对他们来说可能比传统的公司广告更真实。

而对于服装行业来说，服装广告必须从广而告之向售而悦之转变，用心讨好顾客将成为关键点。

品牌或者终端店铺可以成为自媒体，打造自己的朋友圈，与顾客进行多方位的互动，形成顾客的忠诚度。

7、粉丝经济崛起

女生们口中的“魔鬼”李佳琦是当前大热的KOL，用18秒卖掉10000瓶防晒霜，5个半小时带货353万的超强带货能力，成功解释了什么叫“得粉丝者得天下”。

粉丝经济已经崛起，它把产品的功能隐藏在后面，让情感上升为第一位，实现商品的快速销售。

8、视觉营销趋势更加明显

5G技术的高效数据传输推动了视频营销的发展，视觉营销VMD的作用将更加明显。

优秀的视觉创意能让店铺更有美感，差异化，能提升消费者对品牌的认知和兴趣，提升品牌影响力，助力品牌或者店铺走得更长更远。

9、服装行业人工智能全面升级

高达75%的时尚零售商已经在2020年对人工智能进行投资，像Zara这样的时尚公司使用人工智能来辅助创意、设计和产品开发。

根据算法来筛选大量数据，以预测消费者最喜欢哪种产品。由此不难看出，未来的服装消费

将无限接近“私人订制”化，个性化突出。

10、IP赋能

如今IP联名已经在各行各业打的火热，越来越多的品牌都应用了此趋势，通过这种方式可以产生1+1 > 2的效能。

在超级IP时代，丰富、多重、新鲜、场景化、限时限量集中爆发，才是真正的自燃引爆策略。

消费者和市场需求的转变，服装行业由传统零售模式向新零售模式转型成为一种必然。

行业的变化是挑战，更是机遇。早点看清趋势，才能抓住时代的风口。而面对传统企业转型的危机，精准的定位和适时创新的经营模式一定是品牌突围的最佳途径。（zppeng）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国服装行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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年中国服装行业发展概述

第一节 服装行业发展情况概述

- 一、服装行业相关定义
- 二、服装行业基本情况介绍
- 三、服装行业发展特点分析
- 四、服装行业经营模式
 - 一、生产模式
 - 二、采购模式
 - 三、销售模式
- 五、服装行业需求主体分析

第二节 中国服装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、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、中国服装行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 1、纤维
 - 2、印染
 - 2、下游产业
 - 1、服装批发
 - 2、服装零售
 - 3、互联网电商

第三节 中国服装行业生命周期分析

- 一、服装行业生命周期理论概述
- 二、服装行业所属的生命周期分析

第四节 服装行业经济指标分析

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

第五节 中国服装行业进入壁垒分析

- 一、服装行业资金壁垒分析
- 二、服装行业技术壁垒分析
- 三、服装行业人才壁垒分析
- 四、服装行业品牌壁垒分析
- 五、服装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球服装行业市场发展现状分析

第一节 全球服装行业发展历程回顾

第二节 全球服装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服装行业地区市场分析

- 一、亚洲服装行业市场现状分析
- 二、亚洲服装行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲服装行业市场前景分析

第四节 北美服装行业地区市场分析

- 一、北美服装行业市场现状分析
- 二、北美服装行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美服装行业市场前景分析

第五节 欧盟服装行业地区市场分析

- 一、欧盟服装行业市场现状分析
- 二、欧盟服装行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟服装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界服装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球服装行业市场规模预测

第三章 中国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 中国服装行业运行情况

第一节 中国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

行业技术发展现状

行业技术专利情况

技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国服装行业市场规模分析

第三节 中国服装行业供应情况分析

第四节 中国服装行业需求情况分析

第五节、我国服装行业进出口形势分析

进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国服装行业细分市场分析（2015-2019年）

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国服装行业供需平衡分析

第八节 中国服装行业发展趋势分析

第五章 中国服装所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国服装市场格局分析

第一节 中国服装行业竞争现状分析

一、中国服装行业竞争情况分析

二、中国服装行业主要品牌分析

第二节 中国服装行业集中度分析

一、中国服装行业市场集中度分析

二、中国服装行业企业集中度分析

第三节 中国服装行业存在的问题

第四节 中国服装行业解决问题的策略分析

第五节 中国服装行业竞争力分析

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 2017-2020年中国服装行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装行业消费市场动态情况

1、时尚变革加速行业细分

2、智能制造赋能产业升级

3、移动社交成为新消费引擎

4、文化创意赋予时尚新内涵

第二节 中国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 服装行业成本分析

第四节 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 中国服装行业价格现状分析

第六节 中国服装行业平均价格走势预测

一、中国服装行业价格影响因素

二、中国服装行业平均价格走势预测

三、中国服装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国服装行业区域市场现状分析

第一节 中国服装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装市场规模分析

四、华东地区服装市场规模预测

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、华中地区服装市场规模分析

四、华中地区服装市场规模预测

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、华南地区服装市场规模分析

四、华南地区服装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国服装行业竞争情况

第一节 中国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 中国服装行业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 中国服装行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国服装行业竞争环境分析（PEST）

政策环境

行业政策影响分析

2、相关行业标准分析

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 服装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

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 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

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

第三节 福建七匹狼实业股份有限公司

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

第四节 九牧王股份有限公司

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

第五节 浙江森马服饰股份有限公司

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

第十一章 2021-2026年中国服装行业发展前景分析与预测

第一节 中国服装行业未来发展前景分析

一、服装行业国内投资环境分析

一、境外服装行业成长情况调查

- 1、国外品牌自营方式
- 2、国内外企业合作方式
- 3、国外品牌服装进入中国市场的意义

二、中国服装行业市场机会分析

- 1.细分市场兴起
- 2.线上线下合二为一
- 3.消费群体转移年轻化、个性化
- 4.新消费形态逐渐形成
- 5.渠道和原运营模式彻底变革
- 6.自媒体时代已成定局
- 7.粉丝经济崛起
- 8.视觉营销趋势更加明显
- 9.服装行业人工智能全面升级

三、中国服装行业投资增速预测

第二节 中国服装行业未来发展趋势预测

- 1、大众时尚休闲服装市场继续保持稳定增长
- 2、服装快消品化将成为大众服装消费趋势
- 3、二、三线城市大众时尚休闲服装市场将快速发展
- 4、零售业态变迁带来新机遇与新挑战
- 5、O2O打造全渠道零售引领服装销售新趋势

第三节 中国服装行业市场发展预测

- 一、中国服装行业市场规模预测
- 二、中国服装行业市场规模增速预测

三、中国服装行业产值规模预测

四、中国服装行业产值增速预测

五、中国服装行业供需情况预测

第四节 中国服装行业盈利走势预测

一、中国服装行业毛利润同比增速预测

二、中国服装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国服装行业投资风险与营销分析

第一节 服装行业投资风险分析

一、服装行业政策风险分析

二、服装行业技术风险分析

三、服装行业竞争风险分析

四、服装行业其他风险分析

第二节 服装行业应对策略

1、建立现代企业制度和先进的企业文化。

2、建立健全人才储备，保证企业发展所需要的各种人才

3、用服务打造品牌是提高企业核心竞争力的重要手段

第十三章 2021-2026年中国服装行业发展战略及规划建议

第一节 中国服装行业品牌战略分析

一、服装企业品牌的重要性

二、服装企业实施品牌战略的意义

三、服装企业品牌的现状分析

四、服装企业的品牌战略

五、服装品牌战略管理的策略

第二节 中国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 服装行业竞争力提升策略

一、服装行业产品差异性策略

二、服装行业个性化服务策略

三、服装行业的促销宣传策略

四、服装行业信息智能化策略

五、服装行业品牌化建设策略

六、服装行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国服装行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国服装行业定价策略分析

第三节 中国服装行业营销渠道策略

一、服装行业渠道选择策略

二、服装行业营销策略

第四节 中国服装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国服装行业重点投资区域分析

二、中国服装行业重点投资产品分析

(zppeng)

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/531045531045.html>