

2019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《2019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/423192423192.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

衣食住行一直是人们关注的重点。根据报道消息，日前有网站公布了2019年1月6号-12号内服装行业发生的几大事件。例如1月10日，耐克中国物流中心三期在江苏省太仓市高新区开仓，该物流中心三期早在2017年5月正式启动中国物流中心扩建工程。1月8日，商务部反垄断局发布了关于安踏体育用品有限公司与方源资本中国资本合伙GP3有限公司收购亚玛芬体育公司股权案，公示期为2019年1月8日-1月17日。

服装行业7大事件

耐克中国物流中心三期在江苏太仓开仓

1月10日，耐克中国物流中心三期在江苏省太仓市高新区开仓，该物流中心三期早在2017年5月正式启动中国物流中心扩建工程。耐克全球副总裁、大中华区总经理董炜表示：“中国物流中心三期的落成和运营，是耐克在中国发展的又一个重要里程碑，也是对中国的经济发展未来和太仓市投资环境投下的又一张信任票。这将帮助耐克更好地服务中国消费者，同时也将为太仓的物贸经济发展作出更大的贡献。”

商务部公示安踏体育收购亚玛芬案

1月8日，商务部反垄断局发布了关于安踏体育用品有限公司与方源资本中国资本合伙GP3有限公司收购亚玛芬体育公司股权案，公示期为2019年1月8日-1月17日。公告披露，在本次交易中，安踏体育通过全资子公司安联体育用品有限公司与方源G3公司将通过公开要约收购的方式，收购亚玛芬体育在芬兰纳斯达克赫尔辛基证券交易所所有已发行股和流通股，以取得亚玛芬体育的共同控制权。

日本国民品牌镰仓衬衫入华

1月6日，镰仓衬衫（Kamakurashirts）天猫旗舰店正式开业，带来了600多个款式，包括它的招牌产品——200支和300支的衬衫。镰仓衬衫的创始人贞末良雄说：“一直以来，我在日本独立运营网站，并未涉足其他电商平台。但去年8月，阿里巴巴集团旗下天猫的同事来访，提出成为战略性伙伴。希望与我们一起让中国变得更好，也希望我们双方一起来探讨行商之道。”此前，镰仓衬衫只在日本与美国开店。但这并不影响它在中国消费者中的受欢迎程度。在天猫2018年发布的“最火品牌搜索榜单”中，镰仓衬衫与Gucci、巴黎世家、香奈儿等奢侈品牌并列。甚至，镰仓衬衫是天猫上搜索增长率最高的品牌之一。

H&M关闭Cheap Monday扩张Arket

1月7日《时尚头条网》消息，H&M集团旗下独立运营的品牌Arket计划进一步扩大业务，将在挪威开设线上店铺，同时在比利时安特卫普和布鲁塞尔开设实体店，未来还计划进军卢森堡和法国等市场。2017年，ARKET宣布推出，根据当时报道，品牌首店继续在欧洲露面，位于伦敦摄政街，同时电商亦同步上线服务18个欧洲市场。截至目前Arket在全球共有17家

门店，其中在英国6家，是该品牌最大的市场。

波司登前三季度核心品牌零售额增长30%

1月8日，波司登披露2018/19财年前三季度品牌羽绒服零售数据，公告显示，2018/19前9个月，集团品牌羽绒服业务核心品牌波司登零售额较去年同期增幅达30%以上，其他品牌羽绒服业务较同期实现20%以上增幅。此外，波司登在公告中指出，2018年是波司登集团实施聚焦主航道、收缩多元化战略元年，持续加强品牌羽绒服产品品质升级和时尚功能创新，对渠道、品牌形象及零售运营进行全面升级等成为波司登战略升级的主旋律。

森马连建两家新公司

1月8日晚，森马服饰发布公告称，公司拟与KIDILIZ GROUP签订《合资经营合同》，共同设立合资公司开心栗子（上海）有限公司（暂定名称，具体以工商部门核准登记结果为准，以下简称“合资公司”），并由合资公司推广KIDILIZGROUP旗下品牌并销售该产品，发展相关业务。公司以现金出资2100万元，占合资公司注册资本的70%。对此，森马在公告中表示，主要为了推动KIDILIZ GROUP在国内市场的发展，最终实现良好经济效益，若未来项目顺利实施，则增强和提升公司的竞争力和盈利能力。据悉，KIDILIZ GROUP于1962年在法国成立，旗下拥有Z-PARIS、Absorba、Catimini等众多童装品牌；同时，为落实公司战略规划，加快森马发展的大平台建设，推动公司合伙人制度进一步完善，持续提升公司合伙人项目的管理水平与运营质量，森马拟以自有资金设立全资子公司——上海森禾企业管理有限公司，注册资本为2000万元。

MUJI世界旗舰店将落地杭州工联CC

近日消息，1月18日，国内第四家无印良品世界旗舰店将于杭州工联CC正式开业，这也是杭州首家旗舰店。据了解，2014年12月，无印良品便在成都远洋太古里开出首家“世界旗舰店”，首次将Cafe&Meal

MUJI引入中国。2015年12月，第二家无印良品旗舰店于上海淮海755开业，MUJI Books等零售概念借此第一次在中国市场亮相。2018年12月23日，中国市场的第三家“世界旗舰店”在南京东方福来德正式开业。据悉，该门店将从“衣、食、住、行、乐”5个方面满足消费者的需求，除了门店惯有的服装、美容护肤、文具、家具、杂货类外，工联CC店还将在杭首次引入Café & Meal MUJI。为配合这家旗舰店临近西湖的地理优势，工联CC店将首次推出自行车租赁服务，顾客可以租用无印良品的自行车，骑行游览西湖美景。资料来源：互联网

我国是世界上最大的纺织服装生产国、消费国和出口国。服装行业在过去5年整体增速趋于平稳。2017年服装行业零售额达到1.92万亿元，同比增长6.0%，2012-2017年CAGR为6.2%，

服装行业规模及增速 数据来源：安全生产监督管理局

但有别于发展初期的依托贴牌进行简单的加工生产（OEM），我国服装行业已经逐渐开始向设计生产（ODM）和品牌生产（OBM）转变，纱线、面料、辅料等原料和中间产品的品牌价值正逐渐得到市场认可，国内外消费者对我国服装自主品牌认知度也有所提高。换

言之，我国的服装企业目前正进入转型期。在这样的时期，服装行业面临产量端的阵痛（下滑）以及零售端的低迷也在所难免。从产量端发展现状看，2011-2016年，我国服装产量实现了“五连涨”，从254.2亿件到314.52亿件，年均复合增长率4.4%。进入到2017年，电商模式爆发、“新零售”被提出并列入了国家政策之中，产业转型在所难免，然而服装行业并未在2017年实现产业模式的大转变，产量实现了287.81亿件，出现了6年来的第一次下降，降幅高达8.5%。

2011-2017年中国服装产量情况 数据来源：安全生产监督管理局

而从零售端来看，服装行业整体的零售额并未如产量一般出现骤降，而是在“温水煮青蛙”的态势中出现了产业增长速度的连年下滑，2012年我国服装行业实现零售额7021.5亿元，同比增速接近30%，直到2016年，产业规模增速仍有6%以上的水平。2017年，服装行业零售额增速骤降至1.4%，实现年零售额10356.4亿元。可见，在新经济形势下我国服装行业出现低迷已是不争的事实。

2011-2017年中国服装类零售额情况

数据来源：安全生产监督管理局（www） 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 2016-2018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

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、中国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 2016-2018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 2019-2025年世界服装行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025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
 - 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 中国服装行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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 2016-2018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

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 2016-2018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 2016-2018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

二、中国服装行业市场机会分析

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

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 2019-2025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 服装行业企业经营发展分析及建议

- 一、服装行业经营模式
- 二、服装行业销售模式
- 三、服装行业创新方向

第三节 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 2019-2025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

第十四章 2019-2025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

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/423192423192.html>