

2018年中国纺织服装市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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《2018年中国纺织服装市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/fangzhi/326278326278.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

2017年，我国纺织服装专业市场运行稳中有进，转型升级步伐加快，深入推进了供给侧结构性改革，积极化解各种风险矛盾，行业呈现明显回暖态势。据中国纺织工业联合会流通分会统计，2017年我国万平方米以上纺织服装专业市场903家，市场总成交额达到2.21万亿元，同比增长5.12%。

一、总体情况

据中国纺织工业联合会流通分会统计，2017年我国万平方米以上纺织服装专业市场903家，同比增长1.01%；市场经营面积7315.13万平米，同比增长3.73%；市场商铺数量136.29万个，同比增长0.37%；市场商户数量112.43万户，同比增长0.82%；市场总成交额2.21万亿元，同比增长5.12%。

2013-2017年，我国纺织服装专业市场数量分别为802、833、862、894、903家，市场的总经营面积从6364.75万平米增长到7315.13万平米，市场的总商铺数量从121.87万个增至136.29万个，市场的总商户数量从103.85增至112.43万户，市场总成交额从1.92万亿元增至2.21万亿元。

新市场方面，2017年，新增纺织服装类专业市场34家，同比增长6.25%；新增专业市场总投资额为608.38亿元，同比增长5.77%；新增专业市场总经营面积为543.91万平米，同比增长6.68%。其中新开工市场9家，新开工市场投资额220.28亿元，经营面积213.53万平米；新开业市场25家，新开业市场投资额388.10亿元，经营面积330.38万平米。然而2017年，我国万平方米以上纺织服装专业市场总数量相仅比2016年增加9家，原因在于2017年北京地区纺织服装专业市场数量出现大幅减少。

值得注意的是，2017年纺织服装专业市场年成交额增幅却进一步放大。2013-2017年，专业市场总成交额年同比增速依次为8.06%、4.38%、2.11%、2.81%、5.12%，在经历了两年的低潮期后，专业市场运行开始回暖。专业市场适应新时代、探索新模式、不断优化完善硬件和管理服务等诸多转型升级举措取得显著成果，市场的集约化、专业化运营初见成效，实现了运行效率的提升。

2017年纺织服装专业市场平均每个市场拥有1509个商铺，每个商铺年均成交额（商铺效率）为162.38万元/铺，同比增长4.73%；每个市场平均有用1245个商户，每个商户年均成交额（商户效率）为196.84万元/户，同比增长4.27%；每个市场平均经营面积8.10万平方米，每平方米年均成交额（市场效率）为30253.47元/平米，同比增长1.34%。

另外，2017年，集群内新增市场占全国新增市场数量的17.65%。近年来，常熟服装城、濮院羊毛衫市场、重庆朝天门市场等市场集群纷纷新建单体市场，从而进一步加强资源整合、扩大优势、增强特色、完善产业布局，马太效应明显，也是市场集群业态融合、多渠道经营的有益尝试。

重点监测市场方面，2017年，流通分会重点监测的45家市场总成交额为11342.63亿元

，同比增长7.26%。45家市场中，32家市场成交额同比上涨，平均增幅为8.25%；10家市场成交额同比下降，平均降幅为7.12%；3家市场成交额与去年同期持平。45家重点监测市场平均运行效率为51395.50元/平米，同比增长7.26%；商铺效率为391.64万元/铺，同比增长7.46%；商户效率为435.15万元/户，同比增长7.46%。

景气方面，2017年，专业市场管理者景气指数平均值为51.35，商户景气指数平均值为50.85。两项平均数均超过50荣枯线，可见2017全年我国纺织服装专业市场运营情况良好，回暖趋势明显。

二、结构分析

从区域看，903家专业市场中，东部地区547家，成交额17553.40亿元，占总成交额的79.32%，同比增长3.47%。中部地区195家，成交额2840.39亿元，占总成交额的12.83%，同比增长7.77%。西部地区161家，成交额1737.03亿元，占总成交额的7.85%，同比增长2.97%。

东部地区在庞大基数的基础上，仍然实现了3.47%的增长，发展坚实有力，是我国纺织服装专业市场行业的中坚力量。中部地区专业市场的高增长是一大亮点，武汉汉正街市场、株洲芦淞服饰市场近几年的转型升级实践积累，在2017年呈现了明显成果，分别实现了25%、11.11%的增长。近年来，随着二三线城市的崛起，中部地区发展进入快车道，拉动了中部地区市场的整体提升。

从品类看，服装和原、面（辅）料是我国纺织服装专业市场的主营商品，主营服装和原、面（辅）料的专业市场共638家，占市场总量的70.65%，成交额占总成交额的74.35%。其中，主营服装产品的专业市场471家，在各品类中成交额最高，达10631.60亿元，占总成交额的48.05%，同比增长3.21%；主营原、面（辅）料的专业市场167家，成交额位列第二，达5821.26亿元，占比26.30%，同比增长2.60%。主营家纺产品的专业市场成交额增速最高，同比增长6.28%，主营小商品的专业市场增速位居第二，同比增长4.90%。另外，箱包、鞋帽、综合类专业市场也呈现出良好的运行态势，增幅逐渐扩大，有望成为新一轮增长亮点。

从流通层级看，45家重点监测市场中包括27家产地型专业市场、18家销地型专业市场。2017年1-12月，27家产地型市场成交额为9658.14亿元，同比增长7.58%，占到重点监测市场总成交额的85.15%。18家销地型市场成交额为1684.49亿元，同比增长5.45%，占到重点监测市场总成交额的14.85%。产地型市场依托产业集群的强大产业基础，充分发挥一级货源地优势，提高了产业链效率，加大了原创设计力度，连续实现中高速增长。销地型市场积极探索跨界融合新模式，有效提升了消费体验，在行业整体回暖的情况下，也实现了稳中有进的增长态势。

三、总结

根据国家统计局、海关数据，纺织工业方面，2017年，我国规模以上纺织企业主营业务收入6.89万亿元，同比增长4.18%，利润总额3768.81亿元，同比增长6.92%。2017年纺织

品服装出口总额达2745.1亿美元，同比增长1.6%，较上年同期回升8.8个百分点，扭转了连续两年来的负增长。纺织工业增加值增速2016年从2月的6.7%逐步放缓至12月的4.9%；进入2017年后，增速逐渐趋稳，2017年全年达到4.8%。

内需市场方面，2017年全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额达1.46万亿元，同比增长7.8%，增速较上年同期提高0.8个百分点，7年以来首次增速提高。2017年全年，限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额比上年分别增长7.3%、6.7%、9.1%和8.0%。网上零售方面，全国实物商品网上零售额5.48万亿元，同比增长28.0%；在实物商品网上零售额中，穿类商品同比增长20.3%。

从上述来看，我国纺织行业总体上保持了稳中有进、稳中提质的发展态势，运行质效稳步提升，转型升级成效逐步显现；国内外两个市场销售均有所回暖。我国纺织服装专业市场在经历了连续三年的低速增长之后，在2017年也实现了回升，增速较2016年提升了2.31个百分点，较2015年提升了3.01个百分点。

2018年，纺织服装专业市场有望继续保持平稳发展的势头，经济增速预计与2017年基本相当。国际方面，全球经济呈现持续复苏迹象；国内方面，国民经济将继续保持平稳增长态势，为国内消费提供健康良好的经济环境；“三品战略”持续推动，将促进纺织服装企业加快转型升级，提高产品附加值；消费升级进一步深化，推动专业市场加速应用新技术、探索新模式、创造新优势，加速完成新一轮转型升级。

观研天下发布的《2018年中国纺织服装市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、纺织服装T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 2015-2017年中国纺织服装行业发展概述

第一节 纺织服装行业发展情况概述

- 一、纺织服装行业相关定义
- 二、纺织服装行业基本情况介绍
- 三、纺织服装行业发展特点分析

第二节 中国纺织服装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、纺织服装行业产业链条分析
- 三、中国纺织服装行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国纺织服装行业生命周期分析

- 一、纺织服装行业生命周期理论概述
- 二、纺织服装行业所属的生命周期分析

第四节 纺织服装行业经济指标分析

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

第五节 国内纺织服装行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球纺织服装行业市场发展现状分析

第一节 全球纺织服装行业发展历程回顾

第二节 全球纺织服装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲纺织服装行业地区市场分析

- 一、亚洲纺织服装行业市场现状分析
- 二、亚洲纺织服装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲纺织服装行业市场前景分析

第四节 北美纺织服装行业地区市场分析

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

第五节 欧盟纺织服装行业地区市场分析

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

第六节 2018-2024年世界纺织服装行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球纺织服装行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国纺织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、全社会消费品零售总额
- 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 中国纺织服装产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、纺织服装环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国纺织服装行业运行情况

第一节 中国纺织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 中国纺织服装行业市场规模分析

第三节 中国纺织服装行业供应情况分析

第四节 中国纺织服装行业需求情况分析

第五节 中国纺织服装行业供需平衡分析

第六节 中国纺织服装行业发展趋势分析

第五章 中国纺织服装所属行业运行数据监测

第一节 中国纺织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 中国纺织服装所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国纺织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 2015-2017年中国纺织服装市场格局分析

第一节 中国纺织服装行业竞争现状分析

一、中国纺织服装行业竞争情况分析

二、中国纺织服装行业主要品牌分析

第二节 中国纺织服装行业集中度分析

一、中国纺织服装行业市场集中度分析

二、中国纺织服装行业企业集中度分析

第三节 中国纺织服装行业存在的问题

第四节 中国纺织服装行业解决问题的策略分析

第五节 中国纺织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 2015-2017年中国纺织服装行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国纺织服装行业消费特点

第二节 中国纺织服装行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 纺织服装行业成本分析

第三节 纺织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

第四节 中国纺织服装行业价格现状分析

第五节 中国纺织服装行业平均价格走势预测

一、中国纺织服装行业价格影响因素

二、中国纺织服装行业平均价格走势预测

三、中国纺织服装行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国纺织服装行业区域市场现状分析

第一节 中国纺织服装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地纺织服装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区纺织服装市场规模分析

四、华东地区纺织服装市场规模预测

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、华中地区纺织服装市场规模分析
- 四、华中地区纺织服装市场规模预测

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、华南地区纺织服装市场规模分析

第九章 2015-2017年中国纺织服装行业竞争情况

第一节 中国纺织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 中国纺织服装行业竞争环境分析（纺织服装T）

- 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

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 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国纺织服装行业发展前景分析与预测

第一节 中国纺织服装行业未来发展前景分析

一、纺织服装行业国内投资环境分析

二、中国纺织服装行业市场机会分析

三、中国纺织服装行业投资增速预测

第二节 中国纺织服装行业未来发展趋势预测

第三节 中国纺织服装行业市场发展预测

一、中国纺织服装行业市场规模预测

二、中国纺织服装行业市场规模增速预测

三、中国纺织服装行业产值规模预测

四、中国纺织服装行业产值增速预测

五、中国纺织服装行业供需情况预测

第四节 中国纺织服装行业盈利走势预测

一、中国纺织服装行业毛利润同比增速预测

二、中国纺织服装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国纺织服装行业投资风险与营销分析

第一节 纺织服装行业投资风险分析

一、纺织服装行业政策风险分析

二、纺织服装行业技术风险分析

三、纺织服装行业竞争风险

四、纺织服装行业其他风险分析

第二节 纺织服装行业企业经营发展分析及建议

一、纺织服装行业经营模式

二、纺织服装行业销售模式

三、纺织服装行业创新方向

第三节 纺织服装行业应对策略

- 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 2018-2024年中国纺织服装行业发展策略及投资建议

第一节 中国纺织服装行业品牌战略分析

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

第二节 中国纺织服装行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国纺织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 2018-2024年中国纺织服装行业发展策略及投资建议

第一节 中国纺织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 中国纺织服装行业定价策略分析

第二节 中国纺织服装行业营销渠道策略

- 一、纺织服装行业渠道选择策略
- 二、纺织服装行业营销策略
- 第三节中国纺织服装行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
- 一、中国纺织服装行业重点投资区域分析
- 二、中国纺织服装行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/326278326278.html>