2019年中国纺织服装服饰行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划

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年中国纺织服装服饰行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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/407989407989.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

装饰人体的物品总称。包括服装、鞋、帽、袜子、手套、围巾、领带、提包、阳伞、发饰等。古人，则是用来遮羞，而今人对于新事物的认识不断进步，服饰的材质，样式也多种多样。

中国是十三亿人口的大国，我国拥有全世界规模最大、最具活力的纺织品服装消费市场，是纺织业持续健康发展的根本支撑。有专家分析认为，中国未来10年可能从出口大国变成进口大国，而且目前中国正处在从一个制造大国向消费大国转换的阶段。数据显示，2018年全年出口继续保持正增长，1-12月全国纺织品服装累计出口总额2767.31亿美元，同比增长3.52%；到2019年1月我国出口服装及衣着附件136.508亿美元，累计同比上升5.1%。

代表可选消费品类零售额累计同比增速（%）

数据来源：安全生产监督管理局

但目前我国每年人均衣着消费支出不到200美元，距离发达国家1000美元以上的纺织服装消费水平尚有差距。由此可见，我国纺织服装服饰市场仍有相当大的发展空间。

纺织服装服饰行业利好因素

纺织服装服饰行业利好因素

政策利好

2016年9月，工业和信息化部编制发布了《纺织工业发展规划（2016-2020年）》。《规划》提出，要以提高发展质量和效益为中心，以推进供给侧结构性改革为主线，以增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为重点，增强产业创新能力，优化产业结构，推进智能制造和绿色制造，形成发展新动能，创造竞争新优势，促进产业迈向中高端，初步建成纺织强国。《规划》提出行业增长目标，“十三五”期间，规模以上纺织企业工业增加值年均增速保持在6%-7%；纺织品服装出口占全球市场份额保持基本稳定；纺织工业增长方式从规模速度型向质量效益型转变。

“一带一路”

“一带一路”沿线国家有65个，其人口数量达到全球总人口数量的63%，市场发展前景广阔。一方面，我国纺织服装业应抓住“一带一路”建设契机，不断加大对沿线国家的市场开拓力度，培育新的出口市场。积极开拓“一带一路”沿线国家市场不仅可以增加出口份额，也可以提高我国纺织服装的品牌影响力。另一方面，要抓紧构建我国主导的纺织服装产业链和价值链。要在加深与“一带一路”沿线国家经贸合作的同时，积极推进与沿线国家的自由贸易区建设谈判，加强纺织服装产能的对外输出，推动我国纺织服装业转型升级。

服装定制

近些年伴随着经济的腾飞，中国高级定制的消费市场呈现出强劲的发展潜力，顾客越来越注

重服装的“个性化”“唯一性”，希望自己所购买的服装具有独特的设计，不仅能够弥补自身体型的不足，并且能符合自身性格、气质和穿着场合的需求。个性化的趋势让中国高级定制的市场需求巨大。

互联网+服装业

与互联网的深度融合使得服装销售少了大部分中间环节，消费者花费比实体店少的价格就能购买到同样的服装，极大满足了消费者追求优惠的心理；通过大数据可以精确找到消费者需求，顺应市场发展趋势，帮助企业进行经营决策、开发产品，使得资源利用最大化；通过互联网企业可以提升品牌的知名度，扩大企业影响力，提高客户粘性，提高消费者对品牌文化的认同和热爱。资料来源：互联网

纺织服装服饰行业不利因素

纺织服装服饰行业不利因素

国内外市场竞争更趋激烈

国际市场需求竞争压力增大的同时，内需市场也持续进入消费升级阶段。品质型、改善型消费增长较快，而吃穿类基本消费增长放缓。2017年，虽然国际贸易环境总体较上年略有改善，但在美国、欧盟、日本等市场，我国纺织品服装所面临的竞争压力仍较大。据有关数据显示，2017年，美国、日本、欧盟从全球进口纺织品服装总金额同比增速分别为1.3%、4.2%和1.1%。但国际市场的贸易竞争更趋激烈，我国在传统市场所占份额逐年下降，2017年，我国在美国、日本、欧盟纺织品服装进口市场所占比重分别下降0.3个、1.0个和1.0个百分点。

渠道成本高企、追逐流量

线下方面，能带来最好客流的购物中心成本高企，2012-2017年专卖店服装专卖店渠道零售额上升，百货渠道均出现下降，具有流量效应的大品牌将进一步以更低成本占据购物中心等优质渠道更好的位置。

线上方面，2012-2017年线上渠道占比持续增加，线上的黑洞效应明显（优质品牌更容易表现相对突出），优质品牌望吸引大平台更多优惠，互惠互利。

环保支出增加

纺织行业一直是个高耗能、高污染行业。近年来，“大气十条”、“水十条”、“土十条”相继出台，环保部门的查处力度也开始加大，纺织企业在环保上的压力很大。《纺织工业发展规划（2016-2020年）》中提出，要形成纺织行业绿色制造体系，清洁生产技术普遍应用，到2020年，纺织单位工业增加值能耗累计下降18%，单位工业增加值取水下降23%，主要污染物排放总量下降10%。环保支出的增加势必会压缩纺织行业的利润。

资料来源：互联网（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年中国纺织服装服饰行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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年中国纺织服装服饰行业发展概述
第一节 纺织服装服饰行业发展情况概述
一、纺织服装服饰行业相关定义
二、纺织服装服饰行业基本情况介绍
三、纺织服装服饰行业发展特点分析
第二节 中国纺织服装服饰行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、纺织服装服饰行业产业链条分析
三、中国纺织服装服饰行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国纺织服装服饰行业生命周期分析
一、纺织服装服饰行业生命周期理论概述
二、纺织服装服饰行业所属的生命周期分析

第四节 纺织服装服饰行业经济指标分析
一、 纺织服装服饰行业的赢利性分析
二、 纺织服装服饰行业的经济周期分析
三、纺织服装服饰行业附加值的提升空间分析
第五节 中国纺织服装服饰行业进入壁垒分析
一、纺织服装服饰行业资金壁垒分析
二、纺织服装服饰行业技术壁垒分析
三、纺织服装服饰行业人才壁垒分析
四、纺织服装服饰行业品牌壁垒分析
五、纺织服装服饰行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球纺织服装服饰行业市场发展现状分析
第一节 全球纺织服装服饰行业发展历程回顾
第二节 全球纺织服装服饰行业市场区域分布情况
第三节 亚洲纺织服装服饰行业地区市场分析
一、亚洲纺织服装服饰行业市场现状分析
二、亚洲纺织服装服饰行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲纺织服装服饰行业市场前景分析
第四节 北美纺织服装服饰行业地区市场分析
一、北美纺织服装服饰行业市场现状分析
二、北美纺织服装服饰行业市场规模与市场需求分析
三、北美纺织服装服饰行业市场前景分析
第五节 欧盟纺织服装服饰行业地区市场分析
一、欧盟纺织服装服饰行业市场现状分析
二、欧盟纺织服装服饰行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟纺织服装服饰行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界纺织服装服饰行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球纺织服装服饰行业市场规模预测

第三章 中国纺织服装服饰产业发展环境分析
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、全社会消费品纺织服装服饰总额

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 中国纺织服装服饰行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国纺织服装服饰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 中国纺织服装服饰行业运行情况
第一节 中国纺织服装服饰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 中国纺织服装服饰行业市场规模分析
第三节 中国纺织服装服饰行业供应情况分析
第四节 中国纺织服装服饰行业需求情况分析
第五节 中国纺织服装服饰行业供需平衡分析
第六节 中国纺织服装服饰行业发展趋势分析

第五章 中国纺织服装服饰所属行业运行数据监测
第一节 中国纺织服装服饰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 中国纺织服装服饰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 中国纺织服装服饰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年中国纺织服装服饰市场格局分析
第一节 中国纺织服装服饰行业竞争现状分析
一、中国纺织服装服饰行业竞争情况分析
二、中国纺织服装服饰行业主要品牌分析
第二节中国纺织服装服饰行业集中度分析
一、中国纺织服装服饰行业市场集中度分析
二、中国纺织服装服饰行业企业集中度分析
第三节 中国纺织服装服饰行业存在的问题
第四节 中国纺织服装服饰行业解决问题的策略分析
第五节 中国纺织服装服饰行业竞争力分析
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年中国纺织服装服饰行业需求特点与动态分析
第一节 中国纺织服装服饰行业消费市场动态情况
第二节 中国纺织服装服饰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 纺织服装服饰行业成本分析
第四节 纺织服装服饰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 中国纺织服装服饰行业价格现状分析

第六节 中国纺织服装服饰行业平均价格走势预测
一、中国纺织服装服饰行业价格影响因素
二、中国纺织服装服饰行业平均价格走势预测
三、中国纺织服装服饰行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国纺织服装服饰行业区域市场现状分析
第一节 中国纺织服装服饰行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地纺织服装服饰市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区纺织服装服饰市场规模分析
四、华东地区纺织服装服饰市场规模预测
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、华中地区纺织服装服饰市场规模分析
四、华中地区纺织服装服饰市场规模预测
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、华南地区纺织服装服饰市场规模分析

第九章 2016-2018年中国纺织服装服饰行业竞争情况
第一节 中国纺织服装服饰行业竞争结构分析（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 中国纺织服装服饰行业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 中国纺织服装服饰行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 纺织服装服饰行业企业分析（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年中国纺织服装服饰行业发展前景分析与预测
第一节 中国纺织服装服饰行业未来发展前景分析
一、纺织服装服饰行业国内投资环境分析
二、中国纺织服装服饰行业市场机会分析
三、中国纺织服装服饰行业投资增速预测
第二节 中国纺织服装服饰行业未来发展趋势预测
第三节 中国纺织服装服饰行业市场发展预测
一、中国纺织服装服饰行业市场规模预测
二、中国纺织服装服饰行业市场规模增速预测
三、中国纺织服装服饰行业产值规模预测
四、中国纺织服装服饰行业产值增速预测
五、中国纺织服装服饰行业供需情况预测
第四节 中国纺织服装服饰行业盈利走势预测
一、中国纺织服装服饰行业毛利润同比增速预测
二、中国纺织服装服饰行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国纺织服装服饰行业投资风险与营销分析
第一节 纺织服装服饰行业投资风险分析
一、纺织服装服饰行业政策风险分析
二、纺织服装服饰行业技术风险分析
三、纺织服装服饰行业竞争风险分析
四、纺织服装服饰行业其他风险分析
第二节 纺织服装服饰行业企业经营发展分析及建议
一、纺织服装服饰行业经营模式
二、纺织服装服饰行业销售模式
三、纺织服装服饰行业创新方向
第三节 纺织服装服饰行业应对策略
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年中国纺织服装服饰行业发展策略及投资建议
第一节 中国纺织服装服饰行业品牌战略分析

一、纺织服装服饰企业品牌的重要性
二、纺织服装服饰企业实施品牌战略的意义
三、纺织服装服饰企业品牌的现状分析
四、纺织服装服饰企业的品牌战略
五、纺织服装服饰品牌战略管理的策略
第二节 中国纺织服装服饰行业市场的重点客户战略实施
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 中国纺织服装服饰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年中国纺织服装服饰行业发展策略及投资建议
第一节 中国纺织服装服饰行业产品策略分析
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 中国纺织服装服饰行业定价策略分析
第三节 中国纺织服装服饰行业营销渠道策略
一、纺织服装服饰行业渠道选择策略
二、纺织服装服饰行业营销策略
第四节 中国纺织服装服饰行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国纺织服装服饰行业重点投资区域分析
二、中国纺织服装服饰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/407989407989.html