

# 2016-2022年中国服装市场竞争调研及十三五商业模式创新分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国服装市场竞争调研及十三五商业模式创新分析报告》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/248426248426.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国服装市场竞争调研及十三五商业模式创新分析报告》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。

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。

### 第一章：中国服装行业发展环境分析

#### 1.1 服装行业定义及分类

#### 1.2 服装行业统计标准

##### 1.2.1 服装行业统计部门和统计口径

##### 1.2.2 服装行业统计方法

##### 1.2.3 服装行业数据种类

#### 1.3 服装行业发展环境分析

##### 1.3.1 政策环境分析

##### 1.3.2 经济环境分析

##### 1.3.3 社会环境分析

##### 1.3.4 行业发展环境综合分析

### 第二章：中国服装行业发展现状分析

#### 2.1 中国服装行业发展状况分析

##### 2.1.1 中国服装行业发展总体概况

##### 2.1.2 中国服装行业发展主要特点

##### 2.1.3 服装行业经营情况分析

###### (1) 服装行业经营效益分析

###### (2) 服装行业盈利能力分析

###### (3) 服装行业运营能力分析

###### (4) 服装行业偿债能力分析

###### (5) 服装行业发展能力分析

## 2.2 服装行业经济指标分析

### 2.2.1 服装行业经济效益影响因素

### 2.2.2 服装行业主要经济指标分析

### 2.2.3 不同性质企业经济指标分析

#### (1) 国有企业

## 2.3 服装行业供需平衡分析

### 2.3.1 全国服装行业供给情况分析

#### (1) 全国服装行业总产值分析

#### (2) 全国服装行业产成品分析

### 2.3.2 各地区服装行业供给情况分析

### 2.3.3 全国服装行业需求情况分析

### 2.3.4 各地区服装行业需求情况分析

### 2.3.5 全国服装行业产xiao率分析

## 第三章：重点地区服装行业发展分析

### 3.1 服装行业的区域结构特征

#### 3.1.1 行业区域结构总体特征

#### 3.1.2 行业区域集中度分析

#### 3.1.3 行业区域分布特点分析

#### 3.1.4 行业企业数的区域分布

#### 3.1.5 行业规模指标的区域分布

#### 3.1.6 行业效益指标的区域分布

### 3.2 广东省服装行业发展分析

#### 3.2.1 广东省服装行业发展规划及配套措施

#### 3.2.2 广东省服装行业在行业中的地位变化

#### 3.2.3 广东省服装行业经济运行状况分析

### 3.3 浙江省服装行业发展分析

#### 3.3.1 浙江省服装行业发展规划及配套措施

#### 3.3.2 浙江省服装行业在行业中的地位变化

#### 3.3.3 浙江省服装行业经济运行状况分析

### 3.4 江苏省服装行业发展分析

#### 3.4.1 江苏省服装行业发展规划及配套措施

#### 3.4.2 江苏省服装行业在行业中的地位变化

#### 3.4.3 江苏省服装行业经济运行状况分析

### 3.5 福建省服装行业发展分析

#### 3.5.1 福建省服装行业发展规划及配套措施

### 3.5.2 福建省服装行业在行业中的地位变化

### 3.5.3 福建省服装行业经济运行状况分析

## 3.6 山东省服装行业发展分析

### 3.6.1 山东省服装行业发展规划及配套措施

### 3.6.2 山东省服装行业在行业中的地位变化

### 3.6.3 山东省服装行业经济运行状况分析

## 3.7 河南省服装行业发展分析

### 3.7.1 河南省服装行业发展规划及配套措施

### 3.7.2 河南省服装在行业中的地位变化

### 3.7.3 河南省服装行业经济运行状况分析

## 3.8 湖南省服装行业发展分析

### 3.8.1 湖南省服装行业发展规划及配套措施

### 3.8.2 湖南省服装行业经济运行状况分析

## 3.9 湖北省服装行业发展分析

### 3.9.1 湖北省服装行业发展规划及配套措施

### 3.9.2 湖北省服装在行业中的地位变化

### 3.9.3 湖北省服装行业经济运行状况分析

#### (1) 竞争与并购篇

## 第四章：中国服装行业市场竞争分析

### 4.1 国内服装行业竞争格局分析

#### 4.1.1 不同性质企业间的竞争格局

#### 4.1.2 不同区域间的竞争格局分析

### 4.2 外资服装品牌在中国的扩张分析

#### 4.2.1 国际服装品牌竞争力状况

#### 4.2.2 外资品牌在中国的布局分析

#### 4.2.3 外资品牌的扩张风险分析

##### (1) H&M和ZARA

##### (2) GAP

### 4.3 服装行业竞争结构分析

#### 4.3.1 现有企业间的竞争分析

##### (1) 同业竞争者的竞争强度

##### (2) 同业竞争者的竞争层次

#### 4.3.2 行业潜在进入威胁分析

#### 4.3.3 供应商议价能力分析

#### 4.3.4 下游客户议价能力

#### 4.3.5 服装行业竞争环境小结

### 第五章：中国服装行业并购整合分析

#### 5.1 服装行业并购整合阶段

#### 5.2 服装行业并购整合情况

##### 5.2.1 2014年行业并购总体情况

(1) 并购总金额

(2) 并购案件数

(3) 平均并购金额

##### 5.2.2 海内外并购情况

(1) 国内并购

(2) 海外并购

(3) 外资并购

1) 美国知名女装Talbots被收购

2) 伦敦时装周品牌Jaeger被收购

3) 361°集团与北欧知名运动品牌OneWaySport

#### 5.3 服装行业并购整合动因分析

##### 5.3.1 实现多品牌战略

##### 5.3.2 通往高端化、国际化

##### 5.3.3 巩固、提升市场地位

##### 5.3.4 借壳上市

#### 5.4 服装行业并购整合特征分析

##### 5.4.1 资本助力

##### 5.4.2 并购方式多样化

##### 5.4.3 跨国并购增多

(1) 市场与前景篇

### 第六章：中国服装行业国际贸易市场分析

#### 6.1 服装行业国际经济环境分析

##### 6.1.1 全球经济对本行业的影响

##### 6.1.2 主要国家经济运行态势

#### 6.2 服装行业国际贸易政策环境分析

##### 6.2.1 中国纺织品进出口关税调整情况

(1) 出口退税调整政策

(2) 进口关税调整政策

##### 6.2.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析

(1) 美国纺织品贸易壁垒分析

- (2) 中美纺织品贸易摩擦情况
- (3) 主要国家对华纺织品贸易政策动向
- 6.2.3 国际服装行业贸易政策趋势展望
- 6.3 中国服装行业出口形势分析
  - 6.3.1 服装进出口总体情况
  - 6.3.2 主要出口目的国分析
  - 6.3.3 主要出口产品分析
- 6.4 中国主要纺织服装出口市场分析
  - 6.4.1 美国纺织服装市场分析
  - 6.4.2 英国纺织服装市场分析
  - 6.4.3 意大利纺织服装市场分析
  - 6.4.4 德国纺织服装市场分析
  - 6.4.5 法国纺织服装市场分析
  - 6.4.6 日本纺织服装市场分析
    - (1) 日本主要服装类进口区域分布
- 6.5 中国纺织服装行业海外营xiao策略分析
  - 6.5.1 纺织服装企业海外市场营xiao策略分析
  - 6.5.2 海外市场营xiao案例分析——波司登集团
- 第七章：中国服装行业主要产品市场分析
  - 7.1 按消费人群划分的细分产品市场分析
    - 7.1.1 中国男装市场发展分析
      - (1) 男装行业市场增速
      - (2) 男装行业生命周期
      - (3) 男装行业利润水平
      - (4) 男装行业存货水平
      - (5) 男装市场竞争相对缓和
      - (6) 男装市场渠道结构
      - (7) 男装市场规模预测
    - 7.1.2 中国女装市场发展分析
      - (1) 女装行业市场规模
      - (2) 女装行业生命周期
      - (3) 女装行业利润水平
      - (4) 女装行业存货水平
      - (5) 女装市场竞争格局
      - (6) 女装市场渠道结构

### 7.1.3 中国童装市场发展分析

- (1) 童装行业市场规模
- (2) 童装行业生命周期
- (3) 童装行业利润水平
- (4) 童装市场竞争格局
- (5) 童装市场渠道结构

## 7.2 按穿着场合划分的细分产品市场分析

### 7.2.1 中国休闲服市场分析

- (1) 休闲服行业市场规模
- (2) 休闲服行业生命周期
- (3) 休闲服行业利润水平
- (4) 休闲服行业存货水平
- (5) 休闲服市场竞争格局
- 1) 我国休闲服市场集中度
- (6) 休闲服市场渠道结构

### 7.2.2 中国运动服市场分析

- (1) 运动服行业市场规模
- (2) 运动服行业生命周期
- (3) 运动服行业利润水平
- (4) 运动服行业存货水平
- (5) 运动服市场竞争分析
- (6) 运动服市场渠道结构

## 7.3 中国内衣及其细分产品市场分析

### 7.3.1 中国内衣市场分析

- (1) 内衣行业市场规模
- (2) 内衣行业生命周期
- (3) 内衣行业利润水平
- (4) 内衣行业存货水平
- (5) 内衣市场竞争格局
- (6) 内衣市场渠道结构
- 1) 内衣行业营xiao渠道创新分析

### 7.3.2 中国文胸市场分析

- (1) 文胸市场规模与容量
- (2) 文胸市场竞争格局
- (3) 文胸市场消费特点



1) 文胸网购消费者尺码选择

2) 文胸网购消费者颜色选择

3) 文胸网购消费者功能选择

(4) 文胸市场营xiao策略

1) 品牌形象宣传手段单一

7.3.3 中国内裤市场分析

(1) 内裤市场规模与容量

(2) 内裤市场竞争格局

(3) 内裤市场消费特点

1) 内裤消费者面料选择

2) 内裤消费者款式选择

(4) 内裤市场营xiao策略

7.3.4 中国保暖内衣市场分析

(1) 保暖内衣市场发展阶段

(2) 保暖内衣市场竞争格局

(3) 保暖内衣市场消费特点

(4) 保暖内衣市场营xiao策略

7.3.5 中国塑身内衣市场分析

(1) 塑身内衣市场规模与容量

(2) 塑身内衣市场竞争格局

(3) 塑身内衣市场消费特点

(4) 塑身内衣市场营xiao策略

7.3.6 中国家居服市场分析

(1) 家居服市场规模与容量

(2) 家居服市场竞争格局

(3) 家居服市场消费特点

(4) 家居服市场营xiao策略

第八章：中国服装行业原材料市场分析

8.1 棉原料市场分析

8.1.1 国内棉花市场供给分析

(1) 棉花产量分析

(2) 棉花进口量分析

(3) 国内棉花供给变化影响因素分析

8.1.2 国内棉花市场需求分析

(1) 棉花国内消费量分析

- (2) 棉花出口分析
  - (3) 国内外棉花市场价格分析
  - 8.2 麻原料市场分析
    - 8.2.1 全球麻原料供给分析
      - (1) 主要麻纺原料供给情况
      - (2) 麻纺原料供给的国家分布
      - (3) 中国麻类作物的国际地位分析
    - 8.2.2 中国麻类种植面积与主要产区
    - 8.2.3 国内麻类作物产量变化与影响因素
      - (1) 中国麻类作物产量变化情况
      - (2) 麻类作物产量变化影响因素
    - 8.2.4 中国农村居民麻类xiao售情况
      - (1) 麻原料出售量变化
      - (2) 麻原料收购价格变化
    - 8.2.5 中国麻原料进出口市场分析
      - (1) 麻原料进出口总额分析
      - (2) 麻纺原料进口价格分析
    - 8.2.6 国内外麻原料价格变化影响因素
  - 8.3 服装面料市场分析
    - 8.3.1 服装面料行业发展状况分析
      - (1) 行业企业数量分析
      - (2) 行业资产规模分析
      - (3) 行业需求状况分析
      - (4) 行业经营利润分析
    - 8.3.2 服装面料主要产品市场供需分析
      - (1) 坯布市场供需现状分析
      - (2) 棉布市场供需现状分析
      - (3) 麻布市场供需现状分析
      - (4) 其他面料产品主产区分析
  - 8.4 服装原材料市场对本行业的影响分析
    - 8.4.1 原料供给对本行业的影响分析
    - 8.4.2 面料供给对本行业的影响分析
- 第九章：中国服装行业发展趋势与前景预测
- 9.1 服装行业竞争趋势
    - 9.1.1 市场细化，竞争加剧

### 9.1.2 竞争日趋国际化

### 9.1.3 竞争手段多样化

### 9.1.4 转战二三线城市

### 9.1.5 电商竞争更加激烈

### 9.1.6 建立快速反应的运营体系是新趋势

## 9.2 服装行业并购整合趋势

### 9.2.1 并购规模：并购将继续保持活跃状态

### 9.2.2 并购主体：品牌服装将成为行业并购的主体

### 9.2.3 并购方式：继续上演大鱼吃小鱼

## 9.3 主要产品市场发展趋势与前景预测

### 9.3.1 男装市场发展趋势

#### (1) 精细化管理是关键

#### (2) 龙头品牌企业向高端产品线延伸

### 9.3.2 女装市场发展趋势

#### (1) 电子商务的盛行对线下产生较大影响

### 9.3.3 童装市场发展趋势与前景

### 9.3.4 休闲服市场发展趋势与前景

### 9.3.5 运动服市场发展趋势与前景

### 9.3.6 内衣市场发展趋势与前景

### 9.3.7 其他服装产品发展趋势

#### (1) 企业商业模式案例篇

## 第十章：典型服装企业商业模式案例分析

### 10.1 传统模式下企业面临的问题分析

#### 10.1.1 经营成本的不利影响

#### 10.1.2 对外贸易份额下滑

#### 10.1.3 企业经营同质化

#### 10.1.4 消费者需求变化

### 10.2 中国服装行业SPA模式分析

#### 10.2.1 服装业SPA模式发展

##### (1) 国外SPA模式的发展

##### (2) 国内SPA模式的发展

#### 10.2.2 SPA模式的运作特点

##### (1) SPA模式特征

##### (2) SPA四大模块

##### (3) SPA模式结构

#### (4) SPA基本思路

### 10.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析

#### (1) 公司商业模式简图

#### (2) 公司产品目标客户

#### (3) 公司产品特色分析

#### (4) 公司价值配置分析

#### 1) 谨慎开店

#### 2) 不做广告，不打折

#### (5) 公司SPA模式经营效果

### 10.2.4 SPA模式案例二：H&M商业模式分析

#### (1) 公司经营特色分析

#### (2) 公司产品系列分析

#### (3) 公司价值配置分析

#### 1) 物流控制

#### (4) 公司SPA模式经营效果

### 10.2.5 SPA商业模式小结

#### (1) SPA模式的价值主张

#### (2) SPA模式的盈利来源

#### (3) SPA模式成功核心因素

#### (4) SPA模式的运作策略

### 10.3 中国服装行业虚拟经营模式分析

#### 10.3.1 虚拟经营实质与特征

#### 10.3.2 服装行业虚拟经营必要性

#### 10.3.3 案例一：耐克虚拟经营模式分析

#### (1) 公司模式转型历程

#### (2) 公司产品市场定位

#### (3) 公司虚拟经营方式

#### 1) 自建渠道：直营+分xiao

#### (4) 公司关键资源能力

#### (5) 公司虚拟经营效果

#### 10.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析

#### (1) 公司发展简介分析

#### (2) 公司产品定位分析

#### (3) 公司业务系统分析

#### (4) 公司虚拟经营方式

1) 物流与配送外包

2) 渠道：加盟为主

(5) 公司关键资源能力

(6) 公司虚拟经营效果

10.3.5 虚拟经营模式小结

(1) 虚拟经营的价值主张

(2) 虚拟经营的盈利来源

(3) 虚拟经营成功核心因素

1) 具备强势的整合能力

10.3.6 实施虚拟经营的策略建议

(1) 虚拟经营的战略安排

(2) 虚拟经营的实施路径

(3) 虚拟经营供应商开发

(4) 虚拟经营的管理创新

(5) 虚拟经营风险及控制

10.4 服装行业价值链延展模式分析

10.4.1 价值链延展模式特征

10.4.2 案例：雅戈尔全产业链模式分析

(1) 公司背景介绍

(2) 公司商业模式分析

(3) 全产业链模式布局战略

(4) 全产业链模式资源支撑

(5) 全产业链模式经营成果

(6) 全产业链模式的新挑战

10.4.3 价值链延展模式小结

(1) 价值链延展模式的价值主张

(2) 价值链延展模式的盈利来源

10.4.4 价值链延展模式运作策略

(1) 价值链延展基本条件

(2) 价值链延展实现路径

(3) 价值链延展策略选择

1) 服装品牌企业

2) 专业批发商与零售商

10.5 服装行业电子商务模式分析

10.5.1 中国服装电子商务发展历程

### 10.5.2 案例一：“凡客”模式分析

- (1) 公司发展历程简介
- (2) 公司目标市场与定位
- (3) 公司业务系统分析
- (4) 公司商业模式运作
- (5) 公司商业模式启发

### 10.5.3 案例二：“七匹狼”模式分析

- (1) 公司发展历程简介
- (2) 公司目标市场与定位
- (3) 公司电子商务实现步骤
- (4) 公司经营业绩分析

### 10.5.4 服装B2C模式运作策略与建议

- (1) 服装B2C的优势与挑战
- (2) 服装B2C的运营关键要素
- (3) 传统品牌企业进入电商策略

### 图表目录

图表1：服装产品的分类

图表2：中国企业的市场主体分类

图表3：中国不同所有制性质企业的划分

图表4：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表5：2014-2015年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）

图表6：2015-2016年我国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）

图表7：2015年来我国城乡居民衣着消费支出占比情况（单位：%）

图表8：服装行业发展环境影响分析

图表9：2015-2016年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表10：我国服装行业的生命周期阶段

图表11：我国服装行业发展的主要特点

图表12：2013-2015年服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表13：2013-2015年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）

图表14：2013-2015年中国服装行业运营能力分析（单位：次）

图表15：2013-2015年中国服装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表16：2013-2015年中国服装行业发展能力分析（单位：%）

图表17：我国服装行业经济效益的主要影响因素

图表18：2013-2015年服装行业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表19：2013-2015年国有服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表20：2013-2015年集体服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表21：2013-2015年股份合作服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表22：2013-2015年股份制服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表23：2013-2015年私营服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表24：2013-2015年外商和港澳台投资服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表25：2013-2015年其它性质服装企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表26：2015-2016年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表27：2015-2016年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表28：2015-2016年不同性质企业xiao售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表29：2015-2016年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表30：2015-2016年服装行业工业总产值情况（单位：亿元）

图表31：2015-2016年服装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表32：2013-2015年产成品居前的10个地区分析表（单位：万元，%）

图表33：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表34：2015-2016年服装行业xiao售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表35：2013-2015年xiao售收入居前的10个地区分析表（单位：万元，%）

图表36：2014年xiao售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表37：2008年以来全国服装行业产xiao率变化趋势图（单位：%）

图表38：2013-2015年中国服装行业区域市场分析表（单位：家，万元）

图表39：2013-2015年中国服装行业各区域企业数量对比图（单位：%）

图表40：2013-2015年中国服装行业各区域xiao售收入对比图（单位：%）

图表41：2013-2015年中国服装行业各区域资产比重图（单位：%）

图表42：2014年中国服装行业前二十地区xiao售收入排名情况（单位：亿元）

图表43：2014年中国服装行业xiao售收入集中度分析（按省份累计百分比）（单位：%）

图表44：2015-2016年中国服装行业xiao售收入靠前的五地区占比分析（单位：%）

图表45：2015-2016年中国服装行业前五地区xiao售收入比例标准差占比分析（单位：%）

图表46：2014年服装行业企业数量区域分布（单位：家，%）

图表47：2014年服装行业资产总计按地区分布情况（单位：万元，%）

图表48：2014年服装行业xiao售收入按地区分布情况（单位：万元，%）

图表49：2014年服装行业利润总额和利润率按地区分布情况（单位：万元，%）

图表50：2015-2016年广东省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表51：2015-2016年广东省服装行业经济运行状况分析表（单位：%、倍、次）

图表52：2015-2016年浙江省服装行业地位变化分析（单位：%）

图表53：2015-2016年浙江省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）

- 图表54：2015-2016年江苏省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表55：2015-2016年江苏省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表56：“十二五”规划期间福建省纺织工业发展目标（单位：亿元、%）
- 图表57：2015-2016年福建省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表58：2015-2016年福建省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表59：2015-2016年山东省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表60：2015-2016年山东省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表61：2015-2016年河南省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表62：2015-2016年河南省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表63：2015-2016年湖南省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表64：2015-2016年湖南省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表65：2015-2016年湖北省服装行业地位变化分析（单位：%）
- 图表66：2015-2016年湖北省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
- 图表67：2015-2016年中国服装行业不同性质企业竞争格局（按xiao售收入）（单位：%）
- 图表68：2013-2015年中国服装行业不同区域竞争格局（按xiao售收入）
- 图表69：国际服装知名品牌
- 图表70：国际女装知名品牌
- 图表71：国际男装知名品牌
- 图表72：截止至2014年底国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）
- 图表73：2014年国际快时尚品牌中国城市布局情况（单位：个、家、%）
- 图表74：服装行业同业竞争者的竞争强度分析
- 图表75：服装行业竞争层次分析
- 图表76：服装行业进入壁垒分析
- 图表77：服装行业吸引力分析
- 图表78：服装下游客户议价能力分析
- 图表79：服装下游客户议价能力分析
- 图表80：服装行业五力竞争结构
- 图表81：2014-2015年中国纺织服装行业并购总金额（单位：亿元）
- 图表82：2014-2015年中国纺织服装行业并购案件数（单位：件）
- 图表83：2014-2015年中国纺织服装行业平均并购金额（单位：亿元）
- 图表84：2015年来欧洲、德国、美国GDP指数走势图
- 图表85：2015-2016年世界经济增长趋势（单位：%）
- 图表86：2007年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）
- 图表87：2014年我国麻类产品暂定税率调整（单位：%）
- 图表88：2015-2016年中国服装行业进出口情况（单位：亿美元、%）



图表89：2015-2016年11月中国服装行业主要出口产品结构表（单位：万件，万条，万美元）

图表90：2014年中国服装行业主要出口产品结构（单位：%）

图表91：2015-2016年中国主要服装产品出口价格情况表（单位：美元/件，美元/条）

图表92：2014年美国纺织服装进口国别分布（单位：百万美元，%）

图表93：2015年来美国主要服装类进口区域构成（%）

图表94：日本主要服装类进口区域构成（%）

图表95：服装出口企业海外市场营xiao策略

图表96：波司登集团海外市场经营策略分析

图表97：2015-2016年我国男装市场收入增速（单位：%）

图表98：2015-2016年我国男装市场营收累计增速（单位：%）

图表99：我国男装行业的生命周期阶段

图表100：2015-2016年我国高端男装零售额及预测（单位：十亿元，%）

图表101：2015-2016年我国男装市场毛利率增速（单位：%）

图表102：2015-2016年我国男装主要品牌毛利率水平（单位：%）

图表103：2015-2016年我国男装去库存进程（单位：%）

图表104：2014年我国男装主要品牌存货余额（单位：亿元）

图表105：2014年我国男装主要品牌xiao售额及市场占有率（单位：亿元，%）

图表106：国内男装行业竞争相对缓和

图表107：国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比

图表108：2014年我国主要男装品牌zui新门店数量（单位：家，%）

图表109：2014年我国主要男装品牌xiao售门店数量及直营店数分布（单位：家）

图表110：2013-2015年我国主要男装品牌订货会情况（单位：%）

图表111：2015-2016年我国女装市场规模增速（单位：亿元，%）

图表112：我国女装市场容量及高端女装市场容量占比（单位：%）

图表113：我国女装行业的生命周期阶段

图表114：我国女装品牌的发展历程

图表115：我国ling先高端女装品牌创立时间

图表116：我国高端女装行业发展特点

图表117：2015-2016年我国女装市场毛利率增长情况（单位：%）

图表118：2015-2016年我国女装市场净利率增长情况（单位：%）

图表119：2014年我国主要女装品牌的利润水平（单位：%）

图表120：2015-2016年我国主要女装品牌的存货周转率（单位：次）

.....略

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/248426248426.html>