# 2018年中国服装行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究

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年中国服装行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/fuzhuang/329524329524.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

一、行业发展概述及发展趋势

1、服装行业整体市场规模　国家统计局和Wind数据显示，2012-2016年，我国居民人均可支配收入由16,510.00元增至23,821.00元，年复合增长率为9.60%。随着人均可支配收入的持续增加，我国居民用于服装的消费支出也在不断增长。

图表：2012-2016年全体居民人均可支配收入

根据国家统计局和 Wind 数据，中国服装市场零售额由 2012 年的 7,021.50亿元增长至 2016 年的 10,217.60 亿元，年复合增长率为 9.83%。

图表：2012-2016年中国服装市场零售额

2、服装市场发展趋势

随着居民收入提高及消费升级，中国服装市场发展迅速，未来，服装行业将呈现以下发展趋势：

1）国内品牌海外并购提速：国外高端服装品牌和快时尚品牌进入国内市场，导致国内服装市场的竞争日趋激烈，刺激了服装企业在经营模式上的转型和升级。此外，为丰富自身的产品矩阵和布局海外市场，部分服饰品牌企业开始进行海外并购或作为国外服装品牌在国内的代理商，服装企业的海外并购为企业提供了转型高端、丰富自身产品组合、提升品牌形象以及拓展国际业务的机会。

2）实施多品牌战略：随着消费者收入的增加及其消费观念的转变，消费者群体趋于细分化、多元化。同一个消费者在不同场合对服装亦有不同的需求。单一品牌公司在设计上只能满足单一群体的需求，具有很大的局限性。因此越来越多的服装企业实施多品牌战略以覆盖不同的细分市场，满足消费者的多样化需求，多品牌策略可分散单一品牌带来的系统风险。

3）消费者品牌意识加强：在消费者受教育程度不断提高、经济实力不断增强的大背景下，消费者的消费观念不断升级，在选购服饰产品时越来越倾向于选择体现自身地位、个人风格的品牌服装。因此，未来具有品牌价值的服装企业发展潜力巨大。

4）线上线下渠道结合：线上销售凭借营销费用较低、销售时间、空间不受限制、顾客范围广等优势，在整个服装营销渠道中发挥着越来越重要的作用。在线下渠道中，商场、购物中心在购物环境、试衣体验、聚集人气等方面则更具有优势，线上线下渠道将高度融合，为消费者提供更好的购物体验。

5）互联网、智能化渗透：互联网与智能化技术将在制造、营销、零售等多个方面对服装行业产生深刻影响。在制造方面，融合大数据、互联网远程监控、互联网即时数据技术的智能制造技术，将帮助服装企业用更少的人力和成本制造出更高质量的服装产品。在营销方面，通过在线下实体店安装互联网智能化设备（如智能导购、3D 立体试衣镜等），将给消费者带来更好的消费体验。

二、市场供求状况及变动原因

根据国家统计局数据，我国服装产量由 2012 年的 267.28 亿件增至 2016 年的 314.52 亿件，年复合增长率为 4.15%。

图表：2012-2016年中国服装产量

服装产量仅为我国各年内销服装产量，不包括出口服装产量

三、行业利润水平的变动趋势及原因等

中高端服装市场，由于品牌创立、产品研发、供应链管理和渠道营销等方面均有较高的行业壁垒，可以保持较高的毛利率。

图表：行业可比上市公司毛利率情况对比

上述公司毛利率有所差异，主要由于各公司品牌定位、行业地位、经营策略及业务模式等方面存在差异，但总体而言中高端品牌服装毛利率处于较高水平，且相对稳定。

观研天下发布的《2018年中国服装行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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服装交易所等，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、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 国中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 2015-2017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 2018-2024年世界服装行业分布走势预测
第七节 2018-2024年全球服装行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、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、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 2015-2017年中国服装行业需求特点与价格走势分析
第一节 中国服装行业消费特点
第二节 中国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 服装行业成本分析
第三节 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
第四节 中国服装行业价格现状分析
第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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（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 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 2018-2024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2018-2024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
第二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
第三节中国服装行业价格策略
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（GYZQ）

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/329524329524.html