

# 2018年中国服装行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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《2018年中国服装行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/329525329525.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、影响行业发展的有利因素

#### 1、国家产业政策支持自主品牌建设

2016年，工信部颁布《纺织工业发展规划（2016-2020年）》强调利用现有资金渠道，支持纺织行业科技创新、技术改造、智能制造、绿色制造、品牌建设、行业服务平台建设等。同年，中国服装协会颁布《中国服装行业“十三五”发展纲要》亦指出加强品牌创新，明晰品牌定位，强化差异化竞争，鼓励商业模式创新。服装行业健康、有序的发展有利于国内自主品牌的发展。

图表：近年来，服装行业所涉及的主要发展政策

#### 2、收入提升促进服装消费升级

近年来，我国居民人均收入保持着每年近10%的增长速度。我国《十二五规划纲要》中指出，城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入计划分别年均增长7%以上。人均可支配收入持续增长的背景下，养老、医疗、住房等社会保障体系的不断完善，将有利于激发社会居民的服装消费潜力。

#### 3、新零售发展为行业创造有利的市场环境

电子商务、在线支付、大数据等行业变革对营销产生重要影响，新零售的快速发展，推动品牌企业利用精准营销等技术，在消费者全生命周期的不同阶段，与消费者直接接触和互动，提升消费者忠诚度，促进销售的增长。拓宽在线销售渠道的同时，传统服装企业亦注重实体店的进一步改善，通过店铺升级、增加智能化设备（如智能导购、3D立体试衣镜等）、提供个性化服务等方式提升消费体验，在销售收入获得增长的同时扩大知名度，建立良好的口碑。

### 二、影响行业发展的不利因素

#### 1、行业竞争日益激烈

近年来，国际知名服装企业纷纷加大中国市场开拓力度，与国内品牌展开激烈的竞争。国际知名服装企业在资金实力、研发技术、供应链整合、品牌知名度与市场营销方面具有优势。与此同时，国内服装企业也不断扩张渠道，提升品牌影响力，市场竞争日趋激烈。

#### 2、产品同质化问题严重

我国服装行业起步较晚，过去以生产加工为主，缺乏技术研发、产品设计、营销方面的高端专业人才，在自主创新设计能力上较为欠缺，大多品牌风格不明显，尚未形成清晰的商品企划思路，亦缺乏根据自身品牌定位及时尚潮流趋势设计差异化产品的能力，产品带有明显的模仿痕迹，缺乏创意，同质化严重。

#### 3、知识产权保护滞后

产品的款式设计、品牌的形象标识是品牌服装企业重要的知识产权，我国服装行业普遍

存在知识产权保护制度滞后、侵权行为打击力度不足等问题，企业维权成本较高。行业内抄袭服装款式设计、盗用知名品牌的侵权行为仍普遍存在，不利于行业自主品牌及技术创新的发展。

观研天下发布的《2018年中国服装行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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

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

#### 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关键客户战略实施

- 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/329525329525.html>