

2020年中国服装行业分析报告- 市场深度分析与未来规划分析

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《2020年中国服装行业分析报告-市场深度分析与未来规划分析》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/422699422699.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

服装产业是我国国民经济的重要组成部分，经过多年发展，行业逐渐向品牌、设计、渠道等竞争方向转变，企业管理水平不断提升，其产业体系不断完善。具体来看，服装行业上游主要是以棉麻、毛丝、化纤、纺纱、染料等为主的原材料，下游为百货商场、购物中心、专卖店、电商平台等销售渠道，最终应用于消费者。

服装行业产业链

资料来源：公开资料整理

上游方面：纱和棉花是服装行业的原材料之一，得益于原材料的充足供给，我国服装行业发展十分迅速。数据显示，2019年全国纱产量为2892.1万吨，同比下降1.8%。截至2020年1-8月，全国纱产量为1629.4万吨，同比下降13.0%。在棉花产量方面，由于近年来我国棉花去库存进展较快，产量总体趋于稳定，2019年全国棉花总产量达588.9万吨，同比下降3.5%。

2015-2020年1-8月中国纱产量统计

数据来源：国家统计局

2013-2019年中国棉花产量

数据来源：国家统计局

现阶段，服装行业上游相关企业主要有山东康平纳集团有限公司、天虹纺织集团有限公司、华纺股份有限公司等。

服装行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

山东康平纳集团有限公司

煤炭批发经营；毛纺织产品、服装、鞋帽生产等

技术优势：是国家高新技术企业、国家技术创新示范企业。现拥有国家认定企业技术中心、国家国际科技合作示范基地、重点实验室、院士工作站、工业设计中心等国家省部级研发机构

品牌优势：先后承担完成国家863计划、科技支撑计划、智能制造专项等国家省部级科研项目80多项，荣获国家省部级科技进步奖11项

天虹纺织集团有限公司

高附加值时尚棉纺织品的制造与销售

产业布局优势：目前已在江苏的常州、泰州、南通、徐州、淮安，山东济宁、淄博，浙江的浦江，广东珠海、湛江、佛山，越南同奈省、太平省、广宁省，柬埔寨金边市，以及土耳其、墨西哥、尼加拉瓜拥有大型产业基地

销售网络优势：拥有中国市场及全球主要市场全覆盖的销售办事处，逾三千名国内外优质客户，2019年销售额超过220亿人民币

华纺股份有限公司

纺织、印染、家纺成品、服装、热电、房地产及金融和信息服务等

研发技术优势：公司获滨州市专利奖2项,中国质量评价协会科技创新奖卓越领导者奖一项、成果奖一项、产品奖一项,中国纺织工业联合会科学技术进步奖一项,获得2015年香港桑麻纺织科技奖二等奖一项,中国纺织工业联合会“全国纺织行业技能人才培养突出贡献奖”

品牌优势：“蓝铂”品牌相继获得“中国最具优良品质儿童家纺大奖”、“中国最具科技创新家纺品牌”、“山东省名牌”等荣誉。此外,服装公司设计的校服系列,获得全国“2015年最美校服”称号

网络优势：自2012年开始,公司正式开启电子商务营销模式。公司设立了滨州华创网络科技有限公司,搭建了“华创迅采”电子采购公共运营平台,专注于“采购管理+IT实现”服务模式,为采购企业与供应商提供一个公开、公平、公正的共赢采购服务平台资料来源：公开资料整理

中游方面：伴随着服装消费需求的多元化，行业面临转型升级压力，产业规模增速下降。数据显示，2019年，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量244.72亿件，同比增长3.28%；累计实现营业收入16010.33亿元，同比下降3.45%；利润总额872.83亿元，同比下降9.75%。

2020年以来，受益国内疫情有效防控、内需市场逐步回暖，我国服装行业生产供给能力持续改善，行业运行保持稳定恢复态势，但行业依然面临着压力。2020年1-7月，中国规模以上服装企业服装产量114.39亿件，同比下降13.42%；实现营业收入7005.92亿元，同比下降15.01%；利润总额294.97亿元，同比下降26.28%。

2014-2020年1-7月中国服装行业规模以上企业服装产量

数据来源：国家统计局

2015-2020年1-7月中国规模以上服装企业营业收入

数据来源：国家统计局

2015-2020年1-7月中国规模以上服装企业利润总额数据来源：国家统计局

服装类型多样，有女装、男装、运动装、童装等等，品牌众多，其中女装占据服装消费主体市场。以中高端女装为例，现阶段，服装行业相关企业主要有欣贺股份有限公司、朗姿股份有限公司、锦泓时装集团股份有限公司、深圳歌力思服饰股份有限公司、安正时尚集团股份有限公司等。

服装行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

欣贺股份有限公司

中高端女装的设计、生产和销售

品牌优势：公司已形成JORYA、JORYA weekend定位高端，NM NI(恩曼琳)、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI和QDA定位中高端的金字塔式的品牌架构，形成了对女装市场多维度、深层次的渗透

营销渠道优势：具备完善的、基本覆盖全国的销售网络体系；主要店铺均开设在大型连锁商场和购物中心；以自营模式经营为主

强大的独立研发设计能力：各品牌独立设计，最大化品牌差异；设计团队经验丰富，深谙中高端女装时尚发展趋势；较高的研发设计投入

优质客户：公司凭借独特的品牌风格、精致的产品，培育了一批忠实的顾客群。公司制定了VIP会员制度，以增强品牌黏性、回报客户

高效的供应链管理体系：公司以信息系统为依托，将企划、设计、采购、生产、销售、物流等部门有效组织为一体，实施协同运作，已形成一套行之有效的供应链管理体系

朗姿股份有限公司

生产服装、服饰；销售服装、服饰、鞋帽箱包及其相关配件、童装、婴幼儿用品、化妆品、玩具、皮革制品等，主攻中高端女装市场

有平台化和国际化基因的时尚品牌运营能力：公司不断孕育出引领时尚潮流的新品牌,积累了丰富的中高端女装时尚品牌的孵化经验,掌握了将中高端女装时尚品牌产业化运营及推广的能力

领先的设计研发能力：公司拥有一支高素质、国际化的设计研发队伍,在北京、韩国分别设立了研发设计中心；紧跟欧美潮流，每年都派出设计师、面料采购经理及商品经理赴欧美日韩等国市场进行学习考察，根据自身的品牌定位，选用合适的面料，提升产品的技术含量和附加值

销售终端网络：公司目前共有353家高端销售终端，在全国近百个经济较发达的一、二线城市及部分消费实力雄厚的三线城市建立了营销网络和渠道

锦泓时装集团股份有限公司

服装、服饰设计、生产、销售；时装面料、辅料、鞋帽、箱包、皮革制品、仿皮革及仿皮毛制品、首饰与配饰的设计、开发与销售等。主要从事VGRASS品牌高档女装的设计、生产及销售

研发投入优势：公司在上海、南京、韩国首尔分别设立了研发设计中心,在意大利米兰设立海外分公司，并与曾任职国际一线奢侈品品牌的创意总监和店铺形象设计师合作,大幅提升公司产品和形象设计水平

互联网营销：公司始终将“移动互联网”作为重点发展方向,大力开展O2O项目。通过移动技术,深度强化顾客服务与互动,嵌入售前售中售后关键环节,打造顾客全渠道尊贵体验。公司正通过线上线下顾客服务、网络推广、活动推广等方式加大聚粉力度,并已开设移动网上商城,打通线上销售环节,增加连带销售额

深圳歌力思服饰股份有限公司

品牌女装的设计研发、生产和销售

完备的产品研发系统及持续提升产品研发能力：公司设计研发中心建设已基本完成,新研发中心完善了企划、设计、技术开发和展示功能；公司先后聘请了来自法国、意大利、韩国、台湾地区的设计咨询顾问以及韩国版型技术顾问,协助公司提高设计研发团队素质,提升品牌形象

全国布局渠道网络：公司采用直营与分销相结合的模式建设全国性的营销渠道

安正时尚集团股份有限公司

中高档自主品牌时装的研发、生产和销售

自主品牌优势：公司始终坚持自主品牌发展之路,相继创立了“玖姿”、“尹默”、“安正”三大各具特色、相互补充的中高档时装品牌,并于2014年收购了“摩萨克”与“斐娜晨”两大新兴时装品牌,从而形成了一个结构稳固、风格多样、定位互补的“金字塔式”品牌阵营

研发设计优势：公司始终把产品的研发设计工作放在基础、核心位置,以专业的研发团队、开放的创新机制以及丰硕的研发成果,为广大消费者提供了时尚舒适、形象鲜明、款式丰富的品牌时装

营销渠道优势：在公司品牌中,“玖姿”女装采取加盟与直营并重的销售模式,分别处于品牌成长期的“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”则主要采取直营模式为主,适当发展加盟模式。“安娜寇”则采用互联网电商模式。在此基础上,基于互联网的发展,依托公司信息化系统,建立了全渠道营销模式,满足顾客在不同时间、地域和不同渠道对产品购买及体验的需要,实际各营销渠道的融合资料来源：公开资料整理

下游方面：服装销售渠道包括传统的百货商场、街边店，以及购物中心、电子商务等新兴的商业零售。据统计，2020年8月份，我国服装类商品零售类值同比增长4.4%，是今年以来的首次月度正增长。从零售企业服装零售额来看，2020年8月份全国重点大型零售企业服装零售额同比下降10.1%，降幅环比收窄4.4个百分点。零售量方面，2020年8月，全国重点大型零售企业服装零售量同比下降10.9%，降幅环比收窄6个百分点。

2019-2020年8月全国重点大型零售企业各类服装各月零售额增速

数据来源：中华全国商业信息中心

2019-2020年8月全国重点大型零售企业各类服装各月零售量增速

数据来源：中华全国商业信息中心

现阶段，服装行业下游相关企业主要有王府井集团股份有限公司、唯品会（中国）有限公司、金鹰国际商贸集团（中国）有限公司等。

服装行业下游相关企业情况

企业名称

主营

业务

企业竞争

优势

王府井集团股份有限公司

商品零售和商业物业出租业务,覆盖传统百货、购物中心、奥特莱斯及超市四大主力业态具有坚实的主业平台及跨区域发展布局:王府井的门店现已遍布中国六大经济区域,初步构建了由点及面的门店网络布局

成熟的百货经营管理模式和全新的业态架构:王府井在成熟的零售经营管理体系的基础上,积极推动转型战略的落地,搭建全新的经营架构,王府井将在未来转变为一个包含百货、购物中心、奥特莱斯三大业态,并且拥有线上自建零售渠道的全渠道零售商

上下游资源优势明显:王府井与超过2000家国内外知名零售品牌商、功能服务合作商、地产商形成了长期稳定互利共赢合作关系,还与上海百联股份、香港利丰集团联盟打造合资公司,共同推动供应链的完善,探索新型品牌开发管理模式

电商业务:王府井百货网上商城(www.wangfujing.com)定位轻奢购物网站,网上商城、天猫官方旗舰店、移动商城、微店+各门店的全渠道立体化销售体系建设完成并投入运营,通过LBS线上引流到门店,实现线下消费,打通全渠道营销,助力实体门店跨渠道获客

唯品会(中国)有限公司

互联网在线销售品牌折扣商品,涵盖名品服饰鞋包、美妆、母婴、居家、生活等全品类

品牌优势:2020年9月10日,入选全国工商联发布的2020中国服务业民营企业100强榜单,排名第27位。同日,2020中国民营企业500强榜单发布,唯品会(中国)有限公司位列第75位,2019年营业收入8675323万元

金鹰国际商贸集团(中国)有限公司

高级时尚百货连锁零售业务

连锁化发展网络:百货店分布于江苏、安徽、陕西、云南以及上海共四省一市,覆盖上海、南京、南通、扬州、常州、徐州、泰州、淮安、盐城、宿迁、溧阳、合肥、淮北、西安和昆明共15个城市

自有品牌优势:本集团通过专业团队发展提升自有品牌,通过提供具有差异性和丰富度的品牌组合,以及高性价比的商品,致力增强自身品牌的竞争力,迎合目标顾客的消费需求,实现「金鹰」自身品牌价值的提升

全渠道服务业务模式:大力推行全渠道营销,通过企业网站、「掌上金鹰」手机应用、微信、微博等多元化的营销平台向顾客实时有效传递促销信息,优化顾客购物体验,进一步激发顾客的主动消费意愿

领先同业的智能商业管理系统:公司所有连锁店已联机领先同业的智能信息管理系统,以标准化的管理体系管理每家连锁店资料来源:公开资料整理(CT)

供商与综合行业信息门户。《2021年中国服装行业分析报告-市场深度分析与未来规划分析》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 2017-2020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 中国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 2017-2020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 2021-2026年世界服装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球服装行业市场规模预测

第三章 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、全社会消费品服装总额

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、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、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 2017-2020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 2017-2020年中国服装行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装行业消费市场动态情况

第二节 中国服装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 服装行业成本分析

第四节 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

第五节 中国服装行业价格现状分析

第六节 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 2017-2020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

四、华南地区服装市场规模预测

第九章 2017-2020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（PEST）

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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国服装行业发展战略及规划建议

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 2021-2026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
- 第三节 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
- 第四节 中国服装行业价格策略
- 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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/422699422699.html>