2021年中国服装市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2021年中国服装市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/536481536481.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

服装是衣服、鞋、装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为：缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。服装有三方面作用，分别为保健、装饰和工业用途。

1、产业链

从服装行业产业链来看，上游主要为棉麻、毛丝、化纤、纺纱、染料等原材料的供应；行业下游主要为各渠道销售，包括专卖店、百货商场、购物中心、电商平台等。

服装行业产业链

数据来源：公开资料整理

2、政策环境

目前我国对于服装行业并没有针对性的法律法规，其相关政策多集中在轻工纺织、制造业等大行业方面。2019年8月，工信部发布了《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》，制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布；培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制，高端定制；持续开展纺织服装创意设计园区(平台)试点示范工作。

中国服装行业相关政策

法规及政策

日期

发布部门

涉及内容

《中国制造2025》

2015年5月

国务院

大力发展先进制造业，改造提升传统产业，推动生产型制造向建设品牌文化，引导企业增强以质量和信誉为核心品牌意识，树立品牌消费理念，提升品牌附加值和软实力

《中国服装制造2020推进计划》

2016年5月

中国服装协会

瞄准国际服装制造先进水平，积极推动服装制造向服务化转型加强科学技术与文化艺术的融合创新，倡导品牌专业化、精细化发展提升自主品牌竞争力

《中国服装行业“十三五”发展纲要》

2016年5月

中国服装协会

强化产业文化建设，以塑造产业文化软实力为目标，建立现代服装产业文化体系；聚焦市场

需求和市场细分，进一步强化差异化定位，将品牌内涵嵌入消费者心智

《纺织工业发展规划(2016-2020年)》

2016年9月

工信部

优化产品供给结构，扩大中高端纺织服装产品供给，大力推进品牌建设技术改造、智能制造、绿色制造、品牌建设、行业服务平台建设等；利用现有资金渠道，支持纺织行业科技创新

《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》

2018年9月

中共中央、国务院

加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用；坚持消费引领，倡导消费者优先；培育中高端消费市场，形成发展势头良好、带动力强的消费新增长点；促进实物消费提档升级

《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》

2019年8月

工信部

制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布；培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制，高端定制；持续开展纺织服装创意设计园区(平台)试点示范工作

《关于加快培育共享制造新模式新业态，促进制造业高质量发展指导意见》

2019年10月

工信部

加快形成以制造能力共享为重点，以创新能力、服务能力共享为支撑的协同发展格局；培育发展共享制造平台，依托产业集群发展共享制造，完善共享制造发展生态，夯实共享制造发展的数字化基础数据来源：公开资料整理

3、市场分析

根据数据显示，我国服装行业市场规模稳定上升，从2012年的1.42万亿元增长至2018年的2.08万亿元，复合年增长率为6.57%；到2019年中国服装行业市场规模达到2.19万亿元，同比增长5.29%。

2012-2019年中国服装行业市场规模

数据来源：公开资料整理

产量方面，自2016年后我国服装行业规模以上企业服装产量持续下降，到2018年降至222.74亿件，同比下降22.61%；2019年出现回升，我国服装行业规模以上企业服装产量为244.72亿件，同比增长9.87%；受到新冠疫情的影响，2020年我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量持续下降，为223.73亿件，同比下降8.58%。

2015-2020年中国服装行业规模以上企业服装产量

数据来源：公开资料整理

4、需求分析

需求方面，在我国服装行业市场规模中，女装市场占比较大，达到40%；其次是男装，占比为23%；然后是运动与童装市场，占比分别为11%、8%；其他服饰占比共18%。

中国服装行业细分市场占比

数据来源：公开资料整理

随着我国电商行业的迅速发展，消费者购买服装的渠道从线下逐渐偏移向线上，到2019年中国消费线上服装购买占比达到76.9%，线下渠道占比为23.1%。

2019年中国消费者购买服装渠道占比

数据来源：公开资料整理

5、技术分析

随着科技产业的快速发展，大数据的形成、计算能力的提升及网络设施的提升促进人工智能发展进入新的阶段，智能化、网络化行业升级发展的重要方向。未来服装行业将进一步实现5G+互联网、云技术、物联网、智能机器人等人工智能技术在各个关键环节的应用。

(LJ)

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国服装市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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
- 四、服装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、服装行业需求主体分析

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、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、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 欧洲服装行业地区市场分析
 - 一、欧洲服装行业市场现状分析
 - 二、欧洲服装行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲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 我国服装行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国服装行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析

二、中国服装行业市场集中度分析

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 中国服装行业钻石模型分析

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 服装行业成本结构分析

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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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、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 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

第四节 服装行业竞争力提升策略

- 一、服装行业产品差异性策略
- 二、服装行业个性化服务策略
- 三、服装行业的促销宣传策略
- 四、服装行业信息智能化策略
- 五、服装行业品牌化建设策略
- 六、服装行业专业化治理策略

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

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/536481536481.html>