

2021年中国国潮服饰行业分析报告- 行业发展现状与发展潜力预测

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年中国国潮服饰行业分析报告-行业发展现状与发展潜力预测》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/fangzhi/556618556618.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

国货品牌在各大消费领域影响力与日俱增，引导消费进入“国潮”新时代。2020年，消费者对于国货品牌的消费潜力持续释放，对国货品牌的消费倾向上升了约35%。当前国潮在多个消费领域兴起，例如服饰、功能性护肤品、美瞳、口腔护理行业，国货产品往往有着独特的“中国风”潮流设计风格，自带中国传统文化IP属性，国货品牌的创新创意吸引了大批的新生代消费者，年轻人特别是Z世代正在成为国货品牌的消费主力军。

一、国潮服饰驱动因素

1.消费主体转型、民族自信与产品力增强驱动国潮崛起

根据观研报告网发布的《2021年中国国潮服饰行业分析报告-行业发展现状与发展潜力预测》显示。Z世代逐渐成为消费主力军，人均可支配收入高，消费理念发生转变，衣着消费从生活必需品变为追求美观、时尚，通过穿着潮流服饰体现自己的生活态度。Z世代指1995-2009时间段出生的人，这一代人目前正逐渐成为消费主力军。根据数据显示，2019年Z世代的人均消费性支出为3840.7元/月，同比增长9.7%，高于城镇居民人均消费性支出，并且在未来5年Z世代将成为社会工作的中坚力量，消费性支出或持续增加。

2019年Z世代人均消费性支出 数据来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的资料显示，Z世代消费类型结构中，服装鞋帽与餐饮支出为其主体：餐饮支出为1455元/月，占比38%；服装支出为822元/月，占比21%。而在消费观念方面，根据腾讯数据，百搭、符合潮流等外观因素占比分别为28%、25%，人们对服装的选择在考虑实用性的同时也兼顾考虑服装外观的时尚性。

2019年Z世代消费性支出结构数据来源：观研天下整理

人们选择性购买服装的原因TOP10数据来源：观研天下整理

2.国家影响力与自豪感的快速提升是国潮崛起的内驱力

近20年来，中国国际地位不断提升，其体现在航空航天等技术代表下的科技实力，世博会、奥运会创办期间的民族文化输出，抗击疫情时期的人民与国家意志的团结统一等方面。

近20年中国大事件一览数据来源：观研天下整理

而在国际实力与影响力提升的同时，民族自信与自豪感随之提升。根据中国青年报社数据，从60后到00后，人们的民族自豪感逐步提升，90后打分为9.21，00后打分为9.38。

不同年龄段的人群民族自豪感调查打分（10分满分）数据来源：观研天下整理

3.国产品牌的设计、科技、质量近年快速提升，推动国潮发展

服装服饰产品的核心竞争力是穿着的舒适感与设计的美感，国产品牌近年来提升明显。舒适感方面，Nike的airzoom与Adidas的boost等技术世界领先，主要应用于鞋子的中底，国产品牌虽然经验与技术沉淀不如Nike与Adidas，但近年来在科技创新方面取得突破，比如安踏的A-flashfoam、361°的Quikfoam与李宁的Drivefoam，其中Drivefoam与boost同属德国巴斯夫公司开发出来的材料。

国内外运动鞋品牌核心科技

品牌

科技名称

作用原理

Nike

airzoom

气垫内含一种特殊的气体，以高压的方式灌入坚韧的合成橡胶内，NikeAirZoom气体分子吸收外来的振动和冲击压力，然后很快的恢复原来的样子，并准备吸收下一次冲击。同时，它并不会随着鞋子的生命周期而磨损。

Adidas

boost

将TPU如同爆米花一样分拆成数以千计的微型能量胶囊，可以像爆米花一样膨胀到原来体积的10倍，Boost最大的特点就是高弹性的反馈。

361°

Qu!kfoam

靠透气孔结构，以及透气孔中间的气体，来让材料本身具有回弹的效果。

安踏

A-flashfoam

能够很好地吸收落地时的强大冲击力，而后把能量转化成反弹力，实现缓冲与回弹的完美转换。

李宁

Drivefoam

和Adidas的boost同属同源，都是德国巴斯夫公司开发出来的材料。Drivefoam同样拥有极其软弹的脚感，和出色的缓震。和boost比唯一不足的地方，是同体积下会更重一些。数据来源：观研天下整理

时尚方面，海澜之家、李宁、安踏等国产品牌在2018、2019年踏上国际时装秀的舞台，国产品牌在设计方面开始走出国门走向世界。由此可见，近年来国产品牌的产品力迅速提升，并逐步走向国际。

近年国产品牌参加国际时装秀事件

年份

品牌

国际时装秀

2006年

吉芬登

巴黎时装周

2006年

上海丝绸集团的 lily 和广东丝绸集团的丝丽(silique)

米兰国际时装周

2007年

无用登

巴黎时装周

2008年

利朗

东京时装周

2018年

波司登

维多利亚的秘密大秀

2018年

康师傅、云南白药

纽约时装周中作为设计元素

2019年

李宁

纽约时装周

2019年

海澜之家

伦敦男装周

2019年

海澜之家

巴黎时装周

2019年

安踏

纽约时装周数据来源：观研天下整理

二、国产品牌企业纷纷转型升级

因此，对于国产服饰品牌顺应国潮之风，基于自身战略定位积极转型创新，例如重视产品研发，提升产品竞争力，像李宁以李宁品牌为主进行多品类、多渠道经营，打造“李宁式体验价值”。

国产服饰品牌企业的转型战略主要内容数据来源：观研天下整理

各国产品牌转型创新

品牌

战略转型

具体措施示例

太平鸟

持续推进的品牌年轻化、潮流化战略，聚焦年轻消费群体，形成多品牌矩阵，优化渠道结构与史努比、龙珠、喜茶、花木兰等热门卡通及IP进行创新跨界合作；线上积极布局抖音、快手等新型渠道

李宁

以李宁品牌为主进行多品类，多渠道经营，打造“李宁式体验价值”

赞助知名国际体育赛事，签约球星，明星；建立品牌体验店，提升消费者购物体验，加深消费者对品牌感知度

特步

在跑步细分领域实施“产品+”、“体育+”、“互联网+”的“3+战略”，构筑和完善“赛事、装备、服务、社交”的跑步生态圈

赞助国内马拉松赛，举办趣味马拉松；加强跑步装备的科技属性，让跑者能够及时获得相关数据，并对运动大数据进行分析、云计算，对跑者身体恢复提出科学指导

361度

品牌重塑，推进公司的品牌形象国际化、年轻化、高端化

361度在上海推出与纽约著名设计工作室STAPLEDESIGN合作的M1°RO系列产品；与印尼太阳百货达成合作，乘亚运东风进入印尼市场，拓展海外市场带来新增长点

安踏

推行“单聚焦、多品牌、全渠道”的战略，通过DTC实现以消费者为中心和人、货、场的重塑，形成从产品开发、运营到营销的良性闭环

投资15亿元兴建的整合自动化存储、分拣、配送及大数据中心的“一体化物流园”；旗下品牌FILA携手著名时装设计师JasonWu推出全新的JASONWUXFILA高级运动时装系列，于香港太古坊Artistree发布

森马

品牌升级，剥离亏损业务Kidiliz，聚焦年轻消费群体

布局B站、抖音、天猫、微信、各大购物中心、电竞及圈层粉丝社群等全域渠道，在线下粉丝观赛会、游戏化直播互动、社群互动等进行营销互动

波司登

聚焦主品牌、聚焦主航道“羽绒服领域”

持续研发羽绒服专业性能上，已累计发明、实用新型及外观专利共231项；与爱马仕设计师高缇耶两次合作，推行专业、时尚、保暖兼具的功能服饰概念数据来源：观研天下整理

1) 李宁：以李宁品牌为主进行多品类、多渠道经营，打造“李宁式体验价值”

2018年李宁推进战略转型，采取策略“单品牌、多品类、多渠道”，以李宁品牌为主进行多品类经营，打造“李宁式体验价值”。产品转型方面，将运动属性与设计、科技、文化、潮

流等属性融为一体，李宁将中国文化加入潮流设计，以“中国李宁”运动时尚系列强势回归，不断提升产品品质和设计水平，强化产品时尚度和创意度。另外，李宁通过优化多渠道、提升运营效率，创新营销等举措，实现强劲复苏。有效的转型战略推动了公司业绩的高增长，2019年实现营业收入139亿，同比增长32%，创十年来最快增速，归母净利润同比实现110%的高增速；在2020年，李宁的营业收入为144.57亿元，同比增长约4.2%。

2018-2021年上半年李宁营业收入统计情况数据来源：观研天下整理

2) 波司登：秉承“聚焦主航道、聚焦主品牌、收缩多元化”战略，提升羽绒服时尚性

波司登在2009--2013年不断加速渠道扩张，并于2013财年达到顶峰13009家；随后2014年行业步入寒冬，公司积极优化零售网络，关闭低坪效门店，提升店铺质量，至2017年渠道调整接近尾声。2018年，波司登开始战略转型，秉承“聚焦主航道、聚焦主品牌、收缩多元化”的战略，专注羽绒服核心业务，精简多元化服装业务。在产品方面，公司相继与Moncler前男装首席设计师、巴黎世家和LV前设计师等推出联名款；在营销方面，通过综艺冠名、走秀等方式与年轻消费者建立链接，多次登陆纽约、伦敦时装周，重新激活品牌力。而有效的转型战略推动了公司业绩的高增长，连续五年实现营业收入和归母净利润的双位数增长，品牌内生实力强劲。

2017-2020年波司登营业收入及增长情况数据来源：观研天下整理

2017-2020年波司登归母净利润及增长情况数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国国潮服饰行业分析报告-行业发展现状与发展潜力预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国国潮服饰行业发展概述

第一节 国潮服饰行业发展情况概述

- 一、国潮服饰行业相关定义
- 二、国潮服饰行业基本情况介绍
- 三、国潮服饰行业发展特点分析
- 四、国潮服饰行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、国潮服饰行业需求主体分析

第二节 中国国潮服饰行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、国潮服饰行业产业链条分析
- 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、中国国潮服饰行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国国潮服饰行业生命周期分析

- 一、国潮服饰行业生命周期理论概述
- 二、国潮服饰行业所属的生命周期分析

第四节 国潮服饰行业经济指标分析

- 一、国潮服饰行业的赢利性分析
- 二、国潮服饰行业的经济周期分析
- 三、国潮服饰行业附加值的提升空间分析

第五节 中国国潮服饰行业进入壁垒分析

- 一、国潮服饰行业资金壁垒分析
- 二、国潮服饰行业技术壁垒分析
- 三、国潮服饰行业人才壁垒分析
- 四、国潮服饰行业品牌壁垒分析
- 五、国潮服饰行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球国潮服饰行业市场发展现状分析

第一节 全球国潮服饰行业发展历程回顾

第二节 全球国潮服饰行业市场区域分布情况

第三节 亚洲国潮服饰行业地区市场分析

一、亚洲国潮服饰行业市场现状分析

二、亚洲国潮服饰行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲国潮服饰行业市场前景分析

第四节 北美国潮服饰行业地区市场分析

一、北美国潮服饰行业市场现状分析

二、北美国潮服饰行业市场规模与市场需求分析

三、北美国潮服饰行业市场前景分析

第五节 欧洲国潮服饰行业地区市场分析

一、欧洲国潮服饰行业市场现状分析

二、欧洲国潮服饰行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲国潮服饰行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界国潮服饰行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球国潮服饰行业市场规模预测

第三章 中国国潮服饰产业发展环境分析

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 中国国潮服饰行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国国潮服饰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 中国国潮服饰行业运行情况

第一节 中国国潮服饰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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国国潮服饰行业市场规模分析

第三节 中国国潮服饰行业供应情况分析

第四节 中国国潮服饰行业需求情况分析

第五节 我国国潮服饰行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国国潮服饰行业供需平衡分析

第七节 中国国潮服饰行业发展趋势分析

第五章 中国国潮服饰所属行业运行数据监测

第一节 中国国潮服饰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 中国国潮服饰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 中国国潮服饰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 2017-2021年中国国潮服饰市场格局分析

第一节 中国国潮服饰行业竞争现状分析

一、中国国潮服饰行业竞争情况分析

二、中国国潮服饰行业主要品牌分析

第二节 中国国潮服饰行业集中度分析

一、中国国潮服饰行业市场集中度影响因素分析

二、中国国潮服饰行业市场集中度分析

第三节 中国国潮服饰行业存在的问题

第四节 中国国潮服饰行业解决问题的策略分析

第五节 中国国潮服饰行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国国潮服饰行业需求特点与动态分析

第一节 中国国潮服饰行业消费市场动态情况

第二节 中国国潮服饰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 国潮服饰行业成本结构分析

第四节 国潮服饰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 中国国潮服饰行业价格现状分析

第六节 中国国潮服饰行业平均价格走势预测

一、中国国潮服饰行业价格影响因素

二、中国国潮服饰行业平均价格走势预测

三、中国国潮服饰行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国国潮服饰行业区域市场现状分析

第一节 中国国潮服饰行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区国潮服饰市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区国潮服饰市场规模分析

四、华东地区国潮服饰市场规模预测

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、华中地区国潮服饰市场规模分析

四、华中地区国潮服饰市场规模预测

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、华南地区国潮服饰市场规模分析

四、华南地区国潮服饰市场规模预测

第九章 2017-2021年中国国潮服饰行业竞争情况

第一节 中国国潮服饰行业竞争结构分析（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 中国国潮服饰行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国国潮服饰行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 国潮服饰行业企业分析（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年中国国潮服饰行业发展前景分析与预测

第一节 中国国潮服饰行业未来发展前景分析

一、国潮服饰行业国内投资环境分析

二、中国国潮服饰行业市场机会分析

三、中国国潮服饰行业投资增速预测

第二节 中国国潮服饰行业未来发展趋势预测

第三节 中国国潮服饰行业市场发展预测

一、中国国潮服饰行业市场规模预测

二、中国国潮服饰行业市场规模增速预测

三、中国国潮服饰行业产值规模预测

四、中国国潮服饰行业产值增速预测

五、中国国潮服饰行业供需情况预测

第四节 中国国潮服饰行业盈利走势预测

一、中国国潮服饰行业毛利润同比增速预测

二、中国国潮服饰行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国国潮服饰行业投资风险与营销分析

第一节 国潮服饰行业投资风险分析

一、国潮服饰行业政策风险分析

二、国潮服饰行业技术风险分析

三、国潮服饰行业竞争风险分析

四、国潮服饰行业其他风险分析

第二节 国潮服饰行业应对策略

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年中国国潮服饰行业发展战略及规划建议

第一节 中国国潮服饰行业品牌战略分析

一、国潮服饰企业品牌的重要性

二、国潮服饰企业实施品牌战略的意义

三、国潮服饰企业品牌的现状分析

四、国潮服饰企业的品牌战略

五、国潮服饰品牌战略管理的策略

第二节 中国国潮服饰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 中国国潮服饰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年中国国潮服饰行业发展策略及投资建议

第一节 中国国潮服饰行业产品策略分析

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 中国国潮服饰行业营销渠道策略

一、国潮服饰行业渠道选择策略

二、国潮服饰行业营销策略

第三节 中国国潮服饰行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国国潮服饰行业重点投资区域分析

二、中国国潮服饰行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/556618556618.html>