

2018-2023年中国服装行业市场供需现状调研与投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国服装行业市场供需现状调研与投资价值前景评估报告》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/296724296724.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）纺织品和服装行业需求端：上半年我国居民人均可支配收入稳定增长

国家统计局最新数据显示，2017年上半年，全国居民人均可支配收入12932元，比上年同期名义增长8.8%，扣除价格因素实际增长7.3%。

其中，城镇居民人均可支配收入18322元，名义增长，扣除价格因素实际增长6.5%；农村居民人均可支配收入6562元，名义增长8.5%，扣除价格因素实际增长7.4%。

2017年上半年，全国居民人均消费支出8834元，比上年同期名义增长7.6%，扣除价格因素实际增长6.1%。

其中，城镇居民人均消费支出11931元，名义增长6.7%，扣除价格因素实际增长5.1%；农村居民人均消费支出5174元，名义增长8.1%，扣除价格因素实际增长7.0%。人均衣着消费支出668元，增长2.4%，占人均消费支出的比重为7.6%。

购物中心渠道规模扩大，2017上半年全国大型购物中心新开业116家，项目数量同比增长28%。

大陆地区新开业8万平方米以上大型购物中心116个，GFA商业建筑面积1381万平方米，平均单体建筑面积11.9万方。按55%得房率计算则新增GLA商业租赁面积760万平方米，平均单体租赁面积6.5万方。

如剔除去年试营业今年正式开业项目7个及存量改造项目4个，净增项目为105个。区域方面，华东以54个新项目居首，就城市而言，杭州、重庆等新一线城市表现出色。

（二）纺织品和服装行业成本端：国储棉轮出成交率、交易量骤降

原材料方面，本周（7月31日-8月6日）国内外棉花价格均小幅下降。本周328中国棉花价格指数15,899元/吨（-0.02%），cotlookA指数85.00美分/磅（-0.06%）。

本周，国储棉竞拍成交价格继续下行，成交率与交易量双双骤降。本周成交价格继续下降，成交均价报14,472元/吨（-1.32%），折3128级棉均价报15824元/吨（-0.16%）。本周国储棉竞拍成交率骤然下降，其中7月28日成交率为47.69%，与上周相比同比下降40.79%

。

国储棉轮出本周平均成交量为16189.08吨（-31.44%），较上周有大幅下降。

其主要原因是由于上周五有关部门将储备棉轮出时间延长一个月的市场消息，虽然消息还未得到证实，但中储棉公布将增加40余万吨新疆棉出库公检的消息，因担心轮出期延长和疆棉抛储增加对市场的打压，棉花供应商出货心态增浓，加紧库存清理，成交价、成交率、交易量纷纷下降。

本周棉纱价格继续小幅下降。截止至2017年7月28日，中国纱线价格指数CYIndexJC40S报26,680元/吨（-0.08%），CYIndexC32S报23,055元/吨（-0.09%），CYIndexOEC10S报14,260元/吨（-0.07%）。

化纤类原材料降幅显著。粘胶长丝38,400元/吨（+0.00%），粘胶短纤15,850元/吨（+0.00%）；涤纶短纤8,216.67元/吨（-1.50%）、涤纶POY8,330元/吨（-1.42%）、涤纶DTY9,750元/吨（-1.02%）；涤纶短纤、涤纶POY、涤纶DTY价格均有下降，粘胶长丝、粘胶短纤价格维持稳定。

表：2017年后纱线价格涨跌

图：2008年以来的cotlookA指数

图：2008年以来的328中国棉花价格指数 图：2005年以来涤纶价格走势 图：2005年以来粘胶价格走势

图：2013年以来纱线价格走势

图：国储棉轮出成交价与成交量情况

（三）人民币汇率：本周稳中有升

本周人民币汇率持续小幅升值。人民币兑美元汇率中间价从6.7415变为6.7373，人民币周涨幅17个基本点。预计人民币汇率短期内预计将继续在合理均衡水平上保持基本稳定、双向浮动。

图：2008年以来的人民币汇率走势

四、下周股东大会召开日期

表：下周股东大会召开日期

中国报告网发布的《2018-2023年中国服装行业市场供需现状调研与投资价值前景评估报告》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。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。【报告目录】

第一章我国服装行业发展现状分析

第一节我国服装行业分类和特点

一、我国服装行业的分类情况

二、我国服装行业的特点

第二节我国服装业发展概况

一、近年服装业快速发展

二、服装企业中民营企业是主体

三、我国服装业将进入海外扩张时代

四、中国服装产业发展的第二次浪潮

五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征

第二章2014-2017年中国服装业运行情况分析

第一节2015年我国服装行业经济运行情况分析

一、2015年服装行业景气情况

二、2015年服装市场运行情况

三、2015年服装行业进出口情况

四、2015年服装行业投资情况

五、2015年服装行业经营情况

第二节2017年我国服装行业经济运行情况分析

一、2017年服装市场运行情况

二、2017年服装行业进出口情况

三、2017年服装行业投资情况

四、2017年服装行业经营情况

第三章2017年中国纺织服装业发展情况预测

第一节2017年中国纺织服装业政策环境分析

一、《关于印发重点跟踪培育服装家纺自主品牌企业名单的通知》

二、《商务部关于促进中国品牌消费的指导意见》

三、《服装生产企业安全生产标准化评定标准》

四、2017年“中国服装成长型品牌”和“中国服装优秀渠道品牌”

第二节2017年中国纺织服装业发展环境分析

一、2017年服装中报业绩现大面积负增长

二、2017年库存状况改善国内服装企业思变

第三节中国纺织服装业发展情况预测

一、供求预测

二、进出口预测

三、经营绩效预测

第二部分细分市场分析

第四章主要细分产品市场分析

第一节女装

一、中国女装消费主体

二、2018-2023年女装市场前景分析

三、2018-2023年中国女装行业发展趋势

四、2018-2023年中国女装行业竞争格局趋势

五、2018-2023年中国高级女装品牌发展趋势

六、2018-2023年中国高级女装市场发展趋势

第二节男装

一、2015年男装行业的形势特点

二、男装产业集群效应显著

三、男装市场前景良好

四、男装产业的发展趋势

第三节童装

一、2015年童装行业发展分析

二、童装行业的现状与未来解析

三、2017年童装行业市场需求逐步增大

四、2017年童装行业发展趋势解析

五、2017年儿童服装行业或将呈现上升态势

第四节内衣

一、中国内衣行业发展回顾

二、2015年中国内衣行业发展特征

三、中国内衣产业生命周期分析

四、中国内衣行业大范围的产业集群

五、中国内衣行业发展前景预测

六、我国内衣业市场潜力巨大

七、未来中国女性内衣市场发展空间巨大

第五节运动服装

一、2015年运动服装市场分析

二、2015年运动服企遭遇关店潮

三、2015年国际运动服装中国市场竞争分析

四、2015年本土运动装企业市场竞争分析

五、2017年运动品牌加快门店形象升级

六、2017年运动服生命周期

七、2017年全球运动服装市场预测

第六节羽绒服

一、我国羽绒服销量连续四年下降

二、我国羽绒服产业质量发展透视

三、2017年羽绒服企业市场环境分析

第七节休闲服装

一、现阶段休闲服产业概述

二、休闲时尚将成为未来主流

三、2015年休闲服饰品牌业绩低迷

第八节职业装

一、我国职业装市场分析

二、2017年中国职业装市场前景预测分析

第三部分产业集群及主要省市发展情况分析

第五章服装产业集群与企业西迁情况

第一节中国纺织服装产业集群与竞争力分析

一、产业集群概述

二、中国服装产业集聚模式

三、我国纺织产业集群崛起“中部军团”

四、服装业集群应以市场配置为导向

第二节中国纺织服装产业集群的合纵与连横

一、联盟的理论依据

二、联盟的内在动力

三、联盟的条件、目标和任务(案例分析)

四、联盟的实践

五、产业联盟的挑战

第三节东部沿海纺织服装企业西迁分布

一、东部沿海纺织服装西迁现状

二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性

三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果分析

四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况

五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路

六、结语

第四节我国纺织服装产业外向型转移的现实权衡

一、产业转移暗潮涌动

二、生产投资须因地制宜

三、外向型转移引人深思

第六章主要生产省市发展情况

第一节江苏省

一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列

二、“十三五”江苏服装产业发展回顾

三、“十三五”期间江苏省服装行业发展战略

四、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势

第二节浙江省

一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势

二、温州本土服装品牌积极开拓全国市场

三、温州服装行业结构调整方向及对策

四、“十三五”期间浙江省服装行业发展战略

第三节广东省

一、“十三五”广东服装业：产业集群双转移

二、2017年珠三角服装业面临新挑战“链竞争”凸显

三、广东省服装企业技术创新发展的对策研究

四、2017年深圳服装业发展分析

第四节上海市

- 一、上海市服装市场特点
- 二、上海市服装市场品牌特征
- 三、2017年上海纺织服装进口分析

第五节福建省

- 一、2017年福建省纺织服装出口快速增长
- 二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起
- 三、2017年福建省石狮市全面提升纺织服装产业质量

第六节湖南省服装产业发展情况分析

- 一、“十三五”湖南服装产业发展回顾
- 二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级
- 三、2017年打造湖南纺织服装千亿产业

第四部分市场营销分析

第七章消费者及需求分析

第一节消费者及影响服装需求因素分析

- 一、消费者群体规模简要分析
- 二、2015年中国城乡居民收入分析
- 三、2015年居民消费价格总水平环比升情况
- 四、2015年社会消费品零售总额
- 五、消费升级对中国纺织服装行业的影响
- 六、服装业如何满足90后的个性化消费

第二节影响服装需求的因素分析

- 一、社会文化
- 二、流行趋势
- 三、服装的基本功能与特征
- 四、商品名称
- 五、商标
- 六、商品价格
- 七、商品广告
- 八、消费者收入

第八章服装销售渠道与营销策略分析

第一节2017年我国服装商业发展概况

- 一、服装零售业商业开发快速发展
- 二、2017年纺织服装行业需要寻求新商业模式
- 三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式

第二节中国服装销售渠道分析

- 一、我国服装销售渠道的模式
- 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
- 三、服装产业渠道销售之痛
- 四、中国服装产业销售渠道发展策略
- 五、服装流通渠道变化的因素

第三节中国服装电子商务渠道分析

- 一、2015年国内服装网购交易规模
- 二、1996-2017年中国服装的电商之路
- 三、传统服装企业开展电子商务的渠道

第四节中国纺织服装专业市场分析

- 一、2017年服装专业市场分析
- 二、服装专业市场转型势在必行

第五节服装批发市场分析

- 一、服装批发市场的发展特征
- 二、服装批发市场的三大类型
- 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
- 四、中国大中型服装批发市场一览

第六节中国服装企业营销策略综述分析

- 一、生活水平与服装观念
- 二、实际消费需求的产生
- 三、服装流行的特点
- 四、服装流行的基本规律
- 五、服装流行的基本法则
- 六、服装流行花期
- 七、服装六大属性
- 八、服装二大族类
- 九、女性顾客三大族
- 十、服装购买三步曲
- 十一、服装购买的特点

第七节服装企业的定制营销

- 一、建立数据库掌握顾客需求

二、用柔性制造提速定制服务

三、敏捷供应链为定制护航

四、用网络提供互动平台

第八节供应链管理下的服装企业库存研究

一、供应链管理下服装企业库存研究的概述

二、当前服装企业库存管理中存在的问题

三、从加强供应链管理的角度提高服装企业的库存管理水平

第五部分行业竞争格局分析

第九章服装行业竞争情况分析

第一节2014-2017年服装行业竞争情况分析

一、2015年服装上市公司竞争格局

二、2017年服装零售业争夺年中市场

三、2017年全国服装品牌份额

四、2017年中国服装产业全球竞争份额

五、2017年服装业争相实施国际化发展战略

六、2017年我国服装集群竞争优势将再造

第二节2015年服装行业全国百强企业名单

一、2015年度服装业产品销售收入百强企业名单

二、2015年度服装行业利润总额百强企业名单

三、2015年度服装行业销售利润率百强企业名单

第三节2017年我国服装产业竞争力提升策略研究

一、相关文献综述

二、技术创新对产业竞争力作用机理分析

三、技术创新对服装业竞争力影响的实证研究

四、提升中国服装产业竞争力的对策

第十章服装业领先企业分析

第一节雅戈尔集团股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第二节上海美特斯邦威服饰股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第三节福建七匹狼实业股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第四节九牧王股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第五节浙江森马服饰股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第十一章2018-2023年服装行业发展趋势分析

第一节2018-2023年服装业发展主要趋势

- 一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈
- 二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变
- 三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免
- 四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新
- 五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者
- 六、产业供应链发展趋势条件更加成熟
- 七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势
- 八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代
- 九、企业战略发展和现代管理发展趋势

第二节2018-2023年中国服装产业机遇与挑战

- 一、服装产业面临的机遇
- 二、服装产业面临的挑战
- 三、中国服装业发展的困惑
- 四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮

第三节2018-2023年中国服装行业发展指南

- 一、“十三五”服装行业面临的环境
- 二、“十三五”中国服装行业科技发展指南
- 三、“十三五”服装行业发展重点
- 四、12省区将纺织服装列为“十三五”发展重点

第十二章2018-2023年服装行业发展策略分析

第一节促进服装鞋帽企业转型升级的建议

- 一、服装鞋帽业转型升级基础
- 二、外国服装鞋帽企业转型升级的经验

三、我国服装鞋帽企业转型升级的模式与存在的问题

四、促进服装鞋帽企业转型升级的政策建议

第二节我国中小纺织服装企业发展战略研究

一、我国中小纺织服装企业面临的现状

二、对我国中小纺织服装企业进行SWOT分析

三、我国中小纺织服装企业的发展对策

第三节企业文化在增强中国服装企业竞争力方面的作用

一、企业文化与企业竞争力的关系

二、中国服装企业发展面临的问题

三、企业文化在增强中国服装企业竞争力的作用

第四节借力移动信息化助推服装业升级

一、服装业从信息化向移动信息化的跨越

二、服装生产领域移动信息化解决方案

三、服装销售领域移动信息化解决方案

第五节中国服装商业历程及发展战略启示

一、二十年中国服装业的历程

二、网络竞胜的主体格局

三、终端竞胜与品牌符号的颂歌

四、主题经营与特色经营

第六节产业危机下的服装产业发展研究——以大连地区为例

一、以新技术提升产业发展空间

二、系列化品牌与个性品牌共同发展

三、思维创新带来产业持续发展的动力

四、服装产业集群的区域性特色化发展

五、国际化的合作与国际性的发展相契合

第十三章2018-2023年中国服装业的品牌战略分析

第一节中国服装品牌发展现状

一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年

二、中国服装品牌生命周期

三、国际品牌淹没中国品牌

四、2017年品牌发展成纺织服装行业共识

五、“十三五”中国服装品牌发展目标

第二节本土服装品牌“洋化”现象原因及利弊分析

一、洋化现象原因分析

二、洋化现象利弊分析

第三节中国服装品牌发展战略

- 一、中国服装必须走品牌创新之路
- 二、服装品牌的精神
- 三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解
- 四、中国服装品牌发展应从细微处做起
- 五、应对国际服装品牌的战略

第四节服装企业品牌定位策略

- 一、品牌的产品属性定位
- 二、品牌的名称设置
- 三、品牌的消费群体定位
- 四、消费群体的购买习惯定位
- 五、消费群体的文化层次定位
- 六、品牌的风格及文化定位
- 七、品牌的营销定位
- 八、在品牌的定位过程中应注意的问题

第五节中小服装品牌渠道突围路线图

- 一、中小服装品牌的实体渠道困境
- 二、中小服装品牌电商演进史
- 三、打胜突围之战

第十四章2018-2023年中国服装业投资策略分析

第一节服装业投资特性分析

- 一、2017年服装行业景气情况
- 二、2017年服装行业投资预测
- 三、服装行业进入壁垒和退出机制分析
- 四、中国服装出口的主要贸易壁垒
- 五、服装业的主要风险

第二节服装行业投资前景分析

- 一、服装行业投资前景分析
- 二、快时尚成为服装行业前景分析
- 三、防静电服装市场前景看好
- 四、针织服装发展新趋势分析
- 五、智能服装的时尚化通道
- 六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势

图表目录

图表：2014-2017年纺织服装、鞋、帽制造业企业景气指数

图表：2014-2017年我国服装产量及同比增速

图表：2015年我国服装行业分品种产量及增速

图表：2014-2017年我国服装类商品零售总额及同比增速

图表：2014-2017年我国服装类商品累计零售总额及同比增速

图表：2014-2017年328级棉花价格

图表：2014-2017年服装鞋帽零售价格指数

更多图表详见正文（ZJYWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/296724296724.html>