

2021年中国服装市场分析报告- 行业发展现状与发展趋势前瞻

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-行业发展现状与发展趋势前瞻》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/547780547780.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

服装行业上游主要为原材料供应，包括纺纱、化纤、染料、棉麻、毛丝等，以棉、麻、毛、丝为主的服装原材料体现出供应产量大、区域集中的特征。据统计，2019年福建省、江苏省、山东省、河南省和湖北省五省的纱产量达到了全国总产量的67.08%。

2019年我国各产区纱产量占比

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国服装行业产业链上游代表企业有恒力集团、荣盛控股、浙江龙盛、七彩化学等。

我国服装行业产业链上游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

恒力集团

设备及技术优势：恒力集团织造企业共拥有12000套喷水织机、喷气织机，8500台倍捻机及其配套设备，已成为全球最大的织造企业。在集团科技创新战略的指引下，织造企业不断加大科技投入力度，加快自主创新步伐，2014有8500多个新品种投放市场，其中的35%属于自主研发。企业自主研发的多种实用新型面料获得国家专利，多项产品荣获国家免检产品、国家纺织流行面料入围奖、江苏省高新技术产品证书。

荣盛控股

产业优势：目前公司已发展成为拥有石化、化纤、房产、物流、创投等产业的现代企业集团，截至目前拥有总资产2000多亿元，位列中国企业500强第102位、中国民营企业500强第19位，中国石油和化工民营企业百强第3位。2019年实现销售2056亿元。目前集团已拥有荣盛石化、宁波联合等上市公司，上市产业涉及石化、房产等领域。

浙江龙盛

市场及品牌优势：公司产品远销70多个国家和地区，在亚洲地区的染料和中间体市场占有率居绝对领先地位，系国内一流的分散染料生产出口基地，分散染料的产量连续十年位居世界前茅。公司活性染料产品和“龙盛”商标被评为“中国名牌产品”和“中国驰名商标”。

七彩化学

经营范围及产业优势：一般经营项目：染、颜料和染、颜料中间体、水处理剂、化工机械、化工防腐剂、润滑剂、医药中间体、农药中间体、精细化工产品、化工原料生产销售。经营货物及技术进出口，对外投资8家公司，具有2处分支机构。资料来源:观研天下整理

服装行业中游为服装生产，近年来，我国服装行业规模以上企业服装产量持续下降，2019年产量为244.72亿件，较2018年222.74亿件有所回升，但2020年受疫情影响，产量下降到223.73亿件。

2016-2020年我国服装行业规模以上企业产量统计

资料来源：观研天下整理

现阶段，我国服装行业产业链中游代表企业有海澜之家、太平鸟、歌力思、拉夏贝尔等。

我国服装行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

海澜之家

品牌优势：海澜之家主要采用连锁零售的模式，销售男性服装、配饰与相关产品，在中国服装网络盛典中，海澜之家荣获“2016年度十大影响力服装品牌”，以品牌价值8.68亿美元入选BrandZ“2017年最具价值中国品牌100强”榜单，在新华网主办的“为中国品牌点赞”活动中，公司被评选为“2017年中国品牌100强”。

太平鸟

品牌优势：品牌优势：20多年来，太平鸟集团始终坚持以时尚产业为核心发展方向，聚焦服装主业，已成功培育出PEACEBIRD太平鸟男装、PEACEBIRD太平鸟女装、LEDiN乐町女装 Mini Peace童装、MATERIAL GIRL女装、COPPOLFIA 潮牌、PetitAvril贝甜童装、PEACEBIRD LIVIN太平鸟巢生活等多个服饰及生活品牌，时尚品牌矩阵不断完善。

歌力思

个性优势：歌力思一直以打造国际一线女装品牌为目标，服装拥有纤秀的轮廓造型，考究的细部处理，柔和的色彩搭配和特殊的进口面料，永恒演绎着现代都市女性典雅含蓄、温柔婉约的独特个性。

拉夏贝尔

品牌及业务优势：成立于1998年，是一家多品牌运营的自有品牌服装连锁零售企业，主要从事服装自主设计与研发、外包生产、品牌推广和直营销售；公司旗下拥有“La Chapelle”、“La Chapelle SPORT”、“Candies”，三大主营女装品牌，及2011年8月推出的男装品牌“La Chapelle Homme”，以及2012年4月推出的新兴少女品牌“7.Modifier”，2012年10月推出的日韩系少女装品牌“La Babite”，2013年更是相继推出以Office Lady为主旨的成淑女装品牌“Laetia by La Chapelle”，亲子装“La Chapelle Mini”，童装“La Chapelle Kids”。拉夏贝尔主营业务是自有品牌女装的连锁零售经营，且专注于少淑女装的经营，产品包括T恤、外衣、外套、衬衫、裙子、针织衫、裤子、风衣、配饰等。资料来源：观研天下整理

服装行业下游为应用市场，通过专卖店、百货商场、购物中心、电商平台等渠道销售给消费者。21世纪以来，随着我国电商行业的迅速发展，消费者购买服装的渠道逐渐从线下偏移向线上，到2019年中国消费线上服装购买占比达到76.90%，线下渠道占比为23.10%。

2019年我国消费者购买服装渠道占比

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国服装行业产业链下游代表企业有万达集团、阿里巴巴、京东商城等。

我国服装行业产业链下游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

万达集团

产业布局优势：万达集团已在全国开业283座万达广场，所建之处，往往都成为当地的地标性建筑。万达广场内容包括大型商业中心、城市步行街、五星级酒店、写字楼、公寓等，集购物、餐饮、文化、娱乐等多种功能于一体，形成独立的大型商圈，万达广场就是城市中心。

阿里巴巴

覆盖优势：商品已覆盖全球200+个国家和地区，拥有全球最大的网上贸易提供商，全球最大的商人论坛。

品牌优势：宣传力度大，品牌知名度很高，具有人性化的服务。

创新及服务优势：不断创新，内功深厚，功能较完善。网站速度快，软件搭配合理，服务到位，很受创业人员的青睐。

京东商城

物流优势：有专门的物流，已经建立华北、华东、华南、西南、华中、东北六大物流中心，同时在全国超过360座城市建立核心城市配送站。且物流速度快，极大地满足了消费者的心理需求。资料来源：观研天下整理（CT）

观研报告网发布的《2021年中国服装市场分析报告-行业发展现状与发展趋势前瞻》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 2017-2021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

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 我国服装行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国服装行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国服装行业供需平衡分析

第八节 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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

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

图表详见报告正文

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/547780547780.html>