

中国服装行业发展趋势研究与未来投资分析报告 (2023-2030年)

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《中国服装行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202310/667893.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

一、服装概述

1、服装定义

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。按照不同的分类标准，可以划分出多种服装种类。

服装分类

分类标准

服装种类

按性别分类

可分为男装、女装。

按年龄分类

可分为成人服(有男服、女服、中老年人服之分)、儿童服(分婴儿服、幼童服、中童服、大童服、青少年服等)。

按民族分类

可分为中国民族服装和外国民族服装。如:汉族服装、藏族服装、墨西哥服装、印第安服装等。

按穿着季节分类

可分为春装、秋装、冬装、夏装。

按特殊功用分类

可分为消防服、作业服、潜水服、飞行服、宇航服、登山服等。

按服装洗水效果来分类

可分为石磨洗、漂洗、普洗、砂洗、酵素洗、雪花洗服装等。

按服装的厚薄和衬垫材料不同来分类

可分为单衣类、夹衣类、棉衣类、羽绒服、丝棉服等。

资料来源：观研天下整理

2、服装产业链图解

在产业链方面，服装行业上游是棉花、蓖麻、蚕丝、羊毛等天然纤维和化学纤维原材料；产业链下游则是主要是服装的销售渠道，可分为直营店、加盟点、线上电商等，将产品最终销售给消费者。

服装行业产业链

资料来源：观研天下整理

二、服装行业市场现状分析

1、服装行业销售市场持续低迷

目前，我国服装行业已从外延扩张式为主的快速发展阶段步入内生式为主的优化发展阶段，同时伴随着国内疫情多发、需求减弱等因素影响，销售市场呈持续低迷的状态。根据数据显示，2022年，中国规模以上服装企业营业收入为14539亿元，同比下降4.6%；中国规模以上服装利润总额为764亿元，同比下降6.3%，利润率为5.3%，比上年底提高了0.1个百分点，仍处于恢复阶段。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、服装行业企业数量

近年来，由于企业经营状况变化及大众化业务集中化，我国服装行业规模以上企业的数量整体呈现逐年下降趋势，2022年小幅回升。根据数据显示，2022年，中国服装行业规模以上企业为13219家，同比增长4.5%。

数据来源：观研天下整理

3、服装行业企业产量

从生产量来看，根据数据显示，2022年中国规模以上企业服装产量为232亿件，同比下降3.3%，比2021年底下滑11.74个百分点。

数据来源：观研天下整理

三、服装行业发展方向分析

那么面对国内服装市场持续低迷的困境，企业应该如何破局呢？我们提出以下建议及发展方向：

1、Z世代引领消费，成为服装品牌的主要关注群体

Z世代逐渐进入职场，逐渐成为强有力的消费群体，并且生长环境中可支配收入不断提高。根据数据显示，2022年，我国城镇居民人均可支配收入达4.93万元/年。因此，Z世代是服装品牌未来主要关注群体。

数据来源：观研天下整理

2、民族意识逐渐觉醒，群体认同和归属感帮助国货服装品牌发展

同时，通过供给侧结构性改革，中国企业逐渐走出盲目追求规模和低利润的误区，进军全球中高端产业链，由“中国速度”向“中国质量”转变，为国货的发展奠定了强大的供应链基础。年轻消费群体民族意识逐渐觉醒，越来越多的人开始支持和购买国货品牌。根据相关调研数据显示，62.5%喜欢购买国潮、国货产品，想了解国货之光。

消费者对国潮、国货产品购买意图调查情况

类别

消费者占比（%）

喜欢购买国潮、国货产品，想了解国货之光

62.5

感觉国家越来越好，作为国人很自豪，希望了解更多

51.5

兴趣爱好

39.2

我对国潮、国粹、传统文化很感兴趣学习知识，了解国潮文化，提升自己

30.5

感觉当前国潮相关内容很新颖，改变了过去认识

18.6

周围人都在讨论，出于好奇进行了解

7.1

其他

5.6

资料来源：观研天下整理

在服装领域，带有中国特定元素服饰在我们日常生活中大量涌现，也给老牌国货们“重生”的机会。例如，李宁从将运动时尚与民族文化深度融合，打造年轻化品牌“中国李宁”，到以国货身份登上国际时装周。据数据显示，2022年李宁营业收入同比增长14.31%至258.03亿元，净利润升至40.64亿元，同比增长1.32%。还有安踏冬奥会国旗系列、特步少林系列、织羽集新式改良汉服系列、上遥居汉服魏晋南北朝。

数据来源：观研天下整理

3、电商直播等新型多样的商业模式拉动消费者

我国服装行业最早的经营模式是门店经营，这也是消费者最信任的销售模式，可以真实看到衣物材质及设计，并进行衣物试穿，保证了衣物的质量。自2003年出现电商模式，2008年服装电商逐渐走进人们日常生活，有些服装品牌销售在淘宝平台、小红书、抖音等平台开启服装网店销售。

近年来，随着直播电商快速渗透，越来越多服装品牌被人们所关注，企业也获得更多市场机会，线上交易额屡创新高，服装品牌成为消费者最关注的品类。例如，2021年7月李佳琦汉服直播带货总价值超4500万元，2022多多新国潮直播间马克华菲展示国家宝藏系列等多款国潮新品，累计吸引141万网友围观。

数据来源：观研天下整理

4、博主宣传模式作为新兴模式，有望成为服装行业最具有挖掘潜力赛道

此外，博主宣传模式作为新兴模式，有望成为服装行业最具有挖掘潜力赛道。在传统宣传模式上，服装品牌大部分选择明星、奥运健儿作为代言人进行广告宣传，这不仅需要承担高额的代言费，还要承担明星形象“崩塌”所带来负面影响的风险。而随着社交媒体的快速发展，穿搭博主逐渐受到人们关注，尤其是普通人和素人的服装测评博主越来越多并且出现在各大社交媒体平台。在说服力方面，消费者不仅对看重测评博主的身材真实性和实话实说的特性，同样对企业的品牌、质量和服装是否真正物美价廉起到极大考验。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国服装行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、服装特点分析

三、服装行业基本情况介绍

四、服装行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、服装行业需求主体分析

第二节 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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2023-2030年世界服装行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球服装行业市场规模预测

第三章 中国服装行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对服装行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对服装行业的影响分析

第五节中国服装行业产业社会环境分析

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

一、影响中国服装行业市场规模的因素

二、中国服装行业市场规模

三、中国服装行业市场规模解析

第三节中国服装行业供应情况分析

一、中国服装行业供应规模

二、中国服装行业供应特点

第四节中国服装行业需求情况分析

一、中国服装行业需求规模

二、中国服装行业需求特点

第五节中国服装行业供需平衡分析

第五章 中国服装行业产业链和细分市场分析

第一节中国服装行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、服装行业产业链图解

第二节中国服装行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对服装行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对服装行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国服装行业市场竞争分析

第一节中国服装行业竞争现状分析

一、中国服装行业竞争格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国服装行业模型分析

第一节中国服装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国服装行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国服装行业SWOT分析结论

第三节中国服装行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国服装行业平均价格趋势分析

二、中国服装行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国服装行业所属行业运行数据监测

第一节中国服装行业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

第二节中国服装行业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

第三节中国服装行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响服装行业区域市场分布的因素

二、中国服装行业区域市场分布

第二节中国华东地区服装行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装行业市场分析

（1）华东地区服装行业市场规模

（2）华南地区服装行业市场现状

（3）华东地区服装行业市场规模预测

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、华中地区服装行业市场分析

（1）华中地区服装行业市场规模

（2）华中地区服装行业市场现状

（3）华中地区服装行业市场规模预测

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、华南地区服装行业市场分析

（1）华南地区服装行业市场规模

（2）华南地区服装行业市场现状

（3）华南地区服装行业市场规模预测

第五节华北地区服装行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区服装行业市场分析

（1）华北地区服装行业市场规模

（2）华北地区服装行业市场现状

（3）华北地区服装行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区服装行业市场分析

（1）东北地区服装行业市场规模

（2）东北地区服装行业市场现状

（3）东北地区服装行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区服装行业市场分析

（1）西南地区服装行业市场规模

（2）西南地区服装行业市场现状

（3）西南地区服装行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区服装行业市场分析

（1）西北地区服装行业市场规模

（2）西北地区服装行业市场现状

（3）西北地区服装行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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规模发展预测

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

第十三章 2023-2030年中国服装行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节服装行业风险分析

一、服装行业宏观环境风险

二、服装行业技术风险

三、服装行业竞争风险

四、服装行业其他风险

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

第十四章 2023-2030年中国服装行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国服装行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国服装行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 服装行业营销策略分析

一、服装行业产品策略

二、服装行业定价策略

三、服装行业渠道策略

四、服装行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/667893.html>