

2022年中国服装辅料市场分析报告- 市场营销环境与发展规划趋势

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《2022年中国服装辅料市场分析报告-市场营销环境与发展规划趋势》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568685.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

在服装行业里除了面料以外用于纺织服装产品上的一切材料都可以称为纺织服装辅料，无论哪一种服装辅料都属于产品的细节，无论对与产品的内在质量，还是外在质量都有着非常重要的影响。

近些年来，我国服装辅料行业取得长足的发展，其中，主要受到以下因素驱动。其一，随着我国居民收入和消费水平的提高，服装消费支出也在不断增长。2013至2019年，我国居民人均衣着类消费支出稳中有升，从1027元增长到1338元，2020年有所下滑，为1238元，较2019年减少100元。2021年人均衣着消费支出1419元，增长14.6%。

数据来源：国家统计局

其二，我国服装整体市场规模的增长，带动我国服装辅料行业的发展。自改革开放以来，服装行业就成为了我国经济的重要产业之一。随着我国经济的整体发展以及城市化水平提高，民众对于物质需求的数量和质量同时提升，审美要求的不断升级，使服装行业市场规模逐年提升，2021年中国服装市场将达2.4万亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

其三，近年来，国家统筹推进服装行业国内外协调布局和发展，并支持服装纺织行业向“科技、时尚、绿色”发展。

我国服装辅料行业相关政策	颁布日期	政策名称	颁布主体	政策要点	2013年
		《产业结构调整指导目录（2011年本）（修订版）》			发改委

服装企业计算机集成制造及数字化、信息化、自动化技术和装备的应用被列为“鼓励类”

2016年	《纺织工业发展规划（2016-2020年）》	工信部	纺织工业要以提高发展质量和效益为中心，以推进供给侧结构性改革为主线，以增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为重点，增强产业创新能力，优化产业结构，推进智能制造和绿色制造，形成发展新动能，创造竞争新优势，促进产业迈向中高端	2017年	《中华人民共和国反不正当竞争法》
-------	------------------------	-----	--	-------	------------------

全国人大常委会	为保障社会主义市场经济健康发展，鼓励和保护公平竞争，制止不正当竞争，保护经营者和消费者的合法权益。	2021年	《纺织行业“十四五”发展纲要》
---------	---	-------	-----------------

中国纺织工业联合会	我国纺织行业在基本实现纺织强国目标的基础上，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，进一步推进行业“科技、时尚、绿色”的高质量发展。
-----------	--

资料来源：全国人大常委会等部门

在众多因素影响下，我国服装辅料行业将朝智能化、数字化、高端化及产品多元化、透明化方面发展。

服装辅料行业发展趋势

资料来源：观研天下整理

中国服装辅料行业已进入存量阶段，作为服装生产的重要一环，其市场规模和服装市场密切相关。受总体市场表现及疫情影响，我国服装辅料行业市场规模在2016-2020年出现小幅下降，从4717.5亿元降至4306.2亿元。未来，随着服装行业转型升级的进一步深入，将会带动服装辅料需求回暖，预计2021-2025年我国服装辅料行业市场规模呈现缓慢上升趋势，到2025年市场规模或达4817.5亿元。

数据来源：公开资料整理（TC）

观研报告网发布的《2022年中国服装辅料市场分析报告-市场营销环境与发展规划趋势》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。

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2018-2022年中国服装辅料行业发展概述

第一节 服装辅料行业发展情况概述

- 一、服装辅料行业相关定义
 - 二、服装辅料行业基本情况介绍
 - 三、服装辅料行业发展特点分析
 - 四、服装辅料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
 - 五、服装辅料行业需求主体分析
- 第二节 中国服装辅料行业上下游产业链分析
- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、服装辅料行业产业链条分析
 - 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、中国服装辅料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国服装辅料行业生命周期分析
- 一、服装辅料行业生命周期理论概述
 - 二、服装辅料行业所属的生命周期分析
- 第四节 服装辅料行业经济指标分析
- 一、服装辅料行业的赢利性分析
 - 二、服装辅料行业的经济周期分析
 - 三、服装辅料行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国服装辅料行业进入壁垒分析
- 一、服装辅料行业资金壁垒分析
 - 二、服装辅料行业技术壁垒分析
 - 三、服装辅料行业人才壁垒分析
 - 四、服装辅料行业品牌壁垒分析
 - 五、服装辅料行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球服装辅料行业市场发展现状分析

第一节 全球服装辅料行业发展历程回顾

第二节 全球服装辅料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服装辅料行业地区市场分析

- 一、亚洲服装辅料行业市场现状分析
- 二、亚洲服装辅料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲服装辅料行业市场前景分析

第四节 北美服装辅料行业地区市场分析

- 一、北美服装辅料行业市场现状分析
- 二、北美服装辅料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美服装辅料行业市场前景分析

第五节 欧洲服装辅料行业地区市场分析

- 一、欧洲服装辅料行业市场现状分析
- 二、欧洲服装辅料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲服装辅料行业市场前景分析

第六节 2022-2027年世界服装辅料行业分布走势预测

第七节 2022-2027年全球服装辅料行业市场规模预测

第三章 中国服装辅料产业发展环境分析

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 中国服装辅料行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国服装辅料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 中国服装辅料行业运行情况

第一节 中国服装辅料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 中国服装辅料行业市场规模分析

第三节 中国服装辅料行业供应情况分析

第四节 中国服装辅料行业需求情况分析

第五节 我国服装辅料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国服装辅料行业供需平衡分析

第七节 中国服装辅料行业发展趋势分析

第五章 中国服装辅料所属行业运行数据监测

第一节 中国服装辅料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 中国服装辅料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 中国服装辅料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 2018-2022年中国服装辅料市场格局分析

第一节 中国服装辅料行业竞争现状分析

一、中国服装辅料行业竞争情况分析

二、中国服装辅料行业主要品牌分析

第二节 中国服装辅料行业集中度分析

一、中国服装辅料行业市场集中度影响因素分析

二、中国服装辅料行业市场集中度分析

第三节 中国服装辅料行业存在的问题

第四节 中国服装辅料行业解决问题的策略分析

第五节 中国服装辅料行业钻石模型分析

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2018-2022年中国服装辅料行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装辅料行业消费市场动态情况

第二节 中国服装辅料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 服装辅料行业成本结构分析

第四节 服装辅料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 中国服装辅料行业价格现状分析

第六节 中国服装辅料行业平均价格走势预测

一、中国服装辅料行业价格影响因素

二、中国服装辅料行业平均价格走势预测

三、中国服装辅料行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国服装辅料行业区域市场现状分析

第一节 中国服装辅料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服装辅料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装辅料市场规模分析

四、华东地区服装辅料市场规模预测

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、华中地区服装辅料市场规模分析

四、华中地区服装辅料市场规模预测

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、华南地区服装辅料市场规模分析

四、华南地区服装辅料市场规模预测

第五节 华北地区服装辅料市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区服装辅料市场规模分析

四、华北地区服装辅料市场规模预测

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、东北地区服装辅料市场规模分析

四、东北地区服装辅料市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区服装辅料市场规模分析

四、西部地区服装辅料市场规模预测

第九章2018-2022年中国服装辅料行业竞争情况

第一节 中国服装辅料行业竞争结构分析（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 中国服装辅料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国服装辅料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 服装辅料行业企业分析（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2022-2027年中国服装辅料行业发展前景分析与预测

第一节 中国服装辅料行业未来发展前景分析

一、服装辅料行业国内投资环境分析

二、中国服装辅料行业市场机会分析

三、中国服装辅料行业投资增速预测

第二节 中国服装辅料行业未来发展趋势预测

第三节 中国服装辅料行业市场发展预测

一、中国服装辅料行业市场规模预测

二、中国服装辅料行业市场规模增速预测

三、中国服装辅料行业产值规模预测

四、中国服装辅料行业产值增速预测

五、中国服装辅料行业供需情况预测

第四节 中国服装辅料行业盈利走势预测

一、中国服装辅料行业毛利润同比增速预测

二、中国服装辅料行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国服装辅料行业投资风险与营销分析

第一节 服装辅料行业投资风险分析

一、服装辅料行业政策风险分析

二、服装辅料行业技术风险分析

三、服装辅料行业竞争风险

四、服装辅料行业其他风险分析

第二节 服装辅料行业应对策略

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2022-2027年中国服装辅料行业发展战略及规划建议

第一节 中国服装辅料行业品牌战略分析

- 一、服装辅料企业品牌的重要性
- 二、服装辅料企业实施品牌战略的意义
- 三、服装辅料企业品牌的现状分析
- 四、服装辅料企业的品牌战略
- 五、服装辅料品牌战略管理的策略

第二节 中国服装辅料行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国服装辅料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2022-2027年中国服装辅料行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装辅料行业产品策略分析

- 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 中国服装辅料行业营销渠道策略

- 一、服装辅料行业渠道选择策略
- 二、服装辅料行业营销策略

第三节 中国服装辅料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国服装辅料行业重点投资区域分析
- 二、中国服装辅料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568685.html>