

2019年中国服装市场分析报告- 市场调查与未来规划分析

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《2019年中国服装市场分析报告-市场调查与未来规划分析》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/429169429169.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

我国纺织服装行业一直是全球中心，虽然近几年来增速有所下滑，但随着行业去库存已经行业投资额增速触底反弹，去库存初显成效。自2017年开始回暖，2018年延续复苏趋势。从社消数据看，2016年限额以上服装纺织品零售增速触底、增速仅为7.0%；2017年开始回升，增速为7.8%；2018年1-4月，延续复苏趋势，服装纺织品零售额同增9.7%。从统计数据看，2016年中国鞋服零售同比增长5.0%至2.17万亿元，增速为2003年以来最低水平；2017年零售表现复苏，零售同比增长5.9%。

2012-2018年全国服装类零售额统计情况 数据来源：安全生产监督管理局

目前，我国服装零售行业整体运行稳中趋缓，进入产业结构加速转型升级的重要时期。在外需仍存在较大不确定性的情况下，进一步拓展内需消费成为行业发展的关键，抓住“互联网+”的转型机遇，将为行业带来新的增长动力。目前来看，我国服装零售行业市场发展前景较好的领域主要在童装市场、高端女装市场和老年服装市场。

1、童装市场

2015年10月，我国全面放开二胎政策，实施了30多年的独生子女政策正式宣布终结。全面二胎政策的放开，预计每年增加150万新生儿。“4+2+1”或“4+2+2”的家庭结构和品牌意识增强的消费观，将催生一种孩子主导消费的新型文化。同时，随着家庭收入不断提升，童装平均购买价格也在逐年提高。因此，随着二胎政策的全面开放，我国童装市场将保持较快的增长速度，预计到2023年童装市场规模将达到2820亿元，年均复合增长率为10%。

2、高端女装市场

女装是女性消费比重最大的领域，尤其是高端女装市场。近年来，我国服装零售市场销售量增速下降，但高端女装市场销售额仍然达到了20%的增速，领先于其他品类服饰。未来，随着经济发展以及二、三、四线城市的迅速崛起，高端女装更为广阔的潜在市场将被开发出来，高端女装市场潜力巨大。

3、老年服装市场

首先，我国老年服装市场潜在规模较大。在我国人口比例中，40岁到60岁之间的群体已经超过4亿，而60岁以上则达到2.02亿，总共加起来超过6亿，成为世界上老年人最多的国家。预计到2023年，老年人数量将进一步上升。

其次，我国老年服装市场竞争程度不高。当前，我国品牌服装企业更加专注于中青年市场，涉及老年人群服装领域的企业数量很少，市场竞争程度较低。老年服装市场作为一个蓝海还有待进一步开发。ww

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国服装市场分析报告-市场调查与未来规划分析》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。

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。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。

【报告大纲】第一章 2016-2019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、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2016-2019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 欧盟服装行业地区市场分析一、欧盟服装行业市场现状分析二、欧盟服装行业市场规模与市场需求分析三、欧盟服装行业市场前景分析第六节

2019-2025年世界服装行业分布走势预测第七节2019-2025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 中国
服装行业供需平衡分析第六节 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2016-2019
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
集中度分析二、中国服装行业企业集中度分析第三节 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 中国服装行业竞争力分析一、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2016-2019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 2016-2019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2016-2019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SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威
胁分析第三节 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 2019-2025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 2019-2025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 服装行业企业经营发展分析及建议一、服装行业经营模式二、服装行业销售模式三、服装行业创新方向第三节 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 2019-2025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 中国服装行业市场的关键客户战略实施一、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 2019-2025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 中国服装行业定价策略分析第三节 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四节 中国服装行业价格策略第五节 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/429169429169.html>