

2016-2022年中国服装行业 深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国服装行业深度研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/998477ELQ3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

我国是世界上最大的服装生产国，但服装产业整体发展很不平衡。东南沿海省份所生产的产品占据了全国80%以上的市场份额。而中西部地区的服装产业则还非常的落后。服装企业之间的竞争还停留在价格、款式等方面的竞争，绝大多数服装企业的产品销售还是以批发市场的大流通为主。而近年来服装企业的品牌意识虽然不断加强，但中国服装行业目前还只有有限的几个中国驰名商标，还缺乏真正意义上的国际服装品牌，主要还是通过低成本优势在与国际品牌进行竞争。

2015年下半年开始，受美联储加息预期等影响，人民币对美元汇率风格突变，2016年开年首日跌破6.5整数关口。业内人士认为，人民币在2016年延续贬值趋势是大概率事件。

中高端纺织制造企业经过多年发展积累了产能规模、产业链配套体系、研发能力以及大量客户等优势，在强势美元背景下，行业出口将明显受益于人民币贬值，贬值带来的短期竞争力增强(价格优势)有助于出口订单量的提升。另一方面，本币贬值背景下，以美元结算订单带来的汇兑损益将增厚公司业绩。行业中出口业务占比较大、订单稳定以及主营业务毛利率较高的公司将率先受益，比如鲁泰A、大杨创世、孚日股份、百隆东方等。此外，国内劳动力成本的持续上升等也在加快纺织制造行业走出去步伐，预计2016年行业龙头部分低端产能向东南亚地区的转移以及谋求关税和低成本优势的海外并购行为还将继续。

2015年纺织和化纤行业的低成本有望在2016年使行业龙头受益。2015年随着棉花临时收储政策退出历史舞台，棉花平均价格从收储时代的19000元/吨左右的骤降至14000元/吨左右，同时国际油价也出现断崖式下跌，这使得一些前期采购大量高价原料的企业处于亏本销售的局面，2014年四季度和2015年一季度业绩处于低点。随着高价库存消化完毕后，行业成本有望在2016年得到改善。

纺织服装行业处于竞争行业，行业政策对业绩影响有限。不过，目前已经基本完成编制的纺织行业“十三五”规划中，智能制造和产业用纤维有望成为重点发展方向。其中，产业用纤维有望保持两位数的高速增长，行业增长空间确定。

纺织服装大部分细分行业市场空间大，但门槛较低，中小企业数量多，竞争激烈，行业景气度变化会显著影响利润水平。而收入和利润规模有限导致行业内小市值公司占比高。截至2016年1月6日，纺织服装公司有22家市值小于50亿元，31家在50亿-100亿元之间，转型标的和潜在壳资源丰富。

2016年表现较为看好。首先基本面更差的可能性很小，在互联网快速发展、消费持续升级、全球扁平化发展等大背景下，纺织服装行业在产业发展方面已经涌现出了很多新趋势和新主题，传统的产品消费思维已经全面拓展升级为“产品+服务”的新消费思维，行

业和公司的发展空间也在进一步打开。看好2016年纺织服装行业在新消费前进道路上带来的投资机会，“新趋势+新常态”共振将带来很多投资机会。

据中国服装协会发布的“2015年服装行业百强企业”名单数据显示：2015年中国服装行业“产品销售收入”百强企业合计实现产品销售收入5426.82亿元，同比增长6.34%，占规模以上企业产品销售收入的24.59%，比2014年提高0.02个百分点。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国服装行业深度研究与发展趋势研究报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国服装行业发展环境分析

1.1 服装行业定义及分类

1.2 服装行业统计标准

1.2.1 服装行业统计部门和统计口径

1.2.2 服装行业统计方法

1.2.3 服装行业数据种类

1.3 服装行业发展环境分析

1.3.1 政策环境分析

1.3.2 经济环境分析

1.3.3 社会环境分析

1.3.4 行业发展环境综合分析

1.4 服装面料市场分析

1.4.1 服装面料行业发展状况分析

(1) 行业企业数量分析

(2) 行业资产规模分析

(3) 行业需求状况分析

(4) 行业经营利润分析

1.4.2 服装面料主要产品市场供需分析

- (1) 坯布市场供需现状分析
- (2) 棉布市场供需现状分析
- (3) 麻布市场供需现状分析
- (4) 其他面料产品主产区分析

第2章：中国服装行业发展现状分析

2.1 中国服装行业发展状况分析

2.1.1 中国服装行业发展总体概况

2.1.2 中国服装行业发展主要特点

2.1.3 服装行业经营情况分析

- (1) 服装行业经营效益分析
- (2) 服装行业盈利能力分析
- (3) 服装行业运营能力分析
- (4) 服装行业偿债能力分析
- (5) 服装行业发展能力分析

2.2 服装行业供需平衡分析

2.2.1 全国服装行业供给情况分析

- (1) 全国服装行业总产值分析
- (2) 全国服装行业产成品分析

2.2.2 全国服装行业需求情况分析

2.2.3 全国服装行业产销率分析

第3章：重点地区服装行业发展分析

3.1 广东省服装行业发展分析

3.1.1 广东省服装行业发展规划及配套措施

3.1.2 广东省服装行业在行业中的地位变化

3.1.3 广东省服装行业经济运行状况分析

3.2 浙江省服装行业发展分析

3.2.1 浙江省服装行业发展规划及配套措施

3.2.2 浙江省服装行业在行业中的地位变化

3.2.3 浙江省服装行业经济运行状况分析

3.3 江苏省服装行业发展分析

3.3.1 江苏省服装行业发展规划及配套措施

3.3.2 江苏省服装行业在行业中的地位变化

3.3.3 江苏省服装行业经济运行状况分析

3.4 福建省服装行业发展分析

3.4.1 福建省服装行业发展规划及配套措施

3.4.2 福建省服装行业在行业中的地位变化

3.4.3 福建省服装行业经济运行状况分析

3.5 山东省服装行业发展分析

3.5.1 山东省服装行业发展规划及配套措施

3.5.2 山东省服装行业在行业中的地位变化

3.5.3 山东省服装行业经济运行状况分析

第4章：中国服装行业市场竞争分析

4.1 国内服装行业竞争格局分析

4.1.1 不同性质企业间的竞争格局

4.1.2 不同区域间的竞争格局分析

4.2 外资服装品牌在中国的扩张分析

4.2.1 国际服装品牌竞争力状况

4.2.2 外资品牌在中国的布局分析

4.2.3 外资品牌的扩张风险分析

4.3 服装行业竞争结构分析

4.3.1 现有企业间的竞争分析

(1) 同业竞争者的竞争强度

(2) 同业竞争者的竞争层次

4.3.2 行业潜在进入威胁分析

4.3.3 供应商议价能力分析

4.3.4 下游客户议价能力

4.3.5 服装行业竞争环境小结

第5章：中国服装行业并购整合分析

5.1 服装行业并购整合阶段

5.2 服装行业并购整合情况

5.2.1 行业并购总体情况

- (1) 并购总金额
- (2) 并购案件数
- (3) 平均并购金额

5.2.2 海内外并购情况

- (1) 国内并购
- (2) 海外并购
- (3) 外资并购

5.3 服装行业并购整合动因分析

5.3.1 实现多品牌战略

5.3.2 通往高端化、国际化

5.3.3 巩固、提升市场地位

5.3.4 借壳上市

5.4 服装行业并购整合特征分析

5.4.1 资本助力

5.4.2 并购方式多样化

5.4.3 跨国并购增多

第6章：中国服装行业国际贸易市场分析

6.1 服装行业国际贸易政策环境分析

6.1.1 中国纺织品进出口关税调整情况

- (1) 出口退税调整政策
- (2) 进口关税调整政策

6.1.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析

- (1) 美国纺织品贸易壁垒分析
- (2) 中美纺织品贸易摩擦情况
- (3) 主要国家对华纺织品贸易政策动向

6.1.3 国际服装行业贸易政策趋势展望

6.2 中国服装行业出口形势分析

6.2.1 服装进出口总体情况

6.2.2 主要出口目的国分析

- 6.2.3 主要出口产品分析
- 6.3 中国主要纺织服装出口市场分析
 - 6.3.1 美国纺织服装市场分析
 - 6.3.2 英国纺织服装市场分析
 - 6.3.3 意大利纺织服装市场分析
 - 6.3.4 德国纺织服装市场分析
 - 6.3.5 法国纺织服装市场分析
 - 6.3.6 日本纺织服装市场分析
- 6.4 中国纺织服装行业海外营销策略分析
 - 6.4.1 纺织服装企业海外市场营销策略分析
 - 6.4.2 海外市场营销案例分析——波司登集团

第7章：中国服装行业主要产品市场分析

7.1 按消费人群划分的细分产品市场分析

7.1.1 中国男装市场发展分析

- (1) 男装行业市场增速
- (2) 男装行业生命周期
- (3) 男装行业利润水平
- (4) 男装行业存货水平
- (5) 男装市场竞争相对缓和
- (6) 男装市场渠道结构
- (7) 男装市场规模预测

7.1.2 中国女装市场发展分析

- (1) 女装行业市场规模
- (2) 女装行业生命周期
- (3) 女装行业利润水平
- (4) 女装行业存货水平
- (5) 女装市场竞争格局
- (6) 女装市场渠道结构

7.1.3 中国童装市场发展分析

- (1) 童装行业市场规模
- (2) 童装行业生命周期

(3) 童装行业利润水平

(4) 童装市场竞争格局

(5) 童装市场渠道结构

7.2 按穿着场合划分的细分产品市场分析

7.2.1 中国休闲服市场分析

(1) 休闲服行业市场规模

(2) 休闲服行业生命周期

(3) 休闲服行业利润水平

(4) 休闲服行业存货水平

(5) 休闲服市场竞争格局

(6) 休闲服市场渠道结构

7.2.2 中国运动服市场分析

(1) 运动服行业市场规模

(2) 运动服行业生命周期

(3) 运动服行业利润水平

(4) 运动服行业存货水平

(5) 运动服市场竞争分析

(6) 运动服市场渠道结构

7.3 中国内衣及其细分产品市场分析

7.3.1 中国内衣市场分析

(1) 内衣行业市场规模

(2) 内衣行业生命周期

(3) 内衣行业利润水平

(4) 内衣行业存货水平

(5) 内衣市场竞争格局

(6) 内衣市场渠道结构

7.3.2 中国文胸市场分析

(1) 文胸市场规模与容量

(2) 文胸市场竞争格局

(3) 文胸市场消费特点

(4) 文胸市场营销策略

7.3.3 中国内裤市场分析

- (1) 内裤市场规模与容量
- (2) 内裤市场竞争格局
- (3) 内裤市场消费特点
- (4) 内裤市场营销策略

7.3.4 中国保暖内衣市场分析

- (1) 保暖内衣市场发展阶段
- (2) 保暖内衣市场竞争格局
- (3) 保暖内衣市场消费特点
- (4) 保暖内衣市场营销策略

7.3.5 中国塑身内衣市场分析

- (1) 塑身内衣市场规模与容量
- (2) 塑身内衣市场竞争格局
- (3) 塑身内衣市场消费特点
- (4) 塑身内衣市场营销策略

7.3.6 中国家居服市场分析

- (1) 家居服市场规模与容量
- (2) 家居服市场竞争格局
- (3) 家居服市场消费特点
- (4) 家居服市场营销策略

第8章：中国服装行业发展趋势与前景预测

8.1 服装行业竞争趋势

- 8.1.1 市场细化，竞争加剧
- 8.1.2 竞争日趋国际化
- 8.1.3 竞争手段多样化
- 8.1.4 转战二三线城市
- 8.1.5 电商竞争更加激烈
- 8.1.6 建立快速反应的运营体系是新趋势

8.2 服装行业并购整合趋势

- 8.2.1 并购规模：并购将继续保持活跃状态
- 8.2.2 并购主体：品牌服装将成为行业并购的主体
- 8.2.3 并购方式：继续上演大鱼吃小鱼

8.3 主要产品市场发展趋势与前景预测

8.3.1 男装市场发展趋势

8.3.2 女装市场发展趋势

8.3.3 童装市场发展趋势与前景

8.3.4 休闲服市场发展趋势与前景

8.3.5 运动服市场发展趋势与前景

8.3.6 内衣市场发展趋势与前景

8.3.7 其他服装产品发展趋势

第9章：典型服装企业商业模式案例分析

9.1 传统模式下企业面临的问题分析

9.1.1 经营成本的不利影响

9.1.2 对外贸易份额下滑

9.1.3 企业经营同质化

9.1.4 消费者需求变化

9.2 中国服装行业SPA模式分析

9.2.1 服装业SPA模式发展

(1) 国外SPA模式的发展

(2) 国内SPA模式的发展

9.2.2 SPA模式的运作特点

(1) SPA模式特征

(2) SPA四大模块

(3) SPA模式结构

(4) SPA基本思路

9.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析

(1) 公司商业模式简图

(2) 公司产品目标客户

(3) 公司产品特色分析

(4) 公司价值配置分析

(5) 公司SPA模式经营效果

9.2.4 SPA模式案例二：H&M商业模式分析

(1) 公司经营特色分析

- (2) 公司产品系列分析
- (3) 公司价值配置分析
- (4) 公司SPA模式经营效果

9.2.5 SPA商业模式小结

- (1) SPA模式的价值主张
- (2) SPA模式的盈利来源
- (3) SPA模式成功核心因素
- (4) SPA模式的运作策略

9.3 中国服装行业虚拟经营模式分析

9.3.1 虚拟经营实质与特征

9.3.2 服装行业虚拟经营必要性

9.3.3 案例一：耐克虚拟经营模式分析

- (1) 公司模式转型历程
- (2) 公司产品市场定位
- (3) 公司虚拟经营方式
- (4) 公司关键资源能力
- (5) 公司虚拟经营效果

9.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析

- (1) 公司发展简介分析
- (2) 公司产品定位分析
- (3) 公司业务系统分析
- (4) 公司虚拟经营方式
- (5) 公司关键资源能力
- (6) 公司虚拟经营效果

9.3.5 虚拟经营模式小结

- (1) 虚拟经营的价值主张
- (2) 虚拟经营的盈利来源
- (3) 虚拟经营成功核心因素

9.3.6 实施虚拟经营的策略建议

- (1) 虚拟经营的战略安排
- (2) 虚拟经营的实施路径
- (3) 虚拟经营供应商开发

(4) 虚拟经营的管理创新

(5) 虚拟经营风险及控制

9.4 服装行业价值链延展模式分析

9.4.1 价值链延展模式特征

9.4.2 案例：雅戈尔全产业链模式分析

(1) 公司背景介绍

(2) 公司商业模式分析

(3) 全产业链模式布局战略

(4) 全产业链模式资源支撑

(5) 全产业链模式经营成果

(6) 全产业链模式的新挑战

9.4.3 价值链延展模式小结

(1) 价值链延展模式的价值主张

(2) 价值链延展模式的盈利来源

9.4.4 价值链延展模式运作策略

(1) 价值链延展基本条件

(2) 价值链延展实现路径

(3) 价值链延展策略选择

9.5 服装行业电子商务模式分析

9.5.1 中国服装电子商务发展历程

9.5.2 案例一：“凡客”模式分析

(1) 公司发展历程简介

(2) 公司目标市场与定位

(3) 公司业务系统分析

(4) 公司商业模式运作

(5) 公司商业模式启发

9.5.3 案例二：“七匹狼”模式分析

(1) 公司发展历程简介

(2) 公司目标市场与定位

(3) 公司电子商务实现步骤

(4) 公司经营业绩分析

9.5.4 服装B2C模式运作策略与建议

- (1) 服装B2C的优势与挑战
- (2) 服装B2C的运营关键要素
- (3) 传统品牌企业进入电商策略

第10章 电商行业发展分析

10.1 电子商务发展分析

10.1.1 电子商务定义及发展模式分析

10.1.2 中国电子商务行业政策现状

10.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

10.2 “互联网+”的相关概述

10.2.1 “互联网+”的提出

10.2.2 “互联网+”的内涵

10.2.3 “互联网+”的发展

10.2.4 “互联网+”的评价

10.2.5 “互联网+”的趋势

10.3 电商市场现状及建设情况

10.3.1 电商总体开展情况

10.3.2 电商案例分析

10.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

10.4 电商行业未来前景及趋势预测

10.4.1 电商市场规模预测分析

10.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：服装产品的分类

图表2：中国企业的市场主体分类

图表3：中国不同所有制性质企业的划分

图表4：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表5：2002-2015年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）

图表6：2008-2015年我国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）

图表7：2008-2015年我国城乡居民衣着消费支出占比情况（单位：%）

图表8：服装行业发展环境影响分析

图表9：2015年我国服装面料各细分行业主要经济指标（单位：家，万元）

图表10：2014-2015年中国服装面料制造行业企业数量规模（单位：家，万人）

图表11：2015年中国服装面料制造行业企业比重（分子行业）（单位：%）

图表12：2015年来中国服装面料子行业资产比重情况（单位：亿元，%）

图表13：2015年中国服装面料制造子行业销售收入比重情况（单位：%）

图表14：2015年中国服装面料制造行业子行业利润比重（单位：%）

图表15：2006-2015年我国布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表16：2006-2015年我国坯布主产区坯布产量变化情况（单位：亿米）

图表17：2015年我国坯布主产区坯布产量比重情况（单位：%）

图表18：2010-2015年柯桥纺织坯布类价格指数走势

图表19：2006-2015年我国棉布产量及其增长情况（单位：亿米，%）

图表20：2006-2015年我国棉布销量及其增长情况（单位：亿米，%）

图表21：2003-2015年我国棉布产销率变化情况（单位：%）

图表22：2002-2015年我国棉布主产区棉布产量变化情况（单位：亿米）

图表23：2015年我国棉布主产区棉布产量比重情况（单位：%）

图表24：2010-2015年我国棉制面料周价格指数走势

图表25：2008-2015年中国苧麻布产量及同比增长情况（单位：万米，%）

图表26：2015年江西、湖北、湖南和重庆四省市苧麻布比重（单位：万米，%）

图表27：2006-2015年我国苧麻产品（原料、纱线、织物）出口金额走势（单位：亿美元）

图表28：2007-2015年中国亚麻布产量及同比增长情况（单位：亿米，%）

图表29：2015年中国亚麻布产量地区分布情况（单位：%）

图表30：2006-2015年我国亚麻产品出口金额情况（单位：亿美元）

图表31：近年我国黄麻布出口金额与单价情况（单位：万美元，美元/米）

图表32：2009-2015年我国蚕丝及交织机织物产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表33：2015年我国蚕丝及交织机织物分地区产量比重情况（单位：%）

图表34：2006-2015年我国化学纤维布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表35：2015年我国化学纤维布产量地区分布情况（单位：%）

图表36：2009-2015年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表37：我国服装行业的生命周期阶段

图表38：我国服装行业发展的主要特点

图表39：2014-2015年服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表40：2014-2015年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）

图表41：2014-2015年中国服装行业运营能力分析（单位：次）
图表42：2014-2015年中国服装行业偿债能力分析（单位：%、倍）
图表43：2014-2015年中国服装行业发展能力分析（单位：%）
图表44：2008-2015年服装行业工业总产值情况（单位：亿元）
图表45：2009-2015年服装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元、%）
图表46：2009-2015年服装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元、%）
图表47：2008年以来全国服装行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表48：2008-2015年广东省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表49：2008-2015年广东省服装行业经济运行状况分析表（单位：%、倍、次）
图表50：2008-2015年浙江省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表51：2008-2015年浙江省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
图表52：2008-2015年江苏省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表53：2008-2015年江苏省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
图表54：“十三五”规划期间福建省纺织工业发展目标（单位：亿元、%）
图表55：2008-2015年福建省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表56：2008-2015年福建省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
图表57：2008-2015年山东省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表58：2008-2015年山东省服装行业经济运行状况分析（单位：%、倍、次）
图表59：2011-2015年中国服装行业不同性质企业竞争格局（按销售收入）（单位：%）
图表60：2014-2015年中国服装行业不同区域竞争格局（按销售收入）
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/998477ELQ3.html>