

2017-2022年中国服装市场 现状调查与前景趋势研究报告

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

《2017-2022年中国服装市场现状调查与前景趋势研究报告》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/K77161DVJV.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

2010年至2015年，我国男装规模占总体比例有小幅下降，从35.83%降至33.61%，预计未来还会进一步降至三分之一以下，女装和童装市场均有不同程度的增长，其中女装从55.41%升至57.02%，童装则由8.76%升至10.43%，由于女性在家庭服装消费中往往占据主导地位，且随着女性职业地位和可支配收入的提升，话语权随之增加，对儿童消费观念也有所改变，未来女装及童装市场两个子行业还将有进一步提升。

服装行业规模增速不断下降

服装细分子行业占比情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国服装市场现状调查与前景趋势研究报告》共十三章。首先介绍了服装相关概念及发展环境，接着分析了中国服装规模及消费需求，然后对中国服装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国服装面临的机遇及发展前景。您若想对中国服装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 服装行业发展现状 1

1.1 行业介绍 1

1.1.1 我国服装制造行业发展概况 1

1.1.2 2016年我国服装制造企业经济运行情况 2

1、服装制造企业经济运行主要特点 2

2、服装制造企业主要措施和做法 3

1.2 服装产品所处产业生命周期 4

1.2.1 服装产品发展周期展示 4

1.2.2 服装产品所处生命周期位置 6

第二章 国内服装行业发展环境分析 8

2.1 经济环境 8

2.1.1 宏观经济运行现状 8

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

2.1.2 宏观经济相关性分析 11

2.1.3 在国民经济中的地位 12

2.2 政策环境 14

2.2.1 相关政策汇总分析 14

2.2.2 重点事件分析 15

2.3 技术环境 16

2.3.1 国内生产技术条件分析 16

2.3.2 国内需求技术水平分析 17

2.3.3 解决方案 20

2.4 社会环境 21

2.4.1 国内社会环境概况 21

2.4.2 社会环境相关性分析 22

1、社会环境对行业的影响 22

2、行业对社会环境的影响 22

第三章 2014-2016年行业数据调查统计 24

3.1 2014-2016年中国服装行业规模 24

3.1.1 2014-2016年中国服装行业企业数量 24

3.1.2 2014-2016年中国服装行业从业人数 24

3.1.3	2014-2016年中国服装行业资产规模	25
3.1.4	2014-2016年中国服装行业投资规模	25
3.2	2014-2016年中国服装行业供给分析	26
3.2.1	产量	26
3.2.2	产值	27
3.2.3	生产能力分析	28
3.3	2014-2016年中国服装行业需求分析	28
3.3.1	销量	28
3.3.2	销售额	29
3.3.3	价格变化分析	30
3.4	2014-2016年中国服装行业监测数据分析	32
3.4.1	盈利能力	32
3.4.2	偿债能力	33
3.4.3	发展能力	34
3.4.4	运营能力	35

第四章 服装重点企业与品牌分析 36

4.1	企业分析	36
4.1.1	雅戈尔集团股份有限公司	36
1、	企业概况（成立时间、地点、资产规模）	36
2、	组织架构及销售系统	37
3、	产品线构成以及市场定位	38
4、	公司主要财务指标分析	40
5、	近期发展规划	42
4.1.2	红豆集团有限公司	44
1、	企业概况（成立时间、地点、资产规模）	44
2、	组织架构及销售系统	45
3、	产品线构成以及市场定位	45
4、	公司主要财务指标分析	48
5、	近期发展规划	50
4.1.3	海澜集团公司	52
1、	企业概况（成立时间、地点、资产规模）	52

- 2、组织架构及销售系统 52
- 3、产品线构成以及市场定位 53
- 4、公司主要财务指标分析 55
- 5、近期发展规划 57
- 4.1.4 杉杉集团有限公司 58
 - 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 58
 - 2、组织架构及销售系统 59
 - 3、产品线构成以及市场定位 61
 - 4、公司主要财务指标分析 66
 - 5、近期发展规划 68
- 4.1.5 澳洋集团有限公司 70
 - 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 70
 - 2、组织架构及销售系统 71
 - 3、产品线构成以及市场定位 72
 - 4、公司主要财务指标分析 73
 - 5、近期发展规划 75
- 4.1.6 江苏阳光集团有限公司 75
 - 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 75
 - 2、组织架构及销售系统 76
 - 3、产品线构成以及市场定位 77
 - 4、公司主要财务指标分析 79
 - 5、近期发展规划 81
- 4.1.7 万事利集团有限公司 82
 - 1、企业简介 82
 - 2、产品介绍 83
 - 3、经营情况 83
 - 4、未来发展趋势 84
- 4.1.8 波司登股份有限公司 85
 - 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 85
 - 2、产品介绍 85
 - 3、经营情况 89
 - 4、未来发展趋势 90

4.1.9 江苏三房巷集团有限公司 92

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 92

2、产品介绍 92

3、经营情况 93

4、未来发展趋势 95

4.1.10 森马集团有限公司 96

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模） 96

2、产品介绍 97

3、经营情况 98

4、未来发展趋势 100

第五章 中国服装行业市场区域分布分析 103

5.1 东北地区 103

5.1.1 2014-2016年服装销售量 103

5.1.2 市场需求来源 103

5.1.3 增长推动因素分析 104

5.1.4 市场构成及占有率 104

5.2 华北地区 105

5.2.1 2014-2016年服装市场销售量 105

5.2.2 市场需求来源 105

5.2.3 增长推动因素分析 106

5.2.4 市场构成及占有率 106

5.3 华南地区 107

5.3.1 2014-2016年服装市场销售量 107

5.3.2 市场需求来源 107

5.3.3 增长推动因素分析 108

5.3.3 市场构成及占有率 109

5.4 华东地区 110

5.4.1 2014-2016年服装市场销售量 110

5.4.2 市场需求来源 110

5.4.3 增长推动因素分析 111

5.4.4 市场构成及占有率 111

- 5.5 华中地区 112
 - 5.5.1 2014-2016年服装市场销售量 112
 - 5.5.2 市场需求来源 113
 - 5.5.3 增长推动因素分析 113
 - 5.5.4 市场构成及占有率 114
- 5.6 西北地区 115
 - 5.6.1 2014-2016年服装市场销售量 115
 - 5.6.2 市场需求来源 115
 - 5.6.3 增长推动因素分析 116
 - 5.6.4 市场构成及占有率 116
- 5.7 西南地区 117
 - 5.7.1 2014-2016年服装市场销售量 117
 - 5.7.2 市场需求来源 118
 - 5.7.3 增长推动因素分析 118
 - 5.7.4 市场构成及占有率 119

第六章 服装竞争调查分析 120

- 6.1 竞争结构 120
 - 6.1.1 现有企业间竞争 120
 - 6.1.2 潜在进入者 120
 - 6.1.3 替代品 120
 - 6.1.4 供应商议价能力 121
 - 6.1.5 客户议价能力 121
- 6.2 行业集中度 122
 - 6.2.1 市场集中度 122
 - 6.2.2 企业集中度 122
 - 6.2.3 区域集中度 124
- 6.3 服装行业主要企业竞争 124
 - 6.3.1 重点企业资产总计对比分析 124
 - 6.3.2 重点企业从业人员对比分析 126
 - 6.3.3 重点企业全年营业收入对比分析 126
 - 6.3.4 重点企业出口对比分析 127

- 6.3.5 重点企业利润总额对比分析 128
- 6.3.6 重点企业综合竞争力对比分析 128

第七章 企业发展环境分析 130

- 7.1 2014-2016年国内服装行业产量统计 130
 - 7.1.1 产品结构分析 130
 - 7.1.2 产量统计数据 131
- 7.2 产品生产成本 133
 - 7.2.1 原材料 133
 - 7.2.2 生产成本 135
 - 7.2.3 管理费用 136
- 7.3 服装产品发展动态与机会 137
 - 7.3.1 新兴产品动态及其市场定位 137
 - 7.3.2 产品新技术及技术发展动向 137
 - 7.3.3 企业投资的方向和空间 138

第八章 服装产品消费调查分析 140

- 8.1 产品消费量调查 140
- 8.2 产品价格调查 141
 - 8.2.1 不同层次产品价格区间 141
 - 8.2.2 不同区域市场价格区间（提供不超过三个区域的分析） 142
- 8.3 消费群体调查 143
 - 8.3.1 消费群体构成 143
 - 8.3.2 不同消费群体偏好以及对产品的关注要素 144
 - 8.3.3 下游消费市场需求规模调查 145
- 8.4 品牌满意度调查 146

第九章 服装销售渠道分析 148

- 9.1 行业产品销售的主要渠道 148
 - 9.1.1 直销渠道分析 148
 - 9.1.2 分销渠道分析 149
- 9.2 不同企业群体的渠道方式分析 151

9.2.1 国有企业群体渠道分析 151

9.2.2 私有企业群体渠道分析 152

9.3 渠道新策略 153

9.3.1 新的销售渠道 153

9.3.2 渠道整合 154

第十章 2014-2016年服装进出口市场分析 156

10.1 服装进口市场分析 156

10.1.1 进口产品结构 156

10.1.2 进口量与金额统计 157

10.2 服装出口市场分析 158

10.2.1 出口产品结构 158

10.2.2 出口量与金额统计 158

10.3 进出口政策 159

10.3.1 贸易政策 159

10.3.2 倾销 160

10.3.3 反倾销 161

10.3.4 区域或本土保护政策 164

10.3.5 贸易壁垒 165

第十一章 服装行业上下游市场调研 167

11.1 2014-2016年服装原材料市场分析 167

11.1.1 服装上游原材料构成 167

11.1.2 服装上游原材料最新市场动态 168

11.1.3 国内产销量 169

11.1.4 原材料价格走势 169

11.1.5 主要供应企业供应量 170

11.1.6 产业政策 171

11.2 消费市场 172

11.2.1 服装产品消费市场构成 172

11.2.2 服装产品消费市场结构变化趋势 173

11.2.3 服装产品下游市场相关政策 174

- 11.2.4 主要消费群体（企业）消费量 175
- 11.3 潜在市场 176
 - 11.3.1 服装产品的现有潜在用户分析 176
 - 11.3.2 服装产品的潜在用户挖掘 176
- 11.4 产业链运行分析 179
 - 11.4.1 服装产品产业环境分析 179
 - 11.4.2 上下游关联度分析 181
- 11.5 服装产品产业发展前景预测 182
 - 11.5.1 技术 182
 - 11.5.2 消费者对于产品特性要求新变化或趋势 183
 - 11.5.3 整体市场前景预测 183

第十二章 服装细分市场分析 185

- 12.1 男装 185
 - 12.1.1 应用分析 185
 - 12.1.2 2014-2016年市场 186
 - 12.1.3 市场容量 187
 - 12.1.4 需求来源 188
 - 12.1.5 推动因素 188
 - 12.1.6 客户构成 189
 - 12.1.7 客户特点 190
- 12.2 女装 190
 - 12.2.1 应用分析 190
 - 12.2.2 2014-2016年销量 191
 - 12.2.3 市场容量 193
 - 12.2.4 需求来源 193
 - 12.2.5 推动因素 194
 - 12.2.6 客户特点 194
- 12.3 童装 195
 - 12.3.1 应用分析 195
 - 12.3.2 2014-2016年销量 196
 - 12.3.3 市场容量 197

- 12.3.4 需求来源 198
- 12.3.5 推动因素 198
- 12.3.6 客户构成 199
- 12.3.7 客户特点 199

第十三章 主要结论及建议 200 (ZY ZM)

- 13.1 主要结论及观点 200
- 13.2 策略建议 201
 - 13.2.1 产品策略 201
 - 13.2.2 渠道策略 202
 - 13.2.3 价格策略 203
 - 13.2.4 开发潜在市场的建议 207
 - 13.2.5 市场竞争策略建议 208

图表目录：

- 图表：服装网购规模变化趋势 2
- 图表：2016年纺织业主营收入 3
- 图表：互联网的六大特征 4
- 图表：服装行业生命周期 7
- 图表：2016年GDP初步核算数据 8
- 图表：GDP同比增速 8
- 图表：CPI和PPI同比增速 10
- 图表：CPI和PPI定基走势 10
- 图表：2016年纺织服装出口总额为 11
- 图表：中国服装行业企业数量 24
- 图表：中国服装行业资产规模变化 25
- 图表：纺织业固定资产投资完成额变化情况 26
- 图表：中国服装产量数据统计分析 27
- 图表：服装纺织行业产成品产值分析 27
- 图表：全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额分月同比增速（%） 29
- 图表：全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量分月同比增速（%） 29
- 图表：纺织服装、服饰业主营业务收入及同比增长情况 30

图表：中国服装行业盈利能力分析 32

图表：仿制药销售利润及其同期增长 33

图表：纺织服装、服饰业资产负债表 33

图表：服装行业偿债能力分析 34

图表：纺织业利润总额及同比增长 34

图表：服装行运营能力分析 35

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/K77161DVJV.html>