

2020-2026年中国服装行业 前景展望与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国服装行业前景展望与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202008/178970.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2011-2016年，我国服装产量实现了“五连涨”，从254.2亿件到314.52亿件，年均复合增长率4.4%，这也说明了在传统零售盛行的时代，服装产业实现快速增长是有可能的。进入到2017年，电商模式爆发、“新零售”被提出并列入了国家政策之中，产业转型在所难免，然而服装行业并未在2017年实现产业模式的大转变，产量实现了287.81亿件，出现了6年来的第一次下降，降幅高达8.5%。2011-2017年中国服装产量走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国服装行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共二十二章。首先介绍了中国服装行业市场发展环境、服装整体运行态势等，接着分析了中国服装行业市场运行的现状，然后介绍了服装市场竞争格局。随后，报告对服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装行业发展趋势与投资预测。您若想对服装产业有个系统的了解或者想投资中国服装行业，本报告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。

报告目录：

第一部分 服装所属行业发展情况分析36

第一章 我国服装行业发展现状分析36

第一节 我国服装行业分类和特点36

一、我国服装行业的分类情况36

二、我国服装行业的特点39

第二节 我国服装业发展概况43

一、近年服装业快速发展43

二、服装企业中民营企业是主体44

三、我国服装业将进入海外扩张时代44

四、中国服装产业发展的第二次浪潮46

五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征48

第三节 2019年我国服装业发展情况分析54

一、2019年中国服装行业运行质量分析54

二、2019年中国服装行业发展环境分析55

三、2019年中国服装行业内需市场分析	57
四、2019年中国服装行业出口市场分析	59
2017年1月至今我国纺织品服装出口值稳中有升	
五、2019年中国服装产业全年大记事	59
第四节 2015中国服装行业发展趋势分析预测	64
一、国际市场保持稳定，中国产业在竞争中调整结构	64
二、内需平稳快速增长，“品牌战略”引领航程	64
三、资源供需矛盾更为突出，产业调整转型升级加速	65
第二章 2019年中国服装业运行情况分析	65
第一节 “十二五”纺织服装行业运行情况回顾	65
一、行业发展总体保持较快增长	65
二、投资区域结构调整步伐持续加快	66
三、内需市场对行业支撑作用明显增强	67
四、国际竞争力继续提升，出口结构持续优化	67
五、经济运行效益和质量进一步提升	68
六、产业结构调整取得明显成效	69
七、技术进步与劳动生产率进一步提升	69
第二节 2019年我国服装所属行业经济运行情况分析	70
一、2019年我国服装行业总体情况	70
二、2019年我国服装行业投资情况	71
三、2019年我国服装行业出口情况	74
四、2019年我国服装行业内需情况	75
第三节 2017年我国服装所属行业经济运行特点分析	78
一、产业转型升级由被动走向自觉	78
二、劳动力短缺加速产业区域结构调整	82
三、集约化发展下资源整合、资本运作、国际合作皆为要点	82
四、品牌推进更上一层楼，品牌生态见雏形	83
第三章 2014-2019年中国纺织服装制造业所属行业经济运行数据分析	85
第一节 2014-2019年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标	85
一、2017年全国纺织服装制造业主要经济指标	85
二、2019年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标	85

第二节 2014-2019年全国部分服装产品所属行业生产情况	86
一、2014-2019年服装生产情况分析	86
二、2014-2019年全国针织服装产品产量统计数据	87
三、2014-2019年全国皮革服装产品产量统计数据	89
四、2014-2019年全国梭织服装产品产量统计数据	91
五、2014-2019年全国羽绒服产品产量统计数据	93
六、2014-2019年全国衬衫产品产量统计数据	95
第三节 2014-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属行业产销数据分析	96
一、2017年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析	96
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析	98
第四节 2014-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属行业资产负债分析	99
一、2017年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析	99
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析	101
第五节 2014-2019年全国及中国各省市纺织服装制造业所属行业规模分析	102
一、2017年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析	102
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析	104
第六节 2014-2019年全国及各省市纺织服装制造业所属行业盈利能力分析	105
一、2017年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析	105
二、2019年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析	107
第四章 2019年中国纺织服装业发展情况预测	108
第一节 2019年中国纺织服装业发展环境分析	108
第二节 2019年中国纺织服装业发展情况预测	109
一、服装消费需求推动产业创新	109
二、服装内需将继续成行业发展强大驱动力	112
三、2019年中国纺织服装业面临产业升级	113
四、2019年中国纺织服装业应积极转型	115
第五章 主要细分产品市场分析	117
第一节 女装	117
一、中国女装行业现状分析	117
二、女装品牌诸侯争霸 同质化成女装发展瓶颈	118

- 三、中国女装：“三多三少”现状之浅析120
- 四、女装消费主体分析125
- 五、中国女装品牌竞争进入“细分时代”128
- 六、我国成熟女性服装市场发展现状分析130
- 七、2019年中国女装发展情况分析133
- 八、2019年中国女装发展态势预测134
- 十、中国女装消费市场的发展潜力及趋势136
- 十一、女装消费趋势及企业策略137
- 第二节 男装138
 - 一、我国男装产业状况分析138
 - 二、男装产业集群的分布140
 - 三、我国男装市场竞争现状143
 - 四、男装品牌发展新模式：零售商品品牌144
 - 五、2019年中国十大男装146
 - 六、2019年中国男装发展态势预测147
- 第三节 童装152
 - 一、2019年童装产业运行基本概况152
 - 二、深度剖析童装战略营销模式154
 - 三、儿童服装标准更新2013年月日起正式实施161
 - 四、2019年童装市场发展趋势展望162
 - 五、2019年中国童装发展态势预测164
 - 六、时尚类童装品牌市场空间渐大167
- 第四节 内衣168
 - 一、中国内衣行业市场分析168
 - 二、中国内衣市场品牌竞争格局170
 - 三、都市女性内衣趋于高档171
 - 四、我国内衣行业存在的问题172
 - 五、2019年内衣市场的新亮点176
 - 六、2019年内衣市场发展趋势展望179
 - 七、完善功能性修正型内衣国内市场前景广阔179
- 第五节 运动服装182
 - 一、我国运动服装市场现状与对策研究182

二、我国首个运动服装标准助力产业整合	183
三、2019年运动服前十位品牌市场占有率	183
四、运动服装市场商机无限	192
第六节 羽绒服装	192
一、中国羽绒服产业大势分析	192
二、我国羽绒服装质量检验标准与国外差距分析	194
三、2019年羽绒服装全国及各省市产量	196
四、透视中国羽绒服行业	198
五、2019年我国羽绒服企业发展策略	199
第七节 休闲服装	200
一、闽派服装领跑休闲服装产业	200
二、休闲服装进入卖场竞争阶段	201
三、休闲裤地方标准出台	202
四、外资品牌加速扩张 中国休闲服装求解产业升级路径	203
五、我未来十年国休闲服装产业发展趋势解析	209
第八节 职业装	213
一、我国职业装市场分析	213
二、中国职业装行业在变化中求创新求发展	214
三、品牌化是职业装的发展趋势	214
四、2019年衬衫全国及各省市产量	215
第二部分服装所属行业进出口分析	217
第六章 全球服装市场分析 & 出口贸易概况	217
第一节 2019年全球服装市场分析 & 预测	217
一、全球服装品牌设计及供应链趋势	217
二、看世界服装行业发展之六大趋势	220
三、纺织预测：全球纺织贸易新兴趋势	220
第二节 2019年全球纺织服装业面临转折	226
第七章 中国服装业所属行业进出口分析	228
第一节 2019年全国纺织品服装进出口概况	228
第二节 2019年纺织服装出口情况分析	229

- 一、2019年我国纺织服装出口的主要特点229
- 二、2019年我国纺织服装行业出口显著增长的主要原因230
- 三、当前我国纺织服装出口面临的主要问题231
- 四、2019年纺织品服装出口情况232
- 第三节 2019年全国纺织品服装出口市场特征分析233
 - 一、一般贸易出口增长迅速，占比提升233
 - 二、对主要市场出口全面增长，市场份额持续攀升234
 - 三、全国三分之二的企业出口实现增长，民营企业最具活力234
 - 四、纺织品出口增速超过服装，出口商品价格整体上涨234
 - 五、全国各省市出口均现增长，中、西部省市反弹更为迅速235
 - 六、主要商品出口量价齐升235
- 第四节 2019年我国纺织服装出口预测235

第八章 2019年纺织服装所属行业进出口市场统计数据236

第一节 2019年我国服装出口统计数据236

- 一、2019年服装全国出口统计数据236
- 二、2019年服装广东省出口统计数据237
- 三、2019年服装上海市出口统计数据238
- 四、2019年服装江苏省出口统计数据238
- 五、2019年服装浙江省出口统计数据238
- 六、2019年服装福建省出口统计数据239
- 七、2019年服装山东省出口统计数据239

第二节 2019年我国服装进口统计数据239

- 一、2019年服装全国进口统计数据239
- 二、2019年服装广东省进口统计数据240
- 三、2019年服装上海市进口统计数据240
- 四、2019年服装江苏省进口统计数据240
- 五、2019年服装浙江省进口统计数据241
- 六、2019年服装福建省进口统计数据241
- 七、2019年服装山东省进口统计数据241

第九章 我国服装主要出口市场分析243

- 第一节 欧盟服装市场及我国出口情况分析243
 - 一、 欧盟国家服装零售业正向国际化和集中化发展243
 - 二、 欧盟取消纺织品进口配额检验244
 - 三、 2017年欧盟委员会针对纺织服装标签达成协议244
- 第二节 美国服装市场及我国出口情况分析245
 - 一、 2019年美国从中国进口服装情况245
 - 二、 我出口美国纺织品服装主要类别246
 - 三、 中国服装业进入美国市场策略248
- 第三节 意大利服装市场及我国出口情况分析249
 - 一、 意大利纺织服装工业产业链简析及主要特征249
 - 二、 2019年意大利纺织时尚业面临形势严峻251
 - 三、 意大利两部门联手 推动纺织行业出口252
 - 四、 意大利纺织企业要求对中国纺织品实行更严格监控253
 - 五、 2017年中国进口.亿美元意大利服装253
- 第四节 德国服装市场及我国出口情况分析254
 - 一、 德国纺织服装业状况254
 - 二、 德国充满纺织服装贸易空间和合作机会254
 - 三、 德国与香港在斯里兰卡合资建服装出口工厂 257
- 第五节 法国服装市场及我国出口情况分析258
 - 一、 法国服装工业及贸易消费现状258
 - 二、 法国女性花费在贴身内衣方面的服装预算259
 - 三、 华人在法国投资纺织品服装业前景分析259
 - 四、 法国服装市场进入网上销售时代261
 - 五、 2019年中国服装对法国出口分析262
- 第六节 俄罗斯服装市场及我国出口情况分析263
 - 一、 法国鼓励国内服装企业积极出口俄罗斯263
 - 二、 俄罗斯纺织服装市场极具开发潜力263
 - 三、 俄罗斯是中国的第五大服装出口市场268
- 第七节 日本服装市场及我国出口情况分析271
 - 一、 日本人对中国制造服装满意度调查271
 - 二、 日本经济产业省提出纺织服装产业战略目标272
 - 三、 2019年中国服装出口日本统计数据273

第八节 香港服装市场及我国出口情况分析274

一、香港纺织服装行业生产及消费概况274

二、回归十年 香港纺织服装贸易稳步增长277

三、2019年香港成全球第三大纺织品出口地278

第九节 中国成为阿根廷第一服装进口来源国279

第十节 非洲各国纺织服装发展现状及我国出口机遇279

一、全球化浪潮洗礼非洲服装产业279

二、南非281

三、埃及283

四、肯尼亚289

五、莱索托291

六、突尼斯293

七、投资非洲服装业机会分析293

第十章我国服装出口主要竞争对手分析297

第一节 印度服装市场分析297

一、印度服装业发展概况297

二、印度服装业与中国出口竞争力、结构的对比298

三、2019年印度2%重点市场计划有助于稳定服装出口305

四、2019年月份印度的服装出口情况306

第二节 巴西服装市场分析307

一、巴西纺织服装业向世界进军307

二、巴西纺织和服装工业准备在世界市场发挥重要作用308

三、巴西纺织服装企业将阿联酋作为出口市场311

第三节 泰国服装市场分析311

一、2019年泰国服装出口预测311

二、2019年泰国服装制造商因劳动成本高而向海外转移312

第四节 越南服装市场分析313

一、越南准备成为世界五大服装出口国313

二、2019年越南纺织服装出口情况分析314

三、2019年越南纺织服装出口预计314

第五节 韩国服装市场分析315

- 一、韩国纺织服装业的现状315
- 二、韩国纺织服装业的竞争优势316
- 三、韩国纺织服装业竞争力的SWOT分析318
- 四、韩国服装品牌进入全球服装市场及其策略320
- 第六节 土耳其服装市场分析324
 - 一、土耳其的纺织服装工业324
 - 二、土耳其在全球纺织服装市场中的位置326

- 第十一章我国纺织品服装出口对策327
 - 第一节 2019年中国纺织服装类产品贸易保护状况回顾327
 - 一、2019年政策性贸易保护壁垒高筑327
 - 二、技术性贸易保护壁垒成为主体328
 - 三、积极应对提高行业企业话语权330
 - 第二节 入世十周年 纺织服装业贸易摩擦不断升温331
 - 一、我国纺织出口快速增长331
 - 二、对华贸易保护渐成常态331
 - 三、加强应对保护意识是关键333
 - 第三节 2019年后我国纺织贸易面临的风险和对策分析334
 - 一、基本情况334
 - 二、我国纺织服装出口面临的国际环境更加严峻337
 - 三、中欧协议到期后，中欧爆发大规模贸易摩擦的风险依然存在339
 - 四、中美协议到期后，中美爆发贸易摩擦的不确定性增加340
 - 五、纺织服装出口面临长期地不断增多的反倾销调查341
 - 六、积极的出口管理是规避贸易风险的必要措施344
 - 七、出口配额管理目的性和针对性强，效果明显345
 - 八、其它形式的非配额出口管理在短期内作用有限345
 - 九、实现纺织服装出口贸易转型需要综合的配套政策346
 - 十、应充分认识近期中国纺织服装企业“走出去”的风险346
 - 第四节 2019年我国纺织品服装出口增长预测347
 - 第五节 我国纺织服装产品出口绿色壁垒的新趋势与对策349
 - 一、纺织服装行业绿色壁垒的新趋势与中国企业的状态349
 - 二、针对纺织服装绿色壁垒的对策研究351

第三部分服装产业集群及主要省市发展情况分析357

第十二章服装产业集群与企业西迁情况357

第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析357

一、产业集群概述357

二、中国服装产业集聚模式361

三、我国纺织产业集群崛起“中部军团”363

四、服装业集群应以市场配置为导向366

第二节 东部沿海纺织服装企业西迁分布367

一、东部沿海纺织服装西迁现状367

二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性368

三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果分析370

四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况373

五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路375

六、结语376

第十三章主要生产省市发展情况377

第一节 江苏省377

一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列377

二、“十三五”江苏服装产业发展回顾379

三、江苏纺织服装业国际竞争力的探讨382

四、“十三五”期间江苏省服装行业发展战略383

五、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势388

第二节 浙江省396

一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势396

二、2013年浙江省纺织服装出口情况分析401

三、纺织服装产业创意基地落户浙江402

四、温州本土服装品牌积极开拓全国市场403

五、温州服装行业结构调整方向及对策404

六、“十三五”期间浙江省服装行业发展战略409

第三节 广东省412

一、2019年广东服装业市场运行情况分析412

- 二、2017年广东服装出口情况分析414
- 三、2017年深圳服装业实现产值2000多亿元415
- 四、“十三五”广东服装业：产业集群双转移415
- 五、2019年广东服装行业面临洗牌格局417
- 第四节 上海市418
 - 一、上海市服装市场特点418
 - 二、上海市服装市场品牌特征419
 - 三、2019年上海百货店服装类商品销售情况422
 - 四、2019年四季度上海纺织服装出口稳步增长423
- 第五节 福建省424
 - 一、2019年福建省纺织服装出口快速增长424
 - 二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起425
 - 三、2019年石狮纺织服装产业高速增长428
- 第六节 湖南省服装产业发展情况分析429
 - 一、“十三五”湖南服装产业发展回顾429
 - 二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级430
- 第七节 其他省市433
 - 一、2019年河北纺织行业保持较快增长433
 - 二、2019年山东纺织服装出口创汇同比增长情况437
 - 三、“十三五”山东服装发展规划438

第四部分服装市场营销分析444

第十四章 消费者及需求分析444

第一节 消费者及影响服装需求因素分析444

- 一、消费者群体规模简要分析444
- 二、2019年中国各省区城镇人均收入情况447
- 三、2019年居民消费价格总水平环比升情况448
- 四、2019年内地中产消费者消费特征分析453
- 四、消费升级对中国纺织服装行业的影响461
- 五、2019年服装消费越来越重视品牌和个性462

第二节 影响服装需求的因素分析465

- 一、社会文化465

二、流行趋势465

三、服装的基本功能与特征466

四、商品名称466

五、商标466

六、商品价格467

七、商品广告467

八、消费者收入467

第十五章服装销售渠道与营销策略分析468

第一节 2019年我国服装商业发展概况468

一、2017年的服装商业零售市场分析468

二、2019年的服装商业销售新趋势469

第二节 中国服装销售渠道分析470

一、我国服装销售渠道的模式470

二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键474

三、服装产业渠道销售之痛476

四、中国服装产业销售渠道发展策略479

五、2019年服装流通渠道分析480

第三节 服装批发市场分析481

一、服装批发市场的发展特征481

二、服装批发市场的三大类型482

三、服装批发市场按照地区划分的六大板块483

四、中国大中型服装批发市场一览483

第四节 中国服装企业市场营销策略综述分析488

一、生活水平与服装观念488

二、实际消费需求的产生489

三、服装流行的特点489

四、服装流行的基本规律490

五、服装流行的基本法则490

六、服装流行花期491

七、服装六大属性491

八、服装二大族类491

九、女性顾客三大族492

十、服装购买三步曲492

十一、服装购买的特点492

第五节 服装企业的定制营销493

一、建立数据库掌握顾客需求493

二、用柔性制造提速定制服务494

三、敏捷供应链为定制护航496

四、用网络提供互动平台497

第十六章中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析499

第一节 中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析499

一、中国纺织服装专业市场现状499

二、2018《纺织服装专业市场建设及管理技术规范》发布503

三、纺织服装专业市场：升级换代 自主创新513

四、2018纺织服装专业市场交易分析515

第二节 2018国纺织服装行业年度十大专业市场517

一、中国轻纺城517

二、中国东方丝绸市场523

三、常熟天虹服装城525

四、常熟服装城526

五、上海世贸商城528

六、芦淞服饰城529

七、华南城539

八、北京大红门服装商贸城556

九、中纺中心服装城558

十、广州白马服装市场559

第五部分服装行业竞争格局分析561

第十七章服装行业竞争情况分析561

第一节 2019年服装行业竞争情况分析561

一、2019年服装行业竞争升级561

二、2019年国内市场全面竞争时代的来临562

- 三、2019年国内外服装品牌商业竞争全面展开563
- 四、2019年中国服装品牌的集体竞争更高段位 供应链的竞争563
- 五、2019年度中国服装行业竞争力前十强566
- 六、中国服装行业从成本竞争走向价值竞争567
- 七、2019年台湾纺织服装将全面进军中国大陆573
- 八、“十三五”期间服装企业应全面提升竞争实力575
- 第二节 2019年服装行业全国百强企业名单576
 - 一、2018度服装业产品销售收入百强企业名单576
 - 二、2018度服装行业利润总额百强企业名单585
 - 三、2018度服装行业销售利润率百强企业名单594
- 第三节 2018纺织服装行业竞争力发展状况598

第十八章 服装业领先企业分析602

第一节 雅戈尔集团股份有限公司602

- 一、企业基本概况602
- 二、企业经营情况分析603
 - (一) 企业偿债能力分析603
 - (二) 企业运营能力分析605
 - (三) 企业盈利能力分析609
- 三、公司发展展望与策略610

第二节 红豆集团有限公司613

- 一、企业基本概况613
- 二、企业经营情况分析614
 - (一) 企业偿债能力分析614
 - (二) 企业运营能力分析616
 - (三) 企业盈利能力分析619
- 三、红豆服装实现质的跃升620
- 四、红豆做强“微笑曲线”两端 综合实力大幅提升625
- 五、2红豆男装发展情况627

第三节 海澜集团公司630

- 一、企业基本概况630
- 二、企业经营情况分析631

(一) 企业偿债能力分析	631
(二) 企业运营能力分析	633
(三) 企业盈利能力分析	636
三、海澜集团 不断超越自己永远追求卓越	637
第四节 波司登股份有限公司	642
一、企业基本概况	642
(一) 企业偿债能力分析	643
(二) 企业运营能力分析	645
(三) 企业盈利能力分析	648
二、波司登品牌价值情况	649
三、波司登的五次革命	650
四、波司登发展策略分析	657
第五节 杉杉投资控股有限公司	658
一、企业基本概况	658
(一) 企业偿债能力分析	659
(二) 企业运营能力分析	661
(三) 企业盈利能力分析	665
二、杉杉集团多品牌国际化战略	666
三、杉杉集团：踏足新能源 打造消费平台	667
第六节 青岛即发集团控股公司	669
一、企业发展概况	669
(一) 企业偿债能力分析	670
(二) 企业运营能力分析	672
(三) 企业盈利能力分析	675
二、青岛即发发展策略分析	676
第七节 庄吉集团	678
一、企业发展概况	678
(一) 企业偿债能力分析	679
(二) 企业运营能力分析	681
(三) 企业盈利能力分析	684
二、庄吉集团的名牌战略	685
第八节 富可达控股股份有限公司	686

一、企业发展概况686

(一) 企业偿债能力分析687

(二) 企业运营能力分析689

(三) 企业盈利能力分析692

二、富可达海外发展策略693

第九节 罗蒙集团股份有限公司694

一、企业发展概况694

(一) 企业偿债能力分析695

(二) 企业运营能力分析697

(三) 企业盈利能力分析700

二、企业发展战略701

第十节 美特斯邦威集团有限公司703

一、企业发展概况703

(一) 企业偿债能力分析704

(二) 企业运营能力分析706

(三) 企业盈利能力分析709

二、美特斯邦威品牌发展策略710

第六部分 服装行业趋势及战略分析712

第十九章 2020-2026年服装行业发展趋势分析712

第一节 2020-2026年服装业发展主要趋势712

一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈712

二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变712

三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免714

四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新715

五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者716

六、产业供应链发展趋势条件更加成熟717

七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势718

八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代719

九、企业战略发展和现代管理发展趋势720

第二节 2020-2026年中国服装产业机遇与挑战722

一、服装产业面临的机遇722

- 二、服装产业面临的挑战725
- 三、中国服装业发展的困惑730
- 四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮731
- 第三节 2020-2026年中国服装行业发展指南734
 - 一、“十三五”服装行业面临的环境734
 - 二、“十三五”中国服装行业科技发展指南736
 - 三、“十三五”服装行业发展重点745
 - 四、12省区将纺织服装列为“十三五”发展重点746
 - 五、我国纺织工业“十三五”规划将于近期发布749

第二十章 2020-2026年服装行业发展策略分析752

第一节 中国服装品牌发展现状752

- 一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年752
- 二、中国服装品牌生命周期760
- 三、国际品牌淹没中国品牌764
- 四、我国出口服装自主品牌仅占一成766
- 五、“十三五”中国服装品牌发展目标766

第二节 本土服装品牌“洋化”现象原因及利弊分析770

- 一、洋化现象原因分析770
- 二、洋化现象利弊分析772

第三节 中国服装品牌发展战略776

- 一、中国服装必须走品牌创新之路776
- 二、服装品牌的精神777
- 三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解780
- 四、中国服装品牌发展应从细微处做起784
- 五、应对国际服装品牌的战略788

第四节 服装企业品牌定位策略794

- 一、品牌的产品属性定位794
- 二、品牌的名称设置795
- 三、品牌的消费群体定位796
- 四、消费群体的购买习惯定位797
- 五、消费群体的文化层次定位798

- 六、品牌的风格及文化定位798
- 七、品牌的营销定位799
- 八、在品牌的定位过程中应注意的问题801

第二十一章 2020-2026年中国服装业的品牌战略分析803

第一节 服装业投资特性分析803

- 一、2019年服装行业景气度分析803
- 二、2019年服装行业赢利能力分析805
- 三、服装行业进入壁垒和退出机制分析806
- 四、中国服装出口的主要贸易壁垒807
- 五、服装业的主要风险808
- 六、十三五期间纺织服装业投资情况分析810
- 七、当前服装业投资的判断和预测811

第二节 服装行业投资前景分析815

- 一、服装行业投资前景分析815
- 二、防静电服装市场前景看好817
- 三、针织服装发展新趋势分析818
- 四、智能服装的时尚化通道819
- 五、童装市场巨大将成投资热门824
- 六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势826

第二十二章 2020-2026年中国纺织服装企业投资海外策略及建议827

第一节 中国纺织服装企业投资海外策略827

- 一、成本高企压力增大827
- 二、海外投资另辟蹊径828
- 三、配套缺陷阻碍发展828
- 四、全盘考虑转换思维829
- 五、国际营销战略需调整830

第二节 纺织服装业投资东盟的原因及经济效应分析834

- 一、中国对东盟纺织服装业投资的原因分析834
- 二、我国纺织服装业投资东盟的经济效应分析836
- 三、我国纺织服装企业投资东盟时应该注意的几个问题837

四、浙江纺织服装企业投资东盟的SWOT分析838

(一) 投资东盟的利益838

(二) SWOT分析840

(三) 对策建议845

第三节 突、中纺织服装业的现状及中国纺织服装业投资突尼斯的可能性846

一、突尼斯纺织服装业在国民经济中的地位846

二、2019年突尼斯纺织服装业进出口情况846

三、2019年突尼斯纺织服装行业出口增长情况847

四、中国纺织服装出口经营现状与前景847

五、突尼斯的投资环境848

六、我纺织服装业对突投资应注意的几个问题849

第四节 中国企业投资孟加拉国纺织服装业的优势分析850

一、孟加拉国纺织服装业现状850

二、孟加拉国纺织服装业发展趋势853

三、孟政府对纺织服装业及吸引外商直接投资的重视854

四、孟成衣从出口目的国所享受的独特待遇及我纺织服装业受困后他们得到的好处857

五、孟纺织设备及纱线、布匹的大额缺口给我企业带来的机遇859

六、我国劳动力市场的困境及孟加拉劳动力市场的优势分析860

七、我国“走出去”政策激励我企业赴海外投资办厂861

图表目录：

图表 1 限额以上企业服服饰类零售额累计同比增速70

图表 2 “互联网+”的六大特征72

图表 3 “互联网+”的商业模式72

图表 4 服装及衣着附件出口金额（月）（2013~2015.5）74

图表 5 纺织制品出口金额（月）（2013~2015.5）74

图表 6 限额以上企业的零售总额和服装销售情况75

图表 7 全国百家大型零售企业零售情况低位徘徊76

图表 8 50家重点零售企业的5月数据由负转正77

图表 9 2012-2019年我国纺织服装制造行业销售收入85

图表 10 2012-2019年我国纺织服装制造行业利润总额85

图表 11 2019年全国服装产量分省市统计表86

- 图表 12 2019年全国针织服装产量分省市统计表88
- 图表 13 2019年全国皮革服装产量分省市统计表89
- 图表 14 2019年全国梭织服装产量分省市统计表91
- 图表 15 2019年全国羽绒服产量分省市统计表93
- 图表 16 2019年全国衬衫产量分省市统计表95
- 图表 17 2012-2019年我国纺织服装制造业产成品96
- 图表 18 2017年全国纺织服装制造业不同地区产成品97
- 图表 19 2019年全国纺织服装制造业不同地区产成品98
- 图表 20 2017年全国纺织服装制造业不同地区负债合计99
- 图表 21 2012-2019年我国纺织服装制造业资产负债101
- 图表 22 2019年全国纺织服装制造业不同地区负债合计101
- 图表 23 2012-2019年我国纺织服装制造业资产合计102
- 图表 24 2017年全国纺织服装制造业不同地区资产合计103
- 图表 25 2019年全国纺织服装制造业不同地区资产合计104
- 图表 26 2012-2019年我国纺织服装制造业利润总额105
- 图表 27 2017年全国纺织服装制造业不同地区利润总额106
- 图表 28 2019年全国纺织服装制造业不同地区利润总额107
- 图表 29 女装消费者年龄划分125
- 图表 30 女装消费者消费档次划分126

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178970.html>