

2022-2028年中国服装制造 行业分析与市场需求预测报告

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

《2022-2028年中国服装制造行业分析与市场需求预测报告》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/202205/287699.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

2019年，纺织服装全行业实现净利润72.0亿元，同比下降30.5%，而2020一季度全行业实现净利润3.1亿元，同比下降89.1%。分板块来看，纺织制造板块2019年净利润同比下降22.1%，2020年一季度净利润同比下降56.0%，主要由于2019年中美贸易战影响，下游出口不振盈利能力下降。服装家纺板块2019年净利润增速为-37.7%，2020年一季度净利润增速-103.7%，2020年一季度净利润较收入下降幅度更为明显主要由于销售管理等费用较为固定，导致净利润下降幅度较营收更大。2015-2020年一季度纺织服装行业净利润（扣非后归母，亿元）2015-2020年一季度纺织制造板块净利润（扣非后归母，亿元）

中企顾问网发布的《2022-2028年中国服装制造行业分析与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了中国服装制造行业市场发展环境、服装制造整体运行态势等，接着分析了中国服装制造行业市场运行的现状，然后介绍了服装制造市场竞争格局。随后，报告对服装制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装制造行业发展趋势与投资预测。您若想对服装制造产业有个系统的了解或者想投资中国服装制造行业，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 服装制造行业概述

第一节 服装制造行业发展环境分析

- 一、2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2019年我国宏观经济发展趋势
- 三、2019年服装制造行业相关政策及影响

第二节 服装制造行业基本特征

- 一、行业界定及主要产品
- 二、在国民经济中的地位
- 三、服装制造行业特性分析
- 四、服装制造行业发展历程
- 五、国内市场的重要动态

第三节 服装制造行业产业链分析

一、产业链模型介绍

二、服装制造产业链模型分析

第二章 服装制造行业发展概述

第一节 行业界定

一、服装制造行业定义及分类

二、服装制造行业经济特性

三、服装制造行业产业链简介

第二节 服装制造行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 服装制造行业相关产业动态

第三章 2019年全球服装制造所属行业运行形势分析

第一节 全球服装制造所属行业运行环境分析

第二节 全球服装制造行业市场发展情况分析

一、全球服装制造行业市场供需分析

二、全球服装制造行业市场规模分析

三、全球服装制造行业主要国家发展情况分析

第三节 2022-2028年全球服装制造行业市场规模趋势预测分析

第四章 2019年中国服装制造所属行业技术发展分析

第一节 中国服装制造所属行业技术发展现状

第二节 服装制造所属行业技术特点分析

第三节 服装制造所属行业技术专利情况

一、服装制造所属行业专利申请数分析

二、服装制造所属行业专利申请人分析

三、服装制造所属行业热门专利技术分析

第四节 服装制造行业技术发展趋势分析

第五章 我国服装制造所属行业发展分析

第一节 2019年中国服装制造所属行业发展状况

一、2019年服装制造行业发展状况分析

近年来我国服装消费已经从单一的遮体避寒的温饱型消费需求转向时尚、文化、品牌、形象的消费潮流，服装行业面临转型升级压力，产业规模增速不断下降。2019年，我国实现服装产量244.72亿件，实现行业营收1.6万亿元。

近年来我国服装消费已经从单一的遮体避寒的温饱型消费需求转向时尚、文化、品牌、形象的消费潮流，服装行业面临转型升级压力，产业规模增速不断下降。2019年，服装产量略有反弹。

2019年1-12月，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量244.72亿件，同比增长3.28%

。2019年我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量及同比增长走势

二、2019年中国服装制造行业发展动态

三、2019年我国服装制造行业发展热点

四、2019年我国服装制造行业存在的问题

第二节 2019年中国服装制造所属行业供需状况

一、2015-2019年中国服装制造行业供给分析

二、2015-2019年中国服装制造行业市场需求分析

三、中国服装制造所属行业产品价格分析

1、中国服装制造所属行业产品价格分析

2、行业价格影响因素分析

四、2015-2019年中国服装制造行业市场规模分析

第六章 2015-2019年中国服装制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2015-2019年中国服装制造所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2015-2019年中国服装制造所属行业产值分析

一、产成品分析

二、工业总产值分析

第三节 2015-2019年中国服装制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、销售费用分析

三、管理费用分析

四、财务费用分析

第四节 2015-2019年中国服装制造所属行业运营效益分析

一、盈利能力分析

二、偿债能力分析

三、运营能力分析

四、成长能力分析

第七章 2019年中国服装制造行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业产品市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 服装制造行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 2019年中国服装制造行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第八章 服装制造行业优势生产企业竞争力分析

第一节 波司登股份有限公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第二节 江苏综艺集团

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第三节 宁波申洲织造集团有限公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第四节 大杨集团有限责任公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第五节 海澜集团公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第六节 诸城市新郎服饰有限责任公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第七节 广东溢达纺织有限公司

一、公司基本情况分析

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

第九章 2015-2019年中国服装制造行业上下游分析及其影响

第一节 2019年中国服装制造行业上游发展及影响分析

一、2019年中国服装制造行业上游运行现状分析

二、2022-2028年中国服装制造行业上游市场发展前景预测

三、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2019年中国服装制造行业下游发展及影响分析

一、2019年中国服装制造行业下游运行现状分析

二、2022-2028年中国服装制造行业下游市场发展前景预测

三、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2022-2028年服装制造行业发展及投资前景预测分析

第一节 2022-2028年服装制造行业市场规模预测分析

第二节 2022-2028年服装制造行业供需预测分析

第三节 中国服装制造行业五力分析

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

第四节 2022-2028年我国服装制造行业前景展望分析

第五节 2022-2028年我国服装制造行业产品价格走势预测

第六节 2022-2028年我国服装制造行业盈利能力预测

第十一章 2022-2028年中国服装制造行业投资风险分析

第一节 2015-2019年中国服装制造所属行业投资金额分析

一、2015-2019年中国服装制造所属行业内资企业投资金额分析

二、2015-2019年中国服装制造所属行业港澳台及外资企业投资金额分析

第二节 近年中国服装制造行业主要投资项目分析

第二节 2022-2028年中国服装制造行业投资周期分析

第三节 2022-2028年中国服装制造行业投资风险分析

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

第十二章 2022-2028年中国服装制造行业发展策略及投资建议分析()

第一节 服装制造行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 服装制造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 2022-2028年中国服装制造产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析()

1、产品外销优势

2、产品内销优势

第四节 2022-2028年中国服装制造行业发展建议

第五节 2022-2028年中国服装制造行业投资建议

图表目录：

图表：2015-2019年中国服装制造市场价格走势图

图表：2022-2028年中国服装制造产量及消费量预测

图表：2022-2028年中国服装制造市场价格走势预测

图表：2015-2019年我国服装制造市场规模分区域统计表

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业资产规模增长分析

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业销售规模增长分析

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业利润规模增长分析

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业产成品增长分析

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业总产值分析

图表：2015-2019年中国服装制造所属行业成本费用结构变动趋势

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/287699.html>