

2016-2022年中国服装市场需求调研及十三五发展 定位研究报告

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《2016-2022年中国服装市场需求调研及十三五发展定位研究报告》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/fangzhi/244548244548.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

众所周知，服装是人们生活之所必须，服装业自然是一个国家国民经济中最重要的产业之一。对于中国这样的人口大国来说，服装业的重要性更是不言而喻。目前我国服装企业存在上规模上档次的企业少、设计能力薄弱、服装品牌的含金量不足、产业链不健全、缺乏行业的专业人才、缺乏高效IT 平台的支撑、经营管理的效率较低等诸多问题。同时，随着中国经济的持续发展、人均可支配收入的不断提高，国外的服装企业将中国视为一个发展潜力巨大的市场，众多国际著名品牌纷纷进驻中国，给中国的服装企业带来新的挑战 and 压力。

2015 年服装纺织行业整体营收规模进一步下滑，但盈利能力逐步改善；2016 年一季度，行业整体增速下滑态势出现阶段性改观。2015年12月，纺织品服装贸易额291.3亿美元，增长4%，其中出口268.9亿美元，增长4.7%，进口22.4亿美元，下降4.2%，当月贸易顺差246.5亿美元，增长5.7%。1-12月，纺织品服装累计贸易额3095.1亿美元，下降4.8%，其中出口2839亿美元，下降4.9%，进口256.1亿美元，下降3.5%。累计贸易顺差2582.9亿美元，下降5%。

其中，占出口额61%的服装出口下降6.4%，其中针、梭织服装合计出口量下降6.2%，价格相对低的针织服装成为下降主因，出口量下降11.4%。梭织服装仍保持 2.6%的增长。纺织品出口下降2.4%，其中仅面料保持0.7%的小幅增长，纱线和制成品分别下降8.8%和4.2%，制成品中家用纺织品下降9.8%。大类商品出口平均单价全部下跌：针梭织服装下跌0.5%，纱线下跌9.2%，面料下跌2%。

受需求降低、出口走弱，以及巨量库存的影响，2015年我棉花进口量继续大幅削减，全年仅进口147.5万吨，创近10年新低，同比下降40%，进口平均单价为1740美元/吨，下跌15%。

纺织制造行业，以棉花为代表的原材料价格企稳有利于纺织制造企业降低生产成本、改善盈利状况；目前棉花工业库存处于历史低位，随着下游需求逐步企稳复苏，纺企补库存需求将逐步释放；在供给侧结构调整的背景下，落后产能将逐步退出，在国内市场供需趋向平衡的同时高效产能陆续投放，有利于纺企盈利水平的提升。

纺织服装、服饰业尚处于调整阶段、行业整体对未来的预期不甚乐观，基于主业的外延扩张趋于谨慎、整体经营思路偏向于通过降本增效实现内生增长。在新常态的背景下，GDP 增速和居民收入增速放缓以及服装家纺消费习惯逐步成熟，我国居民服饰消费亦逐步进入中速增长阶段。

《2016-2022年中国服装市场需求调研及十三五发展定位研究报告》由中国报告网领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争

因素等)、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

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 2015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

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 主要结论及中国报告网建议 200

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1季度纺织业主营收入 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1季度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1季度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
- 图表：雅戈尔集团股份有限公司营运能力分析 40
- 图表：雅戈尔集团股份有限公司成长能力分析 41
- 图表：雅戈尔集团股份有限公司盈利能力分析 41
- 图表：雅戈尔集团股份有限公司偿债能力分析 42
- 图表：江苏红豆实业股份有限公司盈利能力分析 48
- 图表：江苏红豆实业股份有限公司营运能力分析 49
- 图表：江苏红豆实业股份有限公司偿债能力分析 49
- 图表：江苏红豆实业股份有限公司成长能力分析 50
- 图表：江苏红豆实业股份有限公司现金流量分析 50
- 图表：海澜之家股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 53
- 图表：海澜之家股份有限公司偿债能力分析 55
- 图表：海澜之家股份有限公司盈利能力分析 55
- 图表：海澜之家股份有限公司营运能力分析 56
- 图表：海澜之家股份有限公司成长能力分析 56
- 图表：海澜之家股份有限公司现金流量分析 57
- 图表：宁波杉杉股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 60
- 图表：宁波杉杉股份有限公司营运能力分析 66
- 图表：宁波杉杉股份有限公司盈利能力分析 66
- 图表：宁波杉杉股份有限公司现金流量表 67
- 图表：宁波杉杉股份有限公司成长能力分析 67
- 图表：宁波杉杉股份有限公司偿债能力分析 68
- 图表：宁波杉杉股份有限公司新能源汽车与电池产业 69
- 图表：澳洋集团有限公司组织结构 71
- 图表：澳洋集团有限公司盈利能力分析 73
- 图表：澳洋集团有限公司现金流量表 73
- 图表：澳洋集团有限公司营运能力分析 74
- 图表：澳洋集团有限公司偿债能力分析 74
- 图表：澳洋集团有限公司成长能力分析 75
- 图表：江苏阳光集团有限公司盈利能力分析 79
- 图表：江苏阳光集团有限公司营运能力分析 80

- 图表：江苏阳光集团有限公司现金流量表 80
- 图表：江苏阳光集团有限公司成长能力分析 80
- 图表：江苏阳光集团有限公司偿债能力分析 81
- 图表：万事利集团技术中心组织架构 83
- 图表：波司登股份有限公司资产负债表 89
- 图表：波司登股份有限公司综合损益表 90
- 图表：波司登股份有限公司现金流量表 90
- 图表：江苏三房巷集团有限公司盈利能力分析 93
- 图表：江苏三房巷集团有限公司盈利能力分析 94
- 图表：江苏三房巷集团有限公司营运能力分析 94
- 图表：江苏三房巷集团有限公司偿债能力分析 95
- 图表：江苏三房巷集团有限公司现金流量表 95
- 图表：浙江森马服饰股份有限公司营运能力分析 98
- 图表：浙江森马服饰股份有限公司盈利能力分析 99
- 图表：浙江森马服饰股份有限公司现金流量表 99
- 图表：浙江森马服饰股份有限公司成长能力分析 100
- 图表：浙江森马服饰股份有限公司偿债能力分析 100
- 图表：东北地区服装纺织市场零售成交额 103
- 图表：华北地区服装纺织市场零售成交额 105
- 图表：华南地区服装纺织市场零售成交额 107
- 图表：全国服装产量分布 108
- 图表：华东地区服装纺织市场零售成交额 110
- 图表：华中地区服装纺织市场零售成交额 112
- 图表：西北地区服装纺织市场零售成交额 115
- 图表：西南地区服装纺织市场零售成交额 117
- 图表：休闲服装主要品牌占有率 123
- 图表：重点服装上市公司资产对比 125
- 图表：服装企业资产结构分析 125
- 图表：重点服装企业盈利能力对比 126
- 图表：重点企业资产负债对比分析 127
- 图表：重点服装企业核心利润分解 128
- 图表：2015年纺织工业产量汇总表（规模以上企业） 130
- 图表：我国服装市场产品结构 131
- 图表：五大省服装产量与全国服装总产量情况 132
- 图表：我国服装产量变化 132

- 图表：纤维的分类 133
- 图表：服装业分季度成交人数 140
- 图表：服装行业深度用户分析 141
- 图表：服装消费档次分布 142
- 图表：服装消费城市线级分布分析 142
- 图表：服装行业用户地域分布 143
- 图表：服装行业用户性别分类 143
- 图表：服装业用户年龄构成 144
- 图表：服装行业分品类销售额占比 144
- 图表：服装行业分人群移动端渗透率 145
- 图表：服装行业柔性供应链市场需求规模 146
- 图表：服装行业市场细分及品牌阵营 146
- 图表：我国网购市场交易规模 148
- 图表：传统分销模式 150
- 图表：传统服装私营企业的优劣势分析 152
- 图表：供货时间因素对销售渠道设计的影响 154
- 图表：纺织服装进口结构构成 156
- 图表：纺织服装进口金额统计 157
- 图表：服装及衣着附件出口金额 158
- 图表：纺织制品出口金额变化 159
- 图表：欧盟对华纺织企业的反规避调查程序和流程示意图 162
- 图表：家纺服装循环产业链示意图 167
- 图表：我国纺织行业主要政策汇总 171
- 图表：服饰各品类前10大品牌市场集中度 172
- 图表：服装行业产品模式 173
- 图表：服装行业分品类用户性别分布 175
- 图表：纺织服装加工产业链 181
- 图表：男装行业营业收入 185
- 图表：男装市场毛利率 186
- 图表：男装行业整体归属净利润 187
- 图表：国内男装零售额 187
- 图表：我国年龄性别人口分布 189
- 图表：女装行业营业收入 191
- 图表：我国女装消费占男装的比重低于发达国家 192
- 图表：女装市场零售额 192

图表：世界各国女性就业率分布 193

图表：中国各学历段男女占比对比 194

图表：我国童装行业零售额变化 196

图表：中国新出生人口及其出生率 197

图表：产品整体概念的三个层次 201

图表：服装销售渠道基本结构图 202

图表详见正文••••• (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/244548244548.html>