

2021年中国服装加盟行业分析报告- 行业竞争格局与发展商机研究

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《2021年中国服装加盟行业分析报告-行业竞争格局与发展商机研究》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/549121549121.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、服装加盟行业现状

近年来，随着我国服装技术不断完善以及人们要求增高，服装规模越来越大，行业加盟化趋势逐渐成为处于主流。根据数据显示，我国服装行业市场规模稳定上升，从2012年的1.42万亿元增长至2019年的2.19万亿元。

2012-2019年中国服装行业市场规模统计情况 数据来源：观研天下整理

二、以“森马服饰”为例分析服装加盟行业

(1) 宏观环境

随着我国经济快速发展，服装行业已成为居民生活必不可少的一部分。近年来，我国相继出台了一系列利好及规范服装行业发展的政策。

2015-2019年我国服装行业相关政策

政策名称

颁布时间

颁布部门

主要内容

《中国制造2025》

2015年5月

国务院

大力发展先进制造业，改造提升传统产业，推动生产型制造向建设品牌文化，引导企业增强以质量和信誉为核心品牌意识，树立品牌消费理念，提升品牌附加值和软实力

《中国服装制造2020推进计划》

2016年5月

中国服装协会

瞄准国际服装制造先进水平，积极推动服装制造向服务化转型加强科学技术与文化艺术的融合创新，倡导品牌专业化、精细化发展提升自主品牌竞争力

《中国服装行业“十三五”发展纲要》

2016年5月

中国服装协会

强化产业文化建设，以塑造产业文化软实力为目标，建立现代服装产业文化体系；聚焦市场

需求和市场细分，进一步强化差异化定位，将品牌内涵嵌入消费者心智

《纺织工业发展规划(2016-2020年)》

2016年9月

工信部

优化产品供给结构，扩大中高端纺织服装产品供给，大力推进品牌建设技术改造、智能制造、绿色制造、品牌建设、行业服务平台建设等；利用现有资金渠道，支持纺织行业科技创新

《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》

2018年9月

中共中央、国务院

加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用；坚持消费引领，倡导消费者优先；培育中高端消费市场，形成发展势头良好、带动力强的消费新增长点；促进实物消费提档升级

《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》

2019年8月

工信部

制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布；培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制，高端定制；持续开展纺织服装创意设计园区(平台)试点示范工作

《关于加快培育共享制造新模式新业态，促进制造业高质量发展指导意见》

2019年10月

工信部

加快形成以制造能力共享为重点，以创新能力、服务能力共享为支撑的协同发展格局；培育发展共享制造平台，依托产业集群发展共享制造，完善共享制造发展生态，夯实共享制造发展的数字化基础 数据来源：观研天下整理

(2) 投资环境

随着Z世代逐渐被主流目光聚焦，二次元、汉服等亚文化也在逐渐扩大认知度圈层。与此同时，2020年在疫情影响下，我国传统服饰行业产销痛点暴露，服装定制化或成新风口。根据相关资料显示，2019年汉服、JK制服、Lolita服的总体市场规模达到135.2亿元，2020年市场规模预计169.57亿元；在小众文化服饰获得融资的11起事件中，其中4个为“三坑”品牌，以天使轮或Pre-A轮融资为主，金额从500万至数千万元不等，2020年共有5个服装定制品牌/平台获得融资。

MAT2020获得融资的“三坑”及服装定制平台
项目

融资日期

轮次

金额

投资方

消费品牌类目

简介

十二光年

2020/11/19

天使轮

500万元

蜂巧资本

服饰鞋配

泛二次元文化衍生品新零售平台

十三余

2020/10/14

Pre-A轮

数千万元

觉资本

服饰鞋配

汉服品牌

重回汉唐

2020/9/10

战略投资

金额未披露

泊富悦盈，文投创星，刘玲，栗沛,江媛媛等

服饰鞋配

汉服古装品牌

载艺星辉

2020/4/28

Pre-A轮

金额未披露

千杉投资，叠纸游戏

服饰鞋配

泛二次元时尚品牌管理服务提供商

易衫网

2020/8/13

天使轮

金额未披露

梅花创投，安芙兰创投

定制平台

开放式个性化团体服饰定制平台

Anneleven

2020/7/14

天使轮

金额未披露

北京景成瑞智投资管理合伙企业（普通合伙）

定制平台

艺术跨界服装定制品牌

ICY

2020/4/21

B轮

数千万元

复星锐正等

定制平台

独立设计师服装电商平台

衣呼

2020/3/17

Pre-A轮

金额未披露

伊藤忠商事株式会社

定制平台

服装定制服务平台 数据来源：观研天下整理

（3）社会环境

近年来，随着人们消费水平不断提高，对服装类支出增加，为服装市场的发展提供了物质保障，我国服装加盟行业社会环境发展较好。根据数据显示，2019年我国城镇居民人均衣着消费支出为1832元，农村人均衣着消费者为713元。

2015-2019年我国居民人均衣着消费支出统计情况 数据来源：观研天下整理

（4）技术环境

随着互联网及电商产业发展，我国服装电商行业我国服装电商市场规模总体呈逐年增长态势。根据数据显示，2018年我国服装电商市场规模为8502.4亿元，同比增长22.0%，2019年约为10113.7亿元。

2015-2019年中国服装电商行业市场规模 数据来源：观研天下整理

2.微观环境

(1) 森马运营模式

轻资产运营是以轻资产为核心的一种发展模式。“轻资产”是相对于占用大量资金的重资产（设备、厂房）而言，企业的技术研发、品牌、客户关系、人力资源等无形资产，占用资金较少，轻便灵活的资产。其本质为企业资源的优化配置，即在企业有限资源的条件下，以杠杆原理充分整合内外界资源，以最低的投入实现价值最大化。

目前，森马就是采用轻资产运营模式。森马服饰将产业链中的生产制造环节由其他企业承担，自身则不进行重大固定资产的投入，节省了企业大量的资金流，进而利用品牌、研发等轻资产推动企业的高效运转。

2014-2018年森马服饰固定资产及流动资产占比情况一览表

2014年
2015年
2016年
2017年
2018年
流动资产
76.69
81.96
89.75
89.47
112.40
固定资产
15.05
14.34

11.86

11.15

19.85

总资产

103.72

116.54

129.48

136.43

165.67

流动资产/总资产

73.94%

70.33%

69.32%

65.59%

67.85%

固定资产/总资产

14.51%

12.31%

9.16%

8.17%

11.99% 数据来源：观研天下整理

（2）森马采用特许经营，增加实体店铺

森马服饰采用特许经营的方式引入加盟商，通过契约将特许权转让给加盟商，加盟商需根据森马服饰条件进行店铺选址及装修，总投资费用不低于45万元，其中包括加盟费、保证金、装潢费、管理费等其他费用。加盟商将会享受森马服饰的统一管理、统一价格、统一形象、统一服务、统一品质、统一货源配置及统一广告宣传，森马服饰主要负责为加盟商提供经营指导、宣传策划、系统培训、货品供应等来保证企业的高质量运营，同时利用自身较高的品牌价值，不断吸收加盟商，获取资金，投资新一轮的品牌宣传，不断扩大品牌影响力，以吸引更多的消费者，占领更多的服装市场份额。根据数据显示，截至2018年底，森马服饰加盟店铺数量已达8360家，直营店铺为763家。

2016-2018年浙江森马服饰店铺数量统计图 数据来源：观研天下整理

（3）重视研发收入

产品的设计研发能力是轻资产运营模式下服装企业的核心竞争力。森马服饰为强化产品自主研发能力，积极与国际知名设计研发机构合作，并引进国内外行业专家，及时捕捉市场流行趋势资讯，结合长周期产品开发和快反产品模式以满足消费者快速变化的服装穿搭需求。近5年森马服饰的研发投入金额呈现持续上升态势，同比增长56.47%、30.26%、102.43%、29.71%和3.10%，且明显高于竞争对手海澜之家和搜于特，可以看出森马服饰对于设计研发成果的重视远远高于其他轻资产模式的服装企业。

目前我国部分服装加盟企业研发投入情况

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

森马服饰

1.03

1.34

2.72

3.53

3.64

海澜之家

0.25

0.27

0.27

0.27

0.49

搜于特

0.24

0.36

0.40

0.39

0.33

美邦服饰

0.97

2.02

2.34

1.60

1.55 数据来源：观研天下整理

(4) 存货管理能力不断提高

在服装企业整个供应链管理过程中，存货管理是其重要的组成部分。森马服饰虽然在休闲服装和童装行业处于领先地位，规模大，营业收入高，其存货管理能力不断提高。

2014-2018年浙江森马服饰存货周转率走势图 数据来源：观研天下整理

(5) 两大品牌优势

目前，森马服饰旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。其中，休闲服饰为以18-35岁为核心的大众消费者提供服饰及生活所需的产品和服务，巴拉巴拉品牌面向0-14岁儿童消费群体，产品定位在中等收入小康之家。

森马服饰自有品牌建设情况

品牌名称

主要产品类型

特点

目标客户群

主要产品价格带

主要销售区域

城市级别

森马Semir

服饰

大众休闲

95后新青年

100-800元

广东、江苏、浙江

一线到四线

巴拉巴拉balabala

儿童产品

时尚、全品类、高品质

0-14岁儿童

100-500元

中国、沙特阿拉伯、蒙古、越南等

一线到四线

马卡乐Marcolor

儿童产品

专注0-7岁婴幼儿服饰专家

95后新生代父母

79-599元

全国

一、二线

Cocotree

青少年服饰

街头、潮流

10-16岁青少年

200-300元

华东、华中

一线到三线

迷你巴拉minibala

儿童产品

注重艺术与亲子关系的时尚、高品质母婴品牌

0-7岁婴幼儿及新生代家庭

100-800元

华东华南地区

一、二线城市

Heyjunior

校服

高端校服定制品牌

学校、家长

60-500元

浙江、上海、江苏、山东、四川、陕西等

/

请贝

母婴

母婴用品平台

0-6岁婴幼儿及新生代家庭

39-399元

全国

不适用 数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国服装加盟行业分析报告-行业竞争格局与发展商机研究》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。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国服装加盟行业发展概述

第一节 服装加盟行业发展情况概述

- 一、服装加盟行业相关定义
- 二、服装加盟行业基本情况介绍
- 三、服装加盟行业发展特点分析
- 四、服装加盟行业经营模式
- 1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、服装加盟行业需求主体分析

第二节 中国服装加盟行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、服装加盟行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国服装加盟行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国服装加盟行业生命周期分析

一、服装加盟行业生命周期理论概述

二、服装加盟行业所属的生命周期分析

第四节 服装加盟行业经济指标分析

一、服装加盟行业的赢利性分析

二、服装加盟行业的经济周期分析

三、服装加盟行业附加值的提升空间分析

第五节 中国服装加盟行业进入壁垒分析

一、服装加盟行业资金壁垒分析

二、服装加盟行业技术壁垒分析

三、服装加盟行业人才壁垒分析

四、服装加盟行业品牌壁垒分析

五、服装加盟行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球服装加盟行业市场发展现状分析

第一节 全球服装加盟行业发展历程回顾

第二节 全球服装加盟行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服装加盟行业地区市场分析

一、亚洲服装加盟行业市场现状分析

二、亚洲服装加盟行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲服装加盟行业市场前景分析

第四节 北美服装加盟行业地区市场分析

- 一、北美服装加盟行业市场现状分析
- 二、北美服装加盟行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美服装加盟行业市场前景分析
- 第五节 欧洲服装加盟行业地区市场分析
 - 一、欧洲服装加盟行业市场现状分析
 - 二、欧洲服装加盟行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲服装加盟行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界服装加盟行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球服装加盟行业市场规模预测

第三章 中国服装加盟产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品服装加盟总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国服装加盟行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国服装加盟产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国服装加盟行业运行情况

- 第一节 中国服装加盟行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国服装加盟行业市场规模分析

第三节 中国服装加盟行业供应情况分析

第四节 中国服装加盟行业需求情况分析

第五节 我国服装加盟行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国服装加盟行业供需平衡分析

第七节 中国服装加盟行业发展趋势分析

第五章 中国服装加盟所属行业运行数据监测

第一节 中国服装加盟所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国服装加盟所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国服装加盟所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国服装加盟市场格局分析

第一节 中国服装加盟行业竞争现状分析

一、中国服装加盟行业竞争情况分析

二、中国服装加盟行业主要品牌分析

第二节 中国服装加盟行业集中度分析

一、中国服装加盟行业市场集中度影响因素分析

二、中国服装加盟行业市场集中度分析

第三节 中国服装加盟行业存在的问题

第四节 中国服装加盟行业解决问题的策略分析

第五节 中国服装加盟行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国服装加盟行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装加盟行业消费市场动态情况

第二节 中国服装加盟行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 服装加盟行业成本结构分析

第四节 服装加盟行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国服装加盟行业价格现状分析

第六节 中国服装加盟行业平均价格走势预测

一、中国服装加盟行业价格影响因素

二、中国服装加盟行业平均价格走势预测

三、中国服装加盟行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国服装加盟行业区域市场现状分析

第一节 中国服装加盟行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服装加盟市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装加盟市场规模分析

四、华东地区服装加盟市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区服装加盟市场规模分析
- 四、华中地区服装加盟市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区服装加盟市场规模分析
- 四、华南地区服装加盟市场规模预测

第九章 2017-2021年中国服装加盟行业竞争情况

第一节 中国服装加盟行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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

第二节 中国服装加盟行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国服装加盟行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 服装加盟行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国服装加盟行业发展前景分析与预测

第一节 中国服装加盟行业未来发展前景分析

一、服装加盟行业国内投资环境分析

二、中国服装加盟行业市场机会分析

三、中国服装加盟行业投资增速预测

第二节 中国服装加盟行业未来发展趋势预测

第三节 中国服装加盟行业市场发展预测

一、中国服装加盟行业市场规模预测

二、中国服装加盟行业市场规模增速预测

三、中国服装加盟行业产值规模预测

四、中国服装加盟行业产值增速预测

五、中国服装加盟行业供需情况预测

第四节 中国服装加盟行业盈利走势预测

一、中国服装加盟行业毛利润同比增速预测

二、中国服装加盟行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国服装加盟行业投资风险与营销分析

第一节 服装加盟行业投资风险分析

一、服装加盟行业政策风险分析

二、服装加盟行业技术风险分析

三、服装加盟行业竞争风险分析

四、服装加盟行业其他风险分析

第二节 服装加盟行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国服装加盟行业发展战略及规划建议

第一节 中国服装加盟行业品牌战略分析

一、服装加盟企业品牌的重要性

二、服装加盟企业实施品牌战略的意义

三、服装加盟企业品牌的现状分析

四、服装加盟企业的品牌战略

五、服装加盟品牌战略管理的策略

第二节 中国服装加盟行业市场重点客户战略实施

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 中国服装加盟行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国服装加盟行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装加盟行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国服装加盟行业营销渠道策略

- 一、服装加盟行业渠道选择策略
- 二、服装加盟行业营销策略

第三节 中国服装加盟行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国服装加盟行业重点投资区域分析
- 二、中国服装加盟行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/549121549121.html>