

2024-2030年中国服装市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国服装市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/G81651XIBA.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-11-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国服装市场分析与投资前景研究报告》介绍了服装行业相关概述、中国服装产业运行环境、分析了中国服装行业的现状、中国服装行业竞争格局、对中国服装行业做了重点企业经营状况分析及中国服装产业发展前景与投资预测。您若想对服装产业有个系统的了解或者想投资服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

服装，是衣服鞋包及装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为:缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。

服装在人类社会发展的早期就已出现，当时古人将一些材料做成粗陋的“衣服”，穿在身上。人类最初的衣服多用兽皮，而裹身的最早“织物”是用麻和草等纤维制成。对社会来说，服装已经是遮体、装饰的生活必需品，不仅仅为穿，还是一个身份、一种生活态度、一个展示个人魅力的表现。

阿里平台女装品类中：优衣库继续蝉联女装品牌销售额冠军，优衣库天猫旗舰店在双11开售16分钟后GMV突破5亿，本次双11也是优衣库史上最快突破10亿销售额的一年，其中优衣库O2O店铺销售额同比2018年增长数倍以上；另外波司登表现亮眼，在女装榜单中位列第二，相比2018年双11提升2名。

女装品类2019年双11各品牌排名及变化（按销售额）				[女装品类]2019年双十一各品牌排名及变化		
品牌排名及变化	排名	2018年	2019年	1	优衣库	
优衣库	2	ONLY	波司登	3	VeroModa	
ONLY	4	波司登	VeroModa	5	伊芙丽	
JupeVendue	6	韩都衣舍	伊芙丽	7	乐町	太平鸟
鸟	8	太平鸟	Chinstudio	9	TeenieWeenie	乐町
	10	Zara	韩都衣舍			

数据来源：公共资料整理

报告目录：

第一部分 服装所属行业发展情况分析

第一章 我国服装行业发展现状分析

第一节 我国服装行业分类和特点

一、我国服装行业的分类情况

二、我国服装行业的特点39

第二节 我国服装业发展概况

- 一、近年服装业快速发展
- 二、服装企业中民营企业是主体
- 三、我国服装业将进入海外扩张时代
- 四、中国服装产业发展的第二次浪潮
- 五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征

第三节 2022年我国服装业发展情况分析

- 一、2022年中国服装行业运行质量分析
- 二、2022年中国服装行业发展环境分析
- 三、2022年中国服装行业内需市场调研
- 四、2022年中国服装行业出口市场调研
- 五、2022年中国服装产业全年大记事

第四节 2022中国服装行业发展趋势分析预测

- 一、国际市场保持稳定，中国产业在竞争中调整结构
- 二、内需平稳快速增长，“品牌战略”引领航程
- 三、资源供需矛盾更为突出，产业调整转型升级加速

第二章 2022年中国服装业运行情况分析

第一节 纺织服装行业运行情况回顾

- 一、行业发展总体保持较快增长
- 二、投资区域结构调整步伐持续加快
- 三、内需市场对行业支撑作用明显增强
- 四、国际竞争力继续提升，出口结构持续优化
- 五、经济运行效益和质量进一步提升
- 六、产业结构调整取得明显成效
- 七、技术进步与劳动生产率进一步提升

第二节 2022年我国服装所属行业经济运行情况分析

- 一、2022年我国服装行业总体情况
- 二、2022年我国服装行业投资情况
- 三、2022年我国服装行业出口情况
- 四、2022年我国服装行业内需情况

第三节 2022年我国服装所属行业经济运行特点分析

- 一、产业转型升级由被动走向自觉
- 二、劳动力短缺加速产业区域结构调整
- 三、集约化发展下资源整合、资本运作、国际合作皆为要点
- 四、品牌推进更上一层楼，品牌生态见雏形

第三章 2017-2022年中国纺织服装制造业所属行业经济运行数据分析

第一节 2017-2022年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标

- 一、2022年全国纺织服装制造业主要经济指标
- 二、2022年全国纺织服装制造业所属行业主要经济指标

第二节 2017-2022年全国部分服装产品所属行业生产情况

- 一、2017-2022年服装生产情况分析
- 二、2017-2022年全国针织服装产品产量统计数据
- 三、2017-2022年全国皮革服装产品产量统计数据
- 四、2017-2022年全国梭织服装产品产量统计数据
- 五、2017-2022年全国羽绒服产品产量统计数据
- 六、2017-2022年全国衬衫产品产量统计数据

第三节 2017-2022年全国及各省市纺织服装制造业所属行业产销数据分析

- 一、2022年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析
- 二、2022年全国及各省市纺织服装制造业产销数据分析

第四节 2017-2022年全国及各省市纺织服装制造业所属行业资产负债分析

- 一、2022年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析
- 二、2022年全国及各省市纺织服装制造业资产负债分析

第五节 2017-2022年全国及中国各省市纺织服装制造业所属行业规模分析

- 一、2022年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析
- 二、2022年全国及各省市纺织服装制造业行业规模分析

第六节 2017-2022年全国及各省市纺织服装制造业所属行业盈利能力分析

- 一、2022年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析
- 二、2022年全国及各省市纺织服装制造业盈利能力分析

第四章 2022年中国纺织服装业发展情况预测

第一节 2022年中国纺织服装业发展环境分析

第二节 2022年中国纺织服装业发展情况预测

- 一、服装消费需求推动产业创新
- 二、服装内需将继续成行业发展强大驱动力
- 三、2022年中国纺织服装业面临产业升级
- 四、2022年中国纺织服装业应积极转型

第五章 主要细分产品市场调研

第一节 女装

- 一、中国女装行业现状分析
- 二、女装品牌诸侯争霸 同质化成女装发展瓶颈
- 三、中国女装：“三多三少”现状之浅析
- 四、女装消费主体分析
- 五、中国女装品牌竞争进入“细分时代”
- 六、我国成熟女性服装市场发展现状分析
- 七、2022年中国女装发展情况分析
- 八、2022年中国女装发展态势预测
- 十、中国女装消费市场的发展潜力及趋势

第二节 男装

- 一、我国男装产业状况分析
- 二、男装产业集群的分布
- 三、我国男装市场竞争现状
- 四、男装品牌发展新模式：零售商品品牌
- 五、2022年中国十大男装
- 六、2022年中国男装发展态势预测

第三节 童装

- 一、2022年童装产业运行基本概况
- 二、深度剖析童装战略营销模式
- 三、儿童服装标准更新2013年月日起正式实施
- 四、2022年童装市场发展趋势展望
- 五、2022年中国童装发展态势预测
- 六、时尚类童装品牌市场空间渐大

第四节 内衣

- 一、中国内衣行业市场调研
- 二、中国内衣市场品牌竞争格局
- 三、都市女性内衣趋于高档
- 四、我国内衣行业存在的问题
- 五、2022年内衣市场的新亮点
- 六、2022年内衣市场发展趋势展望
- 七、完善功能性修正型内衣国内市场前景广阔

第五节 运动服装

- 一、我国运动服装市场现状与对策研究
- 二、我国首个运动服装标准助力产业整合
- 三、2022年运动服前十位品牌市场占有率
- 四、运动服装市场商机无限

第六节 羽绒服装

- 一、中国羽绒服产业大势分析
- 二、我国羽绒服装质量检验标准与国外差距分析
- 三、2022年羽绒服装全国及各省市产量
- 四、透视中国羽绒服行业
- 五、2022年我国羽绒服企业投资策略

第七节 休闲服装

- 一、闽派服装领跑休闲服装产业
- 二、休闲服装进入卖场竞争阶段
- 三、休闲裤地方标准出台
- 四、外资品牌加速扩张 中国休闲服装求解产业升级路径
- 五、我未来十年国休闲服装产业发展趋势解析

第八节 职业装

- 一、我国职业装市场调研
- 二、中国职业装行业在变化中求创新求发展
- 三、品牌化是职业装的发展趋势
- 四、2022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

第六章 全球服装市场调研及出口贸易概况

第一节 2022年全球服装市场调研及预测

- 一、全球服装品牌设计及供应链趋势
- 二、看世界服装行业发展之六大趋势
- 三、纺织预测：全球纺织贸易新兴趋势

第二节 2022年全球纺织服装业面临转折

第七章 中国服装业所属行业进出口分析

第一节 2022年全国纺织品服装进出口概况

第二节 2022年纺织服装出口情况分析

- 一、2022年我国纺织服装出口的主要特点
- 二、2022年我国纺织服装行业出口显著增长的主要原因
- 三、当前我国纺织服装出口面临的主要问题
- 四、2022年纺织品服装出口情况

第三节 2022年全国纺织品服装出口市场特征分析

- 一、一般贸易出口增长迅速，占比提升
- 二、对主要市场出口全面增长，市场份额持续攀升
- 三、全国三分之二的企业出口实现增长，民营企业最具活力
- 四、纺织品出口增速超过服装，出口商品价格整体上涨
- 五、全国各省市出口均现增长，中、西部省市反弹更为迅速
- 六、主要商品出口量价齐升

第四节 2022年我国纺织服装出口预测

第八章 2022年纺织服装所属行业进出口市场统计数据

第一节 2022年我国服装出口统计数据

- 一、2022年服装全国出口统计数据
- 二、2022年服装广东省出口统计数据
- 三、2022年服装上海市出口统计数据
- 四、2022年服装江苏省出口统计数据
- 五、2022年服装浙江省出口统计数据
- 六、2022年服装福建省出口统计数据
- 七、2022年服装山东省出口统计数据

第二节 2022年我国服装进口统计数据

- 一、2022年服装全国进口统计数据
- 二、2022年服装广东省进口统计数据
- 三、2022年服装上海市进口统计数据
- 四、2022年服装江苏省进口统计数据
- 五、2022年服装浙江省进口统计数据
- 六、2022年服装福建省进口统计数据
- 七、2022年服装山东省进口统计数据

第九章 我国服装主要出口市场调研

第一节 欧盟服装市场及我国出口情况分析

- 一、欧盟国家服装零售业正向国际化和集中化发展
- 二、欧盟取消纺织品进口配额检验
- 三、欧盟委员会针对纺织服装标签达成协议

第二节 美国服装市场及我国出口情况分析

- 一、2022年美国从中国进口服装情况
- 二、我出口美国纺织品服装主要类别²
- 三、中国服装业进入美国市场策略

第三节 意大利服装市场及我国出口情况分析

- 一、意大利纺织服装工业产业链简析及主要特征
- 二、2022年意大利纺织时尚业面临形势严峻
- 三、意大利两部门联手 推动纺织行业出口
- 四、意大利纺织企业要求对中国纺织品实行更严格监控
- 五、中国进口.亿美元意大利服装

第四节 德国服装市场及我国出口情况分析

- 一、德国纺织服装业状况
- 二、德国充满纺织服装贸易空间和合作机会
- 三、德国与香港在斯里兰卡合资建服装出口工厂

第五节 法国服装市场及我国出口情况分析

- 一、法国服装工业及贸易消费现状
- 二、法国女性花费在贴身内衣方面的服装预算
- 三、华人在法国投资纺织品服装业前景分析
- 四、法国服装市场进入网上销售时代

五、2022年中国服装对法国出口分析

第六节 俄罗斯服装市场及我国出口情况分析

一、法国鼓励国内服装企业积极出口俄罗斯

二、俄罗斯纺织服装市场极具开发潜力

三、俄罗斯是中国的第五大服装出口市场

第七节 日本服装市场及我国出口情况分析

一、日本人对中国制造服装满意度调查

二、日本经济产业省提出纺织服装产业战略目标

三、2022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

一、香港纺织服装行业生产及消费概况

二、回归十年 香港纺织服装贸易稳步增长

三、2022年香港成全球第三大纺织品出口地

第九节 中国成为阿根廷第一大服装进口来源国

第十节 非洲各国纺织服装发展现状及我国出口机遇

一、全球化浪潮洗礼非洲服装产业

二、南非

三、埃及

四、肯尼亚

五、莱索托

六、突尼斯

七、投资非洲服装业机会分析

第十章 我国服装出口主要竞争对手分析

第一节 印度服装市场调研

一、印度服装业发展概况

二、印度服装业与中国出口竞争力、结构的对比

三、2022年印度2%重点市场计划有助于稳定服装出口

四、2022年月份印度的服装出口情况

第二节 巴西服装市场调研

一、巴西纺织服装业向世界进军

二、巴西纺织和服装工业准备在世界市场发挥重要作用

三、巴西纺织服装企业将阿联酋作为出口市场

第三节 泰国服装市场调研

二、2022年泰国服装出口预测

二、2022年泰国服装制造商因劳动成本高而向海外转移

第四节 越南服装市场调研

一、越南准备成为世界五大服装出口国

二、2022年越南纺织服装出口情况分析

三、2022年越南纺织服装出口预计

第五节 韩国服装市场调研

一、韩国纺织服装业的现状

二、韩国纺织服装业的竞争优势

三、韩国纺织服装业竞争力的SWOT分析

四、韩国服装品牌进入全球服装市场及其策略

第六节 土耳其服装市场调研

一、土耳其的纺织服装工业

二、土耳其在全球纺织服装市场中的位置

第十一章 我国纺织品服装出口对策

第一节 2022年中国纺织服装类产品贸易保护状况回顾

一、2022年政策性贸易保护壁垒高筑

二、技术性贸易保护壁垒成为主体

三、积极应对提高行业企业话语权

第二节 入世十周年 纺织服装业贸易摩擦不断升温

一、我国纺织出口快速增长

二、对华贸易保护渐成常态

三、加强应对保护意识是关键

第三节 2022年后我国纺织贸易面临的风险和对策分析

一、基本情况

二、我国纺织服装出口面临的国际环境更加严峻

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

四、中美协议到期后，中美爆发贸易摩擦的不确定性增加

五、纺织服装出口面临长期地不断增多的反倾销调查

- 六、积极的出口管理是规避贸易风险的必要措施
- 七、出口配额管理目的性和针对性强，效果明显
- 八、其它形式的非配额出口管理在短期内作用有限
- 九、实现纺织服装出口贸易转型需要综合的配套政策
- 十、应充分认识近期中国纺织服装企业“走出去”的风险

第四节 2022年我国纺织品服装出口增长预测

第五节 我国纺织服装产品出口绿色壁垒的新趋势与对策

- 一、纺织服装行业绿色壁垒的新趋势与中国企业的状态
- 二、针对纺织服装绿色壁垒的对策研究

第三部分 服装产业集群及主要省市发展情况分析

第十二章 服装产业集群与企业西迁情况

第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析

- 一、产业集群概述
- 二、中国服装产业集聚模式
- 三、我国纺织产业集群崛起“中部军团”
- 四、服装业集群应以市场配置为导向

第二节 东部沿海纺织服装企业西迁分布

- 一、东部沿海纺织服装西迁现状
- 二、东部沿海纺织服装企业西迁的必然性
- 三、东部沿海纺织服装企业西迁的效果分析
- 四、东部沿海纺织服装企业西迁各方具体情况
- 五、东部沿海纺织服装企业西迁的一些思路
- 六、结语

第十三章 主要生产省市发展情况

第一节 江苏省

- 一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列
- 二、江苏服装产业发展回顾
- 三、江苏纺织服装业国际竞争力的探讨
- 四、江苏省服装行业投资前景

第二节 浙江省

一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势

二、2022年浙江省纺织服装出口情况分析

三、纺织服装产业创意基地落户浙江

四、温州本土服装品牌积极开拓全国市场

五、温州服装行业结构调整方向及对策

六、浙江省服装行业投资前景

第三节 广东省

一、广东服装业市场运行情况分析

二、广东服装出口情况分析

三、深圳服装业实现产值2000多亿元

四、广东服装业：产业集群双转移

五、2022年广东服装行业面临洗牌格局

第四节 上海市

一、上海市服装市场特点

二、上海市服装市场品牌特征

三、2022年上海百货店服装类商品销售情况

四、2022年四季度上海纺织服装出口稳步增长

第五节 福建省

一、2022年福建省纺织服装出口快速增长

二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起

三、2022年石狮纺织服装产业高速增长

第六节 湖南省服装产业发展情况分析

一、湖南服装产业发展回顾

二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级

第七节 其他省市

一、2022年河北纺织行业保持较快增长

二、2022年山东纺织服装出口创汇同比增长情况

三、山东服装发展规划

第四部分 服装市场营销分析

第十四章 消费者及需求分析

第一节 消费者及影响服装需求因素分析

- 一、消费者群体规模简要分析
- 二、2022年中国各省区城镇人均收入情况
- 三、2022年居民消费价格总水平环比升情况
- 四、2022年内地中产消费者消费特征分析
- 四、消费升级对中国纺织服装行业的影响
- 五、2022年服装消费越来越重视品牌和个性

第二节 影响服装需求的因素分析

- 一、社会文化
- 二、流行趋势
- 三、服装的基本功能与特征
- 四、商品名称
- 五、商标
- 六、商品价格
- 七、商品广告
- 八、消费者收入

第十五章 服装销售渠道与营销策略分析

第一节 2022年我国服装商业发展概况

- 一、2022年的服装商业零售市场调研
- 二、2022年的服装商业销售新趋势

第二节 中国服装销售渠道分析

- 一、我国服装销售渠道的模式
- 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
- 三、服装产业渠道销售之痛
- 四、中国服装产业销售渠道投资策略
- 五、2022年服装流通渠道分析

第三节 服装批发市场调研

- 一、服装批发市场的发展特征
- 二、服装批发市场的三大类型
- 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
- 四、中国大中型服装批发市场一览

第四节 中国服装企业市场营销策略综述分析

- 一、生活水平与服装观念
- 二、实际消费需求的产生
- 三、服装流行的特点
- 四、服装流行的基本规律
- 五、服装流行的基本法则
- 六、服装流行花期
- 七、服装六大属性
- 八、服装二大族类
- 九、女性顾客三大族
- 十、服装购买三步曲

第五节 服装企业的定制营销

- 一、建立数据库掌握顾客需求
- 二、用柔性制造提速定制服务
- 三、敏捷供应链为定制护航
- 四、用网络提供互动平台

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
- 图表 2 “互联网+”的六大特征
- 图表 3 “互联网+”的商业模式
- 图表 4 服装及衣着附件出口金额（月）
- 图表 5 纺织制品出口金额（月）
- 图表 6 限额以上企业的零售总额和服装销售情况
- 图表 7 全国百家大型零售企业零售情况低位徘徊
- 图表 8 50家重点零售企业的5月数据由负转正
- 图表 9 2017-2022年我国纺织服装制造行业销售收入
- 图表 10 2017-2022年我国纺织服装制造行业利润总额
- 图表 11 2022年全国服装产量分省市统计表
- 图表 12 2022年全国针织服装产量分省市统计表
- 图表 13 2022年全国皮革服装产量分省市统计表
- 图表 14 2022年全国梭织服装产量分省市统计表
- 图表 15 2022年全国羽绒服产量分省市统计表

图表 16 2022年全国衬衫产量分省市统计表

图表 17 2017-2022年我国纺织服装制造行业产成品

图表 18 2018年全国纺织服装制造行业不同地区产成品

图表 19 2022年全国纺织服装制造行业不同地区产成品

图表 20 2018年全国纺织服装制造行业不同地区负债合计

图表 21 2017-2022年我国纺织服装制造行业资产负债

图表 22 2022年全国纺织服装制造行业不同地区负债合计

图表 23 2017-2022年我国纺织服装制造行业资产合计

图表 24 2018年全国纺织服装制造行业不同地区资产合计

图表 25 2022年全国纺织服装制造行业不同地区资产合计

图表 26 2017-2022年我国纺织服装制造行业利润总额

图表 27 2018年全国纺织服装制造行业不同地区利润总额

图表 28 2022年全国纺织服装制造行业不同地区利润总额

图表 29 女装消费者年龄划分

图表 30 女装消费者消费档次划分

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/G81651XIBA.html>