

2024-2030年中国服装行业 分析与产业竞争格局报告

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

《2024-2030年中国服装行业分析与产业竞争格局报告》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/202402/441683.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

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。

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。根据调查数据显示，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%。2020年1-3月，服装行业规模以上企业累计完成服装产量46.18亿件，同比下降20.3%。预测在疫情影响背景下，2020年我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量约210.9亿件，同比下降13.8%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国服装行业分析与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了服装行业市场发展环境、服装整体运行态势等，接着分析了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 行业环境

第一章 服装所属行业发展现状

第一节 行业介绍

一、我国服装制造行业发展概况

二、2022年我国服装制造企业经济运行情况

1、服装制造企业经济运行主要特点

2、服装制造企业主要措施和做法

第二节 服装产品所处产业生命周期

一、服装产品发展周期展示

二、服装产品所处生命周期位置

第二章 国内服装行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、宏观经济运行现状

二、宏观经济相关性分析

三、在国民经济中的地位

第二节 政策环境

一、相关政策汇总分析

二、重点事件分析

第三节 技术环境

一、国内生产技术条件分析

二、国内需求技术水平分析

三、解决方案

第四节 社会环境

一、国内社会环境概况

二、社会环境相关性分析

1、社会环境对行业的影响

2、行业对社会环境的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 2017-2022年所属行业数据调查统计

第一节 2017-2022年中国服装行业规模

一、2017-2022年中国服装行业企业数量

二、2017-2022年中国服装行业从业人数

三、2017-2022年中国服装行业资产规模

四、2017-2022年中国服装行业投资规模

第二节 2017-2022年中国服装行业供给分析

一、产量

服装行业作为我国国民经济的传统支柱型产业，在我国宏观产业布局中具有重要地位。根据调查数据显示，2019年我国服装行业规模以上企业累计实现营业收入16,010.33亿元，占当年全国规模以上工业企业实现营业收入105.78万亿元的1.51%。

二、产值

三、生产能力分析

第三节 2017-2022年中国服装行业需求分析

一、销量

二、销售额

三、价格变化分析

第四节 2017-2022年中国服装所属行业监测数据分析

一、盈利能力

二、偿债能力

三、发展能力

四、运营能力

第四章 服装重点企业与品牌分析

第一节 企业分析

一、雅戈尔集团股份有限公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

二、红豆集团有限公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

三、海澜集团公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

四、杉杉集团有限公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

五、茉织华实业（集团）有限公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

六、上海开开（集团）有限公司

1、企业概况

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

第五章 中国服装行业市场区域分布分析

第一节 东北地区

一、2017-2022年服装销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2017-2022年服装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三部分 行业竞争格局

第六章 服装竞争调查分析

第一节 竞争结构

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者

三、替代品

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节 服装行业主要企业竞争

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第七章 企业发展环境分析

第一节 2017-2022年国内服装行业产量统计

一、产品结构分析

二、产量统计数据

第二节 产品生产成本

一、原材料

二、生产成本

三、管理费用

第三节 服装产品发展动态与机会

一、新兴产品动态及其市场定位

二、产品新技术及技术发展动向

三、企业投资的方向和空间

第八章 服装产品消费调查分析

第一节 产品消费量调查

第二节 产品价格调查

一、不同层次产品价格区间

二、不同区域市场价格区间（提供不超过三个区域的分析）

第三节 消费群体调查

一、消费群体构成

二、不同消费群体偏好以及对产品的关注要素

三、下游消费市场需求规模调查

第四节 品牌满意度调查

第九章 服装销售渠道分析

第一节 行业产品销售的主要渠道

一、直销渠道分析

二、分销渠道分析

第二节 不同企业群体的渠道方式分析

一、国有企业群体渠道分析

二、私有企业群体渠道分析

第三节 渠道新策略

一、新的销售渠道

二、渠道整合

第十章 2017-2022年服装进出口市场分析

第一节 服装进口市场分析

一、进口产品结构

二、进口量与金额统计

第二节 服装出口市场分析

一、出口产品结构

二、出口量与金额统计

第三节 进出口政策

一、贸易政策

二、倾销

三、反倾销

四、区域或本土保护政策

五、贸易壁垒

第四部分 行业前景分析

第十一章 服装行业上下游市场调研

第一节 2024-2030年服装原材料市场分析

- 一、服装上游原材料构成
- 二、服装上游原材料最新市场动态
- 三、国内产销量
- 四、原材料价格走势
- 五、主要供应企业供应量
- 六、产业政策

第二节 消费市场

- 一、服装产品消费市场构成势
- 二、服装产品消费市场结构变化趋势
- 三、服装产品下游市场相关政策
- 四、主要消费群体（企业）消费量

第三节 潜在市场

- 一、服装产品的现有潜在用户分析
- 二、服装产品的潜在用户挖掘

第四节 产业链运行分析

- 一、服装产品产业环境分析
- 二、上下游关联度分析

第五节 服装产品产业发展前景预测

- 一、技术
- 二、消费者对于产品特性要求新变化或趋势
- 三、整体市场前景预测

第十二章 服装细分市场分析

第一节 男装

- 一、应用分析
- 二、2017-2022年销量
- 三、市场容量
- 四、需求来源
- 五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第二节 女装

一、应用分析

二、2017-2022年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第三节 童装

一、应用分析

二、2017-2022年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第五部分建议

第十三章 主要结论及建议

第一节 主要结论及观点

第二节 策略建议

一、产品策略

二、渠道策略

三、价格策略

四、开发潜在市场的建议

五、市场竞争策略建议

图表目录：

图表：各国服装生产的特点

图表：国内外服装市场需求情况

图表：当前国内服装市场主要产品结构

图表：国内外服装主要品牌厂商

图表：国内外服装成长性品牌厂商

图表：区域服装分布结构市场份额

图表：中国服装行业的总产量、产值、销售收入、出口总额的增长趋势图

图表：相关产品占市场的总体份额

图表：十大服装企业市场份额图

图表：区域服装市场占有率趋势图

图表：服装企业采取各竞争策略所占比例

图表：2024-2030年中国服装产量和销售额发展趋势图

图表：2017-2022年中国服装行业市场规模及增速

图表：2024-2030年中国服装行业市场规模及增速预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/441683.html>