

2014-2020年中国服装行业 监测与发展战略研究报告

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

《2014-2020年中国服装行业监测与发展战略研究报告》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.cction.com/report/201404/103649.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

2012年，受到外需不振、内需增长趋缓、生产要素成本持续上升等因素的影响，中国服装行业进入调整转型期，增速放缓，企业面临着转型升级的紧迫压力。但是，全行业通过努力创新，依然实现了两个市场增长的不易成绩。2012年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长12.3%，相比2011年全年低8.1个百分点。各类服装零售量同比增长2.0%，较2011年同期放缓2.9个百分点，是近十年的最低增速。2012年一季度，服装内销基本延续2011年四季度趋势，增速明显放缓。至2012年三、四季度，随着中国经济筑底企稳，服装内销增速逐步回升。全年来看，内销市场保持增长，增速有所放缓，并呈现前低后高的走势。其中，2012年服装类零售值达到7021.48亿元，同比增长22.91%，行业市场容量巨大。

目前仅仅我国内地的服装品牌就有2000多个，专业的生产厂家多达1万多家。近年来，服装成为消费时尚使得内地大批以职业正装为加工对象的服装企业转型，如原来以西服为主打产品的温州服装业开始大批转向服装的生产经营；在属于内地服装一线品牌的杉杉、雅戈尔等企业的近年产品订单中，服装的比例都达到了30%左右。这些品牌在中低档市场的聚集造成了该市场较低的集中度和激烈的竞争。而对于以港资品牌和国际品牌为主的中高档市场，实力比较接近。另外，国内外服装品牌竞争已在中国全面展开，中国市场正在成为造就全球赢家的基地，传统意义上的国际化往往被狭隘界定为在海外市场落地。尽管服装品牌在高端奢侈品领域暂时空缺，但已经开始在国内市场和国际市场上与国外二三线品牌展开竞争。现在，很多国内的大型商场、购物中心也一改过去盲目引进国外品牌的做法，开始重点引进国内品牌，打造自身特色。在国外，也经常可以看到国内纺织服装品牌的身影。许多品牌在海外设立专卖店，如Lily、李宁等在欧美市场开店，或者实施收购战略，如波司登、雅戈尔等，以多种方式进军国际市场，服装企业进行转型应对竞争，服装行业的竞争进入全面地品牌竞争时代。

服装业是一个永续产业，在经历了产业化、品牌化的改造后，中国服装业迎来了一个新的发展机遇期。首先，随着经济发展以及二三线城市的迅速崛起，更为广阔的潜在市场将被开发出来。其次，随着品牌意识的苏醒，消费者的消费意识趋于成熟与理性，讲究品位与舒适，服装业的市场环境将得到进一步的改善，前景看好。另外，服装行业电子商务渐入佳境，很多传统服装企业也开始试水网上销售，很多品牌服装企业的网络销售渠道一开通，短时间内就取得了月销售额百万元以上并持续增长的业绩。“十二五”期间，服装网购业务仍将保持三成至四成的增幅。到2013年中国服装网络购物市场交易规模将超过4000亿元，到“十二五”期末，将进一步达到8000亿元。“十二五”时期是我国经济发展的关键时期，同时也是我国服装业发展的重要机遇期。国内消费市场的迅速崛起已开始成

为服装行业新的增长点。至2015年整个服装内销市场的扩容速度大约在15%左右，远远超过出口市场，未来前景广阔。服装消费的扩容将推动服装产量的增长，预计2013年服装产量将达到2836452.31万件，同比增长6.12%，"十二五"末将达到3174521.78万件，同比增长5.63%。

《2014-2020年中国服装行业监测与发展战略研究报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业联合会、中国服装设计师协会等主管部门发布的数据，国内外相关报刊杂志发表公布的基础信息以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国服装及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国服装行业发展状况和特点，以及中国服装行业将面临的挑战以及企业的发展策略等。报告还对全球的服装行业发展态势作了详细分析，并对服装行业进行了趋向研判，是服装生产企业、科研单位、投资机构等单位准确了解目前服装发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

【 目 录 】

第一部分产业环境透视

第一章服装行业发展综述 1

第一节服装行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性及在国民经济中的地位 6

第二节服装行业统计标准 8

一、统计部门和统计口径 8

二、行业主要统计方法介绍 8

三、行业涵盖数据种类介绍 8

第三节最近3-5年中国服装行业经济指标分析 8

一、赢利性 8

二、成长速度 8

三、附加值的提升空间 9

四、进入壁垒 / 退出机制 9

五、风险性 10

六、行业周期 11

第四节服装行业产业链分析 12

一、产业链结构分析 12

二、主要环节的增值空间 13

三、与上下游行业之间的关联性 15

四、行业产业链上游相关行业分析 15

1、服装产品成本构成 15

2、服装面料行业发展状况及影响 15

3、拉链行业发展状况及影响 17

4、衬布行业发展状况及影响 19

5、缝制机械行业发展状况及影响 21

五、行业下游产业链相关行业分析 24

1、服装下游行业分布 24

2、百货商场发展状况及影响 24

3、购物中心发展状况及影响 27

4、专卖连锁发展状况及影响 28

5、超级市场发展状况及影响 29

6、批发市场发展状况及影响 34

7、网络销售市场发展状况及影响 42

8、展会发展状况及影响 42

六、上下游行业影响及风险提示 43

第二章服装行业市场环境及影响分析（PEST） 44

第一节服装行业政治法律环境（P） 44

一、行业管理体制分析 44

二、行业主要法律法规 44

三、服装行业标准 46

四、行业相关发展规划 47

五、政策环境对行业的影响 70

第二节行业经济环境分析（E） 70

一、宏观经济形势分析 70

二、宏观经济环境对行业的影响分析 96

第三节行业社会环境分析（S） 96

一、服装产业社会环境 96

二、社会环境对行业的影响 98

第四节行业技术环境分析（T） 98

一、服装技术分析 98

二、服装技术发展水平 99

三、行业主要技术发展趋势 102

第三章国际服装行业发展分析及经验借鉴 106

第一节全球服装市场总体情况分析 106

一、全球服装行业的发展特点 106

二、2011-2013年全球服装市场结构 107

三、2011-2013年全球服装行业发展分析 107

四、2011-2013年全球服装行业竞争格局 109

五、2011-2013年全球服装市场区域分布 109

六、2011-2013年国际重点服装企业运营分析 111

1、唐纳·卡兰(donnakaran) 111

2、路易·威登 111

3、夏奈尔 111

4、范思哲 112

5、迪奥 112

6、gucci 112

7、Valentinogaravani 112

8、PRADA 113

9、GUESS 113

10、giorgioarmani 113

第二节全球主要国家（地区）市场分析 114

一、美国 114

1、美国服装行业发展概况 114

2、2011-2013年美国服装市场结构及产销情况 115

3、2014-2020年美国服装行业发展前景预测 118

二、法国 119

- 1、法国服装行业发展概况 119
- 2、2011-2013年法国服装市场结构及产销情况 120
- 3、2014-2020年法国服装行业发展前景预测 120
- 三、意大利 121
- 1、意大利服装行业发展概况 121
- 2、2011-2013年意大利服装市场结构及产销情况 123
- 3、2014-2020年意大利服装行业发展前景预测 124
- 四、日本 124
- 1、日本服装行业发展概况 124
- 2、2011-2013年日本服装市场结构及产销情况 129
- 3、2014-2020年日本服装行业发展前景预测 129
- 五、韩国 130
- 1、韩国服装行业发展概况 130
- 2、2011-2013年韩国服装市场结构及产销情况 132
- 3、2014-2020年韩国服装行业发展前景预测 133
- 六、其他国家 133

第四章服装跨国公司发展分析 138

第一节男装跨国公司在中国发展分析 138

- 一、HugoBoss 138
- 二、Zegna 138
- 三、Dunhill 139
- 四、Armani 139

第二节女装跨国公司在中国的发展分析 141

- 一、艾格（Etam）141
- 二、Esprit 142
- 三、ZARA 144
- 四、H&M 145

第三节童装跨国公司在中国的发展分析 146

- 一、美国迪斯尼公司（Disney）146
- 二、时代华纳公司（TimeWarner）146
- 三、韩国阿卡邦（agabang）147

四、美国耐克公司 (nike) 147

五、德国阿迪达斯 (adidas) 147

六、日本樱桃小丸子 148

第四节内衣跨国公司在我国的发展分析 148

一、德国黛安芬 148

二、日本华歌尔 150

三、西班牙 (LittleKiss) 150

第二部分行业深度分析

第五章我国服装行业运行现状分析 151

第一节我国服装行业发展状况分析 151

一、我国服装行业发展阶段 151

二、我国服装行业发展总体概况 165

三、我国服装行业发展特点分析 198

四、我国服装行业商业模式分析 202

第二节 2011-2013年服装行业发展现状 202

一、2011-2013年我国服装行业市场规模 202

二、2011-2013年我国服装行业发展分析 204

1、我国服装行业内销市场运行分析 204

2、我国服装行业出口市场运行分析 208

3、我国服装行业生产形势运行分析 212

4、我国服装行业投资形势运行分析 214

5、我国服装行业经济效益运行分析 214

三、2011-2013年我国服装企业发展分析 216

1、我国服装企业发展环境分析 216

2、我国服装企业转型分析 217

3、品牌企业和中小企业合作发展分析 220

4、我国服装企业未来业务发展方向 222

四、2011-2013年我国服装出口转内销市场分析 223

第三节 2011-2013年服装市场情况分析 231

一、2011-2013年中国服装市场总体概况 231

1、服装市场增长放缓及原因分析 231

- 2、服装消费市场低迷及对策分析 232
- 3、服装市场从成本竞争向价值竞争转变 232
- 4、品牌服装是服装市场发展趋势 236
- 二、2011-2013年中国服装产品市场发展分析 238
 - 1、商务休闲类男装需求增长 238
 - 2、婴幼儿服装保持强劲增长 239
 - 3、女装市场遭遇瓶颈分析 239
 - 4、其他服装产品发展形势分析 241
- 第四节我国服装市场价格走势分析 243
 - 一、服装市场定价机制组成 243
 - 二、服装市场价格影响因素 245
 - 三、2012-2013年服装产品价格走势分析 247
 - 四、2014-2020年服装产品价格走势预测 248

第六章我国服装行业整体运行指标分析 249

第一节 2011-2013年服装行业基本规模 249

- 一、服装行业企业单位数 249
- 二、服装行业亏损企业单位数 253
- 三、服装行业亏损企业亏损总额 254
- 四、服装行业从业人员平均数 255

第二节 2011-2013年服装行业资产负债 256

- 一、服装行业资产 256
- 二、服装行业负债 260

第三节 2011-2013年服装行业供需规模 261

- 一、服装行业产成品 261
- 二、服装行业存货 262
- 三、服装行业工业销售产值 263
- 四、服装行业出口交货值 267

第四节 2011-2013年服装行业经营规模 268

- 一、服装行业主营业务收入 268
- 二、服装行业主营业务成本 272

第五节 2011-2013年服装行业经营效率 273

- 一、服装行业利润总额 273
- 二、服装行业费用规模（销售、管理、财务费用） 276
- 三、服装行业利息支出 279
- 四、服装业税金规模（主营业务税金及附加、应交增值税） 280
- 五、服装行业应收帐款净额 282

第七章 2014-2020年我国服装市场供需形势分析 283

第一节服装行业生产分析 283

- 一、产品及原材料进口、自有比例 283
- 二、国内产品及原材料生产基地分布 285
- 三、产品及原材料产业集群发展分析 285
- 四、2011-2013年原材料产能情况分析 287

第二节我国服装市场产量分析 288

- 一、服装产量分析 288
- 二、西服套装产量分析 292
- 三、衬衫产量分析 294
- 四、羽绒服产量分析 296
- 五、针织服装产量分析 300
- 六、梭织服装产量分析 304
- 七、皮革服装产量分析 308
- 八、天然毛皮服装产量分析 312

第三节我国服装市场销量分析 316

- 一、服装市场总体销售情况 316
- 二、服装市场零售值情况 316
- 三、服装市场主要产品销量情况 317

第四节我国服装市场供需平衡分析 318

- 一、2011-2013年我国服装行业供给情况 318
- 二、2011-2013年我国服装行业需求情况 319
- 三、2011-2013年我国服装行业供需平衡分析 319

第五节服装产品市场应用及需求预测 320

- 一、服装产品应用市场总体需求分析 320
- 1、服装产品应用市场需求特征 320

- 2、服装产品应用市场需求总规模 321
- 二、2014-2020年服装行业领域需求量预测 324
- 1、2014-2020年服装行业领域需求产品功能预测 324
- 2、2014-2020年服装行业领域需求产品市场格局预测 324

第八章服装行业进出口结构及面临的机遇与挑战 328

第一节服装行业进出口市场分析 328

- 一、服装行业进出口综述 328
- 1、中国服装进出口的特点分析 328
- 2、中国服装进出口地区分布状况 329
- 3、中国服装进出口的贸易方式及经营企业分析 331
- 4、中国服装进出口政策与国际化经营 333
- 二、服装行业出口市场分析 335
- 1、2011-2013年行业出口整体情况 335
- 2、2011-2013年行业出口总额分析 336
- 3、2011-2013年行业出口产品结构 336
- 三、服装行业进口市场分析 339
- 1、2011-2013年行业进口整体情况 339
- 2、2011-2013年行业进口总额分析 339
- 第二节中国服装出口面临的挑战及对策 339
- 一、中国服装出口面临的挑战 339
- 二、中国服装行业未来出口展望 340
- 三、中国服装产品出口对策 341
- 四、服装行业进出口前景及建议 343
- 1、行业出口前景及建议 343
- 2、行业进口前景及建议 344

第三部分市场全景调研

第九章服装行业产业结构分析 345

第一节服装产业结构分析 345

- 一、市场细分充分程度分析 345
- 二、各细分市场领先企业排名 346

三、领先企业的结构分析（所有制结构） 347

第二节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 348

一、产业价值链的构成 348

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 350

第三节产业结构发展预测 352

一、产业结构调整指导政策分析 352

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 353

三、中国服装行业参与国际竞争的战略市场定位 354

四、产业结构调整方向分析 357

第十章我国服装细分市场分析及预测 362

第一节中国服装行业细分市场结构分析 362

一、服装行业市场结构现状分析 362

二、服装行业细分结构特征分析 363

三、服装行业细分市场发展概况 364

四、服装行业市场结构变化趋势 364

第二节按消费人群特征细分产品市场分析 365

一、中国男装市场发展分析 365

1、中国男装市场发展总体概况 365

2、2011-2013年男装市场经营情况分析 368

3、中国男装市场竞争现状分析 368

4、中国男装市场发展趋势与前景 372

二、中国女装市场发展分析 375

1、中国女装市场发展总体概况 375

2、2011-2013年女装市场经营情况分析 381

3、中国女装市场竞争现状分析 381

三、中国童装市场发展分析 383

1、中国童装市场发展总体概况 383

2、2011-2013年童装市场经营情况分析 395

3、中国童装市场竞争现状分析 395

第三节按穿着场合不同细分产品市场分析 398

一、休闲服市场分析 398

1、中国休闲服市场发展总体概况	398
2、2011-2013年休闲服市场经营情况分析	399
3、中国休闲服市场竞争现状分析	399
二、运动服市场分析	400
1、中国运动服市场发展总体概况	400
2、2011-2013年运动服市场经营情况分析	402
3、中国运动服市场竞争现状分析	402
三、职业装市场分析	406
1、中国职业装市场发展总体概况	406
2、2011-2013年职业装市场经营情况分析	410
3、中国职业装市场竞争现状分析	410
第四节按产品功能不同细分产品市场分析	411
一、内衣市场分析	411
1、中国内衣市场发展总体概况	411
2、2011-2013年内衣市场经营情况分析	414
3、中国内衣市场竞争现状分析	414
二、羽绒服市场分析	416
1、中国羽绒服市场发展总体概况	416
2、2011-2013年羽绒服市场经营情况分析	418
3、中国羽绒服市场竞争现状分析	419
三、家居服市场分析	420
1、中国家居服市场发展总体概况	420
2、2011-2013年家居服市场经营情况分析	422
3、中国家居服市场竞争现状分析	423
第五节其它服装细分产品市场分析	425
一、定制服装市场分析	425
二、奢侈服装市场分析	434

第十一章我国服装行业营销趋势及策略分析 448

第一节服装行业销售渠道分析 448

- 一、营销分析与营销模式推荐 448
- 二、服装营销环境分析与评价 450

三、销售渠道存在的主要问题 473

四、营销渠道发展趋势与策略 476

第二节服装行业营销策略分析 478

一、中国服装营销概况 478

1、中国服装行业的营销环境 478

2、中国服装行业网络营销总体分析 478

3、中国服装行业营销存在的缺陷 480

4、中国服装行业营销渠道存在的矛盾 481

5、中国服装行业营销方式存在的不足 483

二、服装营销策略探讨 484

第三节服装营销的发展趋势 501

一、未来服装市场营销的出路 501

二、中国服装营销的趋势预测 509

第四节服装市场营销模式与面临的挑战 522

一、服装行业商业模式分析 522

1、传统生产模式 522

2、虚拟经营模式 523

3、竞合模式 524

4、仓储式模式 525

5、网络营销模式 526

二、服装市场分销模式分析 528

1、自营模式 528

2、特许加盟模式 530

3、批发模式 533

4、经销商模式 533

第四部分竞争格局分析

第十二章服装行业（产业集群）及区域市场分析 539

第一节中国服装产业集群发展特色分析 539

一、服装产业集群概况 539

1、服装产业集群概念 539

2、服装产业集群分布概况 539

3、服装产业集群特征 540

二、影响服装产业集群发展的重要因素 541

1、政府作用 541

2、专业市场作用 542

3、集群创新能力 542

4、企业引进的植根性问题 543

5、集群内部有机性问题 543

6、公共服务平台建设 543

7、产业链建设 544

三、服装产业集群发展模式研究 544

1、以发展都市工业为契机打造服装文化时尚之都 544

2、以配套齐全为特征打造完美产业链条 544

3、以外向型经济为主打造服装出口基地 545

4、以中小企业为依托打造服装特色城镇 546

四、纺织服装产业集群实证研究 546

1、长三角地区 546

2、珠三角地区 550

3、海西地区 551

4、环渤海地区 551

第二节中国服装重点区域市场分析预测 554

一、行业总体区域结构特征及变化 554

1、行业区域分布特点分析 554

2、行业规模指标区域分布分析 554

3、行业效益指标区域分布分析 555

4、行业企业数的区域分布分析 555

二、服装区域市场分析 556

1、广东省服装市场分析 556

2、浙江省服装市场分析 558

3、江苏省服装市场分析 561

4、福建省服装市场分析 563

5、安徽省服装市场分析 570

6、山东省服装市场分析 573

7、湖南省服装市场分析 575

三、服装区域市场前景及趋势 577

第十三章 2014-2020年服装行业竞争形势及策略 578

第一节行业总体市场竞争状况分析 578

一、服装行业竞争结构分析 578

1、现有企业间竞争 578

2、潜在进入者分析 579

3、替代品威胁分析 579

4、供应商议价能力 579

5、客户议价能力 580

6、竞争结构特点总结 580

三、服装行业集中度分析 580

1、市场集中度分析 580

2、企业集中度分析 580

3、区域集中度分析 581

三、服装行业SWOT分析 581

1、服装行业优势分析 581

2、服装行业劣势分析 582

3、服装行业机会分析 582

4、服装行业威胁分析 582

第二节中国服装行业竞争格局综述 582

一、服装行业竞争概况 582

二、中国服装行业竞争力分析 586

三、中国服装产品竞争力优势分析 587

第三节 2011-2013年服装行业竞争格局分析 589

一、2011-2013年国内外服装竞争分析 589

二、2011-2013年我国服装市场竞争分析 590

三、2011-2013年我国服装市场集中度分析 591

四、2011-2013年国内主要服装企业动向 591

第四节服装市场竞争策略分析 592

一、中国服装行业国际竞争战略分析 592

- 二、提高服装行业竞争力的对策措施 594
- 三、打造服装行业品牌竞争力的策略 596
- 四、服装零售市场会员制营销策略竞争力分析 597

第十四章 2014-2020年服装行业领先企业经营形势分析 599

第一节男装企业经营形势分析 599

一、雅戈尔集团股份有限公司 599

- 1、企业概况 599
- 2、企业经营概况 599
- 3、企业竞争力分析 602
- 4、企业经营策略和发展战略 603

二、海澜集团有限公司 607

- 1、企业概况 607
- 2、企业经营概况 608
- 3、企业竞争力分析 609
- 4、企业经营策略和发展战略 609

三、新郎希努尔集团股份有限公司 610

- 1、企业概况 610
- 2、企业经营概况 611
- 3、企业竞争力分析 612
- 4、企业经营策略和发展战略 613

四、青岛红领集团有限公司 613

- 1、企业概况 613
- 2、企业经营概况 614
- 3、企业竞争力分析 614
- 4、企业经营策略和发展战略 614

五、罗蒙集团股份有限公司 615

- 1、企业概况 615
- 2、企业经营概况 615
- 3、企业竞争力分析 616
- 4、企业经营策略和发展战略 616

六、大连大杨创世股份有限公司 617

- 1、企业概况 617
- 2、企业经营概况 618
- 3、企业竞争力分析 621
- 4、企业经营策略和发展战略 622
- 七、江苏虎豹集团有限公司 622
- 1、企业概况 622
- 2、企业经营概况 623
- 3、企业竞争力分析 623
- 4、企业经营策略和发展战略 624
- 八、庄吉集团有限公司 624
- 1、企业概况 624
- 2、企业经营概况 625
- 3、企业竞争力分析 625
- 4、企业经营策略和发展战略 626
- 九、报喜鸟集团有限公司 626
- 1、企业概况 626
- 2、企业经营概况 627
- 3、企业竞争力分析 630
- 4、企业经营策略和发展战略 631
- 十、福建七匹狼实业股份有限公司 631
- 1、企业概况 631
- 2、企业经营概况 632
- 3、企业竞争力分析 635
- 4、企业经营策略和发展战略 636
- 第二节女装企业经营形势分析 636
- 一、浙江华鼎集团有限责任公司 636
- 1、企业概况 636
- 2、企业经营概况 637
- 3、企业竞争力分析 637
- 4、企业经营策略和发展战略 638
- 二、宁波太平鸟时尚女装有限公司 638
- 1、企业概况 638

- 2、企业经营概况 638
- 3、企业竞争力分析 639
- 4、企业经营策略和发展战略 639
- 三、衣恋时装（上海）有限公司 639
 - 1、企业概况 639
 - 2、企业经营概况 640
 - 3、企业竞争力分析 640
 - 4、企业经营策略和发展战略 641
- 四、山东舒朗服装服饰股份有限公司 641
 - 1、企业概况 641
 - 2、企业经营概况 641
 - 3、企业竞争力分析 641
 - 4、企业经营策略和发展战略 642
- 五、深圳影儿时尚集团有限公司 642
 - 1、企业概况 642
 - 2、企业经营概况 643
 - 3、企业竞争力分析 644
 - 4、企业经营策略和发展战略 644
- 六、浙江雅莹服装有限公司 645
 - 1、企业概况 645
 - 2、企业经营概况 645
 - 3、企业竞争力分析 645
 - 4、企业经营策略和发展战略 645
- 七、深圳玛丝菲尔时装股份有限公司 646
 - 1、企业概况 646
 - 2、企业经营概况 646
 - 3、企业竞争力分析 647
 - 4、企业经营策略和发展战略 647
- 八、上海斯尔丽服饰有限公司 647
 - 1、企业概况 647
 - 2、企业经营概况 648
 - 3、企业竞争力分析 648

4、企业经营策略和发展战略	648
九、浙江印象实业股份有限公司	649
1、企业概况	649
2、企业经营概况	650
3、企业竞争力分析	650
4、企业经营策略和发展战略	650
十、宁波凯信服饰股份有限公司	651
1、企业概况	651
2、企业经营概况	651
3、企业竞争力分析	651
4、企业经营策略和发展战略	651
第三节童装企业经营形势分析	652
一、浙江森马服饰股份有限公司	652
1、企业概况	652
2、企业经营概况	653
3、企业竞争力分析	655
4、企业经营策略和发展战略	656
二、博士蛙国际控股有限公司	658
1、企业概况	658
2、企业经营概况	659
3、企业竞争力分析	659
4、企业经营策略和发展战略	659
三、福建格林集团有限公司	662
1、企业概况	662
2、企业经营概况	662
3、企业竞争力分析	663
4、企业经营策略和发展战略	663
四、红黄蓝集团有限公司	664
1、企业概况	664
2、企业经营概况	664
3、企业竞争力分析	664
4、企业经营策略和发展战略	665

五、福建宝德集团有限公司 665

- 1、企业概况 665
- 2、企业经营概况 665
- 3、企业竞争力分析 666
- 4、企业经营策略和发展战略 666

六、上海丽婴房婴童用品有限公司 667

- 1、企业概况 667
- 2、企业经营概况 667
- 3、企业竞争力分析 668
- 4、企业经营策略和发展战略 669

七、福建野豹儿童用品有限公司 669

- 1、企业概况 669
- 2、企业经营概况 669
- 3、企业竞争力分析 669
- 4、企业经营策略和发展战略 669

八、拜丽德集团有限公司 670

- 1、企业概况 670
- 2、企业经营概况 671
- 3、企业竞争力分析 671
- 4、企业经营策略和发展战略 671

九、广东小猪班纳服饰股份有限公司 672

- 1、企业概况 672
- 2、企业经营概况 673
- 3、企业竞争力分析 674
- 4、企业经营策略和发展战略 674

十、北京派克兰帝有限责任公司 675

- 1、企业概况 675
- 2、企业经营概况 677
- 3、企业竞争力分析 677
- 4、企业经营策略和发展战略 678

第五部分投资前景展望

第十五章 2014-2020年服装行业前景及趋势预测 681

第一节 2014-2020年服装市场发展前景 681

- 一、2014-2020年服装市场发展潜力 681
- 二、2014-2020年服装市场发展方向分析 682
- 二、2014-2020年服装市场发展前景展望 682
- 三、2014-2020年女装市场发展展望分析 683
 - 1、2014-2020年女装市场发展趋势 683
 - 2、2014-2020年女装产品发展趋势 684
 - 3、2014-2020年高级女装市场及品牌发展走势 684
- 四、2014-2020年男装市场发展展望分析 690
 - 1、2014-2020年男装行业发展趋势 690
 - 2、2014-2020年男装行业发展方向 691
 - 3、2014-2020年时尚休闲男装发展前景 694
 - 4、2014-2020年男装高端市场前景 702
- 五、2014-2020年童装市场发展展望分析 703
 - 1、2014-2020年童装市场发展展望 703
 - 2、2014-2020年童装发展主流趋向 704
 - 3、2014-2020年童装行业发展预测 704
- 六、2014-2020年内衣市场发展展望分析 705
 - 1、2014-2020年内衣市场发展前景 705
 - 2、2014-2020年内衣市场发展展望 707
- 七、2014-2020年羽绒服市场发展展望分析 711
 - 1、2014-2020年羽绒服产品多样性展望 711
 - 2、2014-2020年羽绒服品牌集中度展望 712
 - 3、2014-2020年羽绒服发展趋势展望 712
- 八、2014-2020年职业装市场发展展望分析 714
 - 1、2014-2020年职业装市场发展空间大 714
 - 2、2014-2020年职业装发展目标 715
 - 3、2014-2020年职业装发展方向 716
 - 4、2014-2020年职业装发展趋势 717
 - 5、2014-2020年职业装发展提升展望 719

第二节 2014-2020年服装市场发展趋势预测 721

一、2014-2020年服装行业发展趋势 721

1、技术发展趋势分析 721

2、产品发展趋势分析 722

3、产品应用趋势分析 723

二、2014-2020年服装市场规模预测 727

1、服装行业市场容量预测 727

2、服装行业销售收入预测 733

三、2014-2020年服装行业应用趋势预测 733

四、2014-2020年细分市场发展趋势预测 737

第三节 2014-2020年中国服装行业供需预测 741

一、2014-2020年中国服装行业供给预测 741

二、2014-2020年中国服装行业产量预测 741

三、2014-2020年中国服装市场销量预测 742

四、2014-2020年中国服装行业需求预测 742

五、2014-2020年中国服装行业供需平衡预测 743

第四节影响企业生产与经营的关键趋势 743

一、市场整合成长趋势 743

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 745

三、企业区域市场拓展的趋势 746

四、科研开发趋势及替代技术进展 746

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 747

第十六章 2014-2020年服装行业投资价值评估分析 752

第一节服装行业投资特性分析 752

一、服装行业进入壁垒分析 752

二、服装行业盈利因素分析 753

三、服装行业盈利模式分析 756

第二节 2014-2020年服装行业发展的影响因素 757

一、有利因素 757

二、不利因素 759

第三节 2014-2020年服装行业投资价值评估分析 759

一、行业投资效益分析 759

- 二、产业发展的空白点分析 760
- 三、投资回报率比较高的投资方向 760
- 四、新进入者应注意的障碍因素 761

第十七章 2014-2020年服装行业投资机会与风险 763

第一节 服装行业投融资情况 763

- 一、行业资金渠道分析 763
- 二、固定资产投资分析 763
- 三、兼并重组情况分析 764
- 四、服装行业投资现状分析 764

第二节 2014-2020年服装行业投资机会 765

- 一、产业链投资机会 765
- 二、细分市场投资机会 766
- 三、重点区域投资机会 768
- 四、服装行业投资机遇 768

第三节 2014-2020年服装行业投资风险及防范 771

- 一、政策风险及防范 771
- 二、技术风险及防范 772
- 三、供求风险及防范 772
- 四、宏观经济波动风险及防范 773
- 五、关联产业风险及防范 774
- 六、产品结构风险及防范 774
- 七、其他风险及防范 774

第四节 中国服装行业投资建议 775

- 一、服装行业未来发展方向 775
- 二、服装行业主要投资建议 780
- 三、中国服装企业融资分析 781

第六部分 投资战略研究

第十八章 2014-2020年服装行业面临的困境及对策 785

第一节 2013年服装行业面临的困境 785

- 一、生产成本高居不下 785

二、出口企业转型艰难 785

三、进驻商场压力重重 786

第二节服装企业面临的困境及对策 787

一、重点服装企业面临的困境及对策 787

1、重点服装企业面临的困境 787

2、重点服装企业对策探讨 793

二、中小服装企业发展困境及策略分析 815

1、中小服装企业面临的困境 815

2、中小服装企业对策探讨 820

三、国内服装企业的出路分析 824

第三节中国服装行业存在的问题及对策 832

一、中国服装行业存在的问题 832

1、品牌建设迫切 832

2、库存压力巨大 835

3、电商竞争激烈 838

二、服装行业发展的建议对策 839

1、把握国家投资的契机 839

2、竞争性战略联盟的实施 840

3、企业自身应对策略 841

三、市场的重点客户战略实施 844

1、实施重点客户战略的必要性 844

2、合理确立重点客户 845

3、重点客户战略管理 846

4、重点客户管理功能 848

第四节中国服装市场发展面临的挑战与对策 849

一、中国服装市场发展面临的挑战 849

1、瞬息万变的市场需求 849

2、全球性的竞争 850

3、复杂的经营管理 850

4、产品生命周期缩短 850

5、财务运作 850

二、中国服装市场应对挑战的对策 851

第十九章服装行业案例分析研究 854

第一节服装行业并购重组案例分析 854

第二节服装行业经营管理案例分析 859

第三节服装行业营销案例分析 863

第二十章服装行业投资战略研究 878

第一节服装行业发展战略研究 878

一、技术开发战略 878

二、产业战略规划 882

三、业务组合战略 884

四、营销战略规划 886

五、区域战略规划 888

六、企业信息化战略规划 898

第二节对我国服装品牌的战略思考 900

一、服装品牌的重要性 900

二、服装实施品牌战略的意义 901

三、服装企业品牌的现状分析 904

四、我国服装企业的品牌战略 905

五、服装品牌战略管理的策略 913

第三节服装经营策略分析 923

一、服装市场细分策略 923

二、服装市场创新策略 928

三、品牌定位与品类规划 940

第四节服装行业投资战略研究 943

一、2013年服装行业投资战略 943

二、2014-2020年服装行业投资战略 944

三、2014-2020年细分行业投资战略 946

第二十一章研究结论及投资建议 950

第一节服装行业研究结论及建议 950

第二节服装子行业研究结论及建议 951

第三节服装行业投资建议 956

一、行业发展策略建议 956

二、行业投资方向建议 964

三、行业投资方式建议 965

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103649.html>