

# 2023-2029年中国服装零售 市场深度分析与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国服装零售市场深度分析与投资潜力分析报告》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/202307/375276.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

服装零售业包括在百货商店、超级市场、专门零售商店、品牌专卖店、售货以互联网、邮政、电话、售货机等多种场景进行的服装销售活动。通常包括有店铺零售业态和无店铺零售业态，我国服装零售市场已经处于成熟阶段，2021年，我国服装零售行业市场规模为22890.97亿元。

经过近二十年的发展，我国服装零售行业培育出一批如波司登、雅戈尔、森马服饰等具有较强竞争实力的龙头企业，目前行业内领先企业主要通过加强产品设计研发、加快全渠道升级、强化品牌塑造等形成了一定程度的竞争优势。未来，随着行业政策的不断完善，行业整合将不断加强，领先企业的市场份额有望逐步提升。

2021年以来疫情反复，对服装零售行业经营造成了一定的冲击，同时政府及行业协会编制了《中国服装行业“十四五”发展指导意见和2035年远景目标》等相关指导意见，进一步推动服装产业的发展。基于此，预测2027年中国服装零售行业市场规模或将达到29909亿元，2022-2027年年复合增速或达到4.46%。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国服装零售市场深度分析与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：服装零售行业综述及数据来源说明

1.1 零售业行业界定

1.1.1 零售业的界定

1.1.2 零售业的分类

1.2 服装零售行业界定

1.2.1 服装零售业的界定

1.2.2 服装零售业的分类

1.2.3 《国民经济行业分类与代码》中服装零售业行业归属

1.3 服装零售专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

## 第2章：中国服装零售行业宏观环境分析（PEST）

### 2.1 中国服装零售行业政策（Policy）环境分析

#### 2.1.1 中国服装零售行业监管体系及机构介绍

（1）中国服装零售行业主管部门

（2）中国服装零售行业自律组织

#### 2.1.2 国家层面服装零售行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

（1）国家层面服装零售行业政策汇总及解读

（2）国家层面服装零售行业规划汇总及解读

#### 2.1.3 政策环境对服装零售行业发展的影响总结

### 2.2 中国服装零售行业经济（Economy）环境分析

#### 2.2.1 中国宏观经济发展现状

（1）中国GDP及增长情况

（2）中国三次产业结构

（3）中国居民消费价格（CPI）

（4）中国生产者价格指数（PPI）

（5）中国社会消费品零售情况

#### 2.2.2 中国宏观经济发展展望

（1）国际机构对中国GDP增速预测

（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测

#### 2.2.3 中国服装零售行业发展与宏观经济相关性分析

### 2.3 中国服装零售行业社会（Society）环境分析

#### 2.3.1 中国服装零售行业社会环境分析

（1）中国人口规模及增速

（2）中国人口结构

（3）中国劳动成本增长趋势

（4）中国网民规模及互联网普及率

（5）中国居民人均消费支出及结构

1) 中国居民人均消费支出

2) 中国居民消费结构变化

## (6) 中国居民消费习惯变化

### 1) 线上渠道成为主要的购物渠道

### 2) 对国产品牌的倾向性更高

## 2.3.2 社会环境对服装零售行业发展的影响总结

## 2.4 中国服装零售行业技术 (Technology) 环境分析

### 2.4.1 中国服装零售行业新技术发展

#### (1) 供应链技术转型

#### (2) 物流升级

#### (3) 3D虚拟试衣技术

### 2.4.2 技术环境对服装零售行业发展的影响总结

## 2.5 新冠疫情对服装零售业的影响分析

### 2.5.1 新冠疫情对服装零售业供给的影响

### 2.5.2 新冠疫情对服装零售业需求的影响

## 第3章：全球服装零售行业发展现状调研及市场趋势洞察

### 3.1 全球服装零售行业发展历程介绍

### 3.2 全球服装零售行业发展现状分析

### 3.3 全球服装零售行业市场规模

### 3.4 全球服装零售细分产品市场规模

### 3.5 全球服装零售行业市场竞争格局及重点企业案例研究

#### 3.5.1 全球服装零售行业市场竞争格局

##### (1) 服装零售行业企业市场份额

##### (2) 服装零售行业品牌市场份额

#### 3.5.2 国际服装零售代表性企业布局案例分析

##### (1) 日本迅销集团

###### 1) 企业基本信息

###### 2) 企业运营状况

###### 3) 企业服装零售业务布局状况

###### 4) 企业销售网络布局

##### (2) 西班牙Inditex集团

###### 1) 企业基本信息

###### 2) 企业运营状况

- 3) 企业服装零售业务布局状况
- 4) 企业销售网络布局
- 3.6 全球服装零售行业发展趋势预判及市场前景预测
  - 3.6.1 全球服装零售行业发展趋势预判
  - 3.6.2 全球服装零售行业市场前景预测

#### 第4章：中国服装零售行业发展现状及存在问题分析

- 4.1 中国服装零售行业发展特征分析
  - 4.1.1 中国服装零售行业运行特点
  - 4.1.2 中国服装零售行业市场特性
- 4.2 中国服装零售行业供给情况分析
  - 4.2.1 中国服装生产企业数量
  - 4.2.2 中国服装产量变化趋势
- 4.3 中国服装零售行业市场规模体量
- 4.4 中国限额以上服装零售业经营情况分析
  - 4.4.1 限额以上服装零售业企业数量
  - 4.4.2 限额以上服装零售业企业年末从业人数
  - 4.4.3 限额以上服装零售业企业销售额
  - 4.4.4 限额以上服装零售业企业主营业务收入
  - 4.4.5 限额以上服装零售业企业资产总计
- 4.5 中国服装贸易情况分析
  - 4.5.1 中国服装零售行业进出口统计说明
  - 4.5.2 中国服装零售行业进出口贸易概况（过去5年数据）
  - 4.5.3 中国服装零售行业进口贸易状况（过去5年数据）
    - （1）服装零售行业进口贸易规模
    - （2）服装零售行业进口产品结构
  - 4.5.4 中国服装零售行业出口贸易状况（过去5年数据）
    - （1）服装零售行业出口贸易规模
    - （2）服装零售行业出口产品结构
  - 4.5.5 中国服装零售行业进出口贸易影响因素及发展趋势
- 4.6 中国服装零售行业市场发展痛点分析

## 第5章：中国服装零售行业业态变化分析

### 5.1 中国零售业态的演变历程

### 5.2 国内零售业态发展变化分析

#### 5.2.1 凭借优越的购物体验，购物中心快速崛起

#### 5.2.2 内容电商崛起，电商模式多元化

### 5.3 中国零售行业的发展特点

#### 5.3.1 疫情反复冲击零售市场

#### 5.3.2 业态分化加大，品质消费提升

#### 5.3.3 零供关系变革，厂商界限模糊

#### 5.3.4 国货国潮兴起，Z世代成主力

#### 5.3.5 线上监管强化，线下迎来转机

### 5.4 中国服装品牌如何应对零售新业态

#### 5.4.1 营销模式：实现营销端DTC转型

#### 5.4.2 价值链重构：以DTC为核心，实现全价值链重组

#### 5.4.3 渠道布局：以流量为导向，优化门店结构，丰富电商销售模式

#### 5.4.4 运营模式：直营加盟协同，差异化布局

#### 5.4.5 单店运营：巩固拓展私域流量池，优化店铺形象

## 第6章：中国服装零售行业业态模式创新与发展趋势

### 6.1 中国服装零售业的业态创新与趋势

#### 6.1.1 服装零售业主要业态类型分析

#### 6.1.2 服装零售业现有业态局限性分析

#### 6.1.3 服装零售业业态创新驱动力分析

#### 6.1.4 服装零售业业态创新与发展趋势

### 6.2 专卖品牌店经营模式分析

#### 6.2.1 专卖品牌店模式发展现状分析

#### 6.2.2 专卖品牌店模式代表企业分析

#### 6.2.3 专卖品牌店模式的优劣势分析

#### 6.2.4 专卖品牌店模式发展潜力与趋势

### 6.3 大卖场服装零售业态模式分析

#### 6.3.1 大卖场服装零售模式发展现状分析

#### 6.3.2 大卖场服装零售业态的运营特征分析

- 6.3.3 大卖场服装零售业态的SWOT分析
- 6.3.4 大卖场服装零售业态发展潜力与趋势
- 6.4 百货店服装零售业态模式分析
  - 6.4.1 百货店服装零售发展与现状分析
  - 6.4.2 百货店服装零售业态的SWOT分析
  - 6.4.3 百货店服装零售业态发展潜力与趋势
- 6.5 服装电商业态经营模式分析
  - 6.5.1 服装电商模式销售规模分析
  - 6.5.2 服装电商模式品牌发展情况分析
  - 6.5.3 服装电商模式的SWOT分析
  - 6.5.4 服装电商模式发展潜力与趋势
- 6.6 服装电商模式顾客满意度分析
  - 6.6.1 网络购物顾客满意度影响因素分析
  - 6.6.2 网络购物顾客忠诚度影响因素分析
  - 6.6.3 网络购物的决策与消费满意度分析
    - (1) 决策满意度的概念
    - (2) 决策满意度与顾客忠诚、顾客消费满意度之间的关系
    - (3) 决策满意度的影响因素
  - 6.6.4 网络购物消费流程与影响因素分析
    - (1) 服装网络消费流程
    - (2) 网络服装消费流程的各个环节影响因素分析
  - 6.6.5 提高服装电商顾客满意度的建议
- 6.7 O2O服装零售业态经营模式分析
  - 6.7.1 O2O服装零售业态经营模式分析
  - 6.7.2 O2O服装零售业态经营模式规模影响因素分析
    - (1) 消费者因素
    - (2) 商家因素
  - 1) 综合电商
  - 2) 社交电商
  - 3) 跨境电商
  - 6.7.3 O2O服装零售业态经营模式的优劣势
  - 6.7.4 O2O服装零售业态经营模式发展潜力

## 第7章：中国服装市场销售渠道与营销策略分析

### 7.1 中国服装销售渠道分析

#### 7.1.1 服装销售渠道发展概况

#### 7.1.2 服装主要销售渠道分析

#### 7.1.3 服装销售渠道终端分析

#### 7.1.4 服装销售渠道发展趋势

### 7.2 中国服装网购规模与电商发展趋势

#### 7.2.1 中国服装网购规模分析

#### 7.2.2 服装网络品牌偏好

#### 7.2.3 服装网购消费者用户画像

#### 7.2.4 服装电商发展趋势分析

### 7.3 中国服装零售营销策略分析

## 第8章：中国服装零售行业市场竞争状况分析

### 8.1 中国服装零售行业市场竞争布局状况

#### 8.1.1 中国服装零售行业竞争者入场进程

#### 8.1.2 中国服装零售行业竞争者省市分布热力图

#### 8.1.3 中国服装零售行业竞争者战略布局状况

### 8.2 中国服装零售行业市场竞争格局分析

#### 8.2.1 中国服装零售行业品牌竞争分析

##### (1) 中国服装零售行业品牌产量竞争情况

##### (2) 中国服装零售行业品牌销售额竞争情况

#### 8.2.2 中国服装零售行业竞争层次分析

#### 8.2.3 中国服装零售行业竞争热点分析

##### (1) 电商双11购物节竞争情况

##### (2) 细分服装品类热点竞争情况

#### 8.2.4 中国服装零售行业区域竞争分析

### 8.3 中国服装零售行业市场集中度分析

### 8.4 中国服装零售行业波特五力模型分析

#### 8.4.1 中国服装零售行业供应商的议价能力

#### 8.4.2 中国服装零售行业消费者的议价能力

- 8.4.3 中国服装零售行业新进入者威胁
- 8.4.4 中国服装零售行业替代品威胁
- 8.4.5 中国服装零售行业现有企业竞争
- 8.4.6 中国服装零售行业竞争状态总结

## 第9章：中国服装零售行业细分产品市场现状及发展趋势分析

### 9.1 女装市场投资机会分析

- 9.1.1 女装市场规模分析
- 9.1.2 女装品牌市场发展现状与定位分析
- 9.1.3 女装品牌经典策划案例分析
- 9.1.4 女装网购市场竞争态势分析
- 9.1.5 女装市场未来投资价值点与发展趋势

#### (1) 女装行业盈利模式分析

- 1) SPA模式(自有品牌专业零售商经营模式)下的盈利模式
- 2) 虚拟经营模式下的盈利模式
- 3) 价值链延展下的盈利模式

#### (2) 女装行业盈利因素

- 1) 广阔的需求前景
- 2) 女装产业集群化

#### (3) 女装行业发展趋势与市场前景

- 1) 发展趋势
- 2) 市场前景

### 9.2 男装市场投资机会分析

- 9.2.1 男装市场规模分析
- 9.2.2 男装品牌市场发展现状与定位分析
- 9.2.3 男装品牌经典策划案例企业分析
- 9.2.4 男装网购市场竞争态势分析
- 9.2.5 男装市场未来投资价值点与发展趋势

#### (1) 男装行业盈利模式分析

#### (2) 男装行业盈利因素

#### (3) 男装行业发展趋势与市场前景

- 1) 发展趋势

## 2) 市场前景

### 9.3 童装市场投资机会分析

#### 9.3.1 童装市场规模分析

#### 9.3.2 童装品牌市场份额与定位分析

#### 9.3.3 童装品牌经典策划案例分析

#### 9.3.4 童装网购市场竞争态势分析

#### 9.3.5 童装市场发展趋势与市场前景

##### (1) 童装市场发展趋势

##### (2) 童装市场发展前景

### 9.4 休闲服市场投资机会分析

#### 9.4.1 休闲服市场规模分析

#### 9.4.2 休闲服竞争格局分析

#### 9.4.3 休闲服品牌经典策划案例分析

#### 9.4.4 休闲服网购市场竞争态势分析

#### 9.4.5 休闲服市场发展趋势与市场前景

##### (1) 休闲服市场发展趋势

##### (2) 休闲服市场发展前景

### 9.5 体育服装市场投资机会分析

#### 9.5.1 体育服装市场规模分析

#### 9.5.2 体育服装品牌竞争格局分析

#### 9.5.3 体育服装品牌经典策划案例分析

#### 9.5.4 体育服装网购市场竞争态势分析

#### 9.5.5 体育服装市场未来投资价值点与发展趋势

##### (1) 体育服装市场发展趋势

##### (2) 体育服装市场发展前景

## 第10章：中国服装零售行业代表性企业布局案例研究

### 10.1 中国服装零售代表性企业布局梳理及对比

### 10.2 中国服装零售代表性企业布局案例分析（可定制）

#### 10.2.1 雅戈尔集团股份有限公司

##### (1) 企业发展历程及基本信息

##### 1) 企业发展历程

- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业服装零售产品类型
- 1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌
- 2) 企业服装零售业务生产端布局状况
- 3) 企业服装零售业务销售及应用领域
  - (4) 企业营销渠道及品牌经营策略
- 1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪
- 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 3) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪
  - (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

#### 10.2.2 海澜之家集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业服装零售产品类型
- 1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌
- 2) 企业服装零售业务生产端布局状况
- 3) 企业服装零售业务销售及应用领域
  - (4) 企业营销渠道及品牌经营策略
- 1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪
- 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 3) 企业服装零售业务投融资及兼并重组动态追踪
- 4) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪
  - (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

### 10.2.3 江苏红豆实业股份有限公司

#### (1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

#### (2) 企业业务架构及经营情况

1) 企业整体业务架构

2) 企业整体经营情况

#### (3) 企业服装零售产品类型

1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

2) 企业服装零售业务生产端布局状况

3) 企业服装零售业务销售及应用领域

#### (4) 企业营销渠道及品牌经营策略

1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪

2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态

3) 企业服装零售业务投融资及兼并重组动态追踪

4) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪

#### (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

### 10.2.4 搜于特集团股份有限公司

#### (1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

#### (2) 企业业务架构及经营情况

1) 企业整体业务架构

2) 企业整体经营情况

#### (3) 企业服装零售产品类型

1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

2) 企业服装零售业务生产端布局状况

3) 企业服装零售业务销售及应用领域

#### (4) 企业营销渠道及品牌经营策略

1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪

- 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 3) 企业服装零售业务投融资及兼并重组动态追踪

(5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

#### 10.2.5 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

1) 企业整体业务架构

2) 企业整体经营情况

(3) 企业服装零售产品类型

1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

2) 企业服装零售业务生产端布局状况

3) 企业服装零售业务销售及应用领域

(4) 企业营销渠道及品牌经营策略

1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪

2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态

3) 企业服装零售业务投融资及兼并重组动态追踪

4) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪

(5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

#### 10.2.6 波司登國際控股有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

1) 企业整体业务架构

2) 企业整体经营情况

(3) 企业服装零售产品类型

1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

2) 企业服装零售业务生产端布局状况

(4) 企业营销渠道及品牌经营策略

- 1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪
- 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 3) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪

(5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

10.2.7 地素时尚股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

(3) 企业服装零售产品类型

- 1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌
- 2) 企业服装零售业务生产端布局状况
- 3) 企业服装零售业务销售及应用领域

(4) 企业营销渠道及品牌经营策略

- 1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪
- 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 3) 企业服装零售业务投融资及兼并重组动态追踪

(5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

10.2.8 迪尚集团有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

(3) 企业服装零售产品类型

- 1) 企业服装零售业务生产端布局状况

## 2) 企业服装零售业务销售及应用领域

### (4) 企业营销渠道及品牌经营策略

## 1) 企业服装零售渠道/品牌经营动态

## 2) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪

### (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

## 10.2.9 浙江森马服饰股份有限公司

### (1) 企业发展历程及基本信息

## 1) 企业发展历程

## 2) 企业基本信息

## 3) 企业股权结构

### (2) 企业业务架构及经营情况

## 1) 企业整体业务架构

## 2) 企业整体经营情况

### (3) 企业服装零售产品类型

## 1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

## 2) 企业服装零售业务生产端布局状况

## 3) 企业服装零售业务销售及应用领域

### (4) 企业营销渠道及品牌经营策略

## 1) 企业服装零售业务科研投入及创新成果追踪

## 2) 企业服装零售渠道/品牌经营动态

### (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

## 10.2.10 江苏阳光集团有限公司

### (1) 企业发展历程及基本信息

## 1) 企业发展历程

## 2) 企业基本信息

## 3) 企业股权结构

### (2) 企业业务架构及经营情况

## 1) 企业整体业务架构

## 2) 企业整体经营情况

### (3) 企业服装零售产品类型

## 1) 企业服装零售产品类型/型号/品牌

## 2) 企业服装零售业务生产端布局状况

- 3) 企业服装零售业务销售及应用领域
  - (4) 企业营销渠道及品牌经营策略
- 1) 企业服装零售渠道/品牌经营动态
- 2) 企业服装零售业务其他相关布局动态追踪
  - (5) 企业服装零售业务发展优劣势分析

## 第11章：中国服装零售行业市场前景预测及发展趋势预判

- 11.1 中国服装零售行业SWOT分析
- 11.2 中国服装零售行业发展潜力评估
  - 11.2.1 中国服装零售行业生命发展周期
  - 11.2.2 中国服装零售行业发展潜力评估
- 11.3 中国服装零售行业发展前景预测（未来5年数据预测）
- 11.4 中国服装零售行业发展趋势预判（疫情影响等）
  - 11.4.1 中国服装零售行业市场竞争趋势
  - 11.4.2 中国服装零售行业技术创新趋势
  - 11.4.3 中国服装零售行业细分市场趋势

## 第12章：中国服装零售行业投资战略规划策略及建议

- 12.1 中国服装零售行业进入与退出壁垒
- 12.2 中国服装零售行业投资风险预警
- 12.3 中国服装零售行业投资价值评估
- 12.4 中国服装零售行业投资机会分析
  - 12.4.1 行业细分市场投资机会
    - (1) 女装市场
    - (2) 男装市场
    - (3) 童装市场
    - (4) 体育服装市场
  - 12.4.2 产业空白点投资机会
- 12.5 中国服装零售行业投资策略与建议
- 12.6 中国服装零售行业可持续发展建议

## 图表目录

图表1：零售业图示

图表2：零售业分类情况

图表3：服装零售业图示

图表4：服装零售业业态分类情况

图表5：服装零售业类型分类情况

图表6：《国民经济行业分类与代码》中服装零售业行业归属

图表7：服装零售专业术语说明

图表8：本报告研究范围界定

图表9：本报告权威数据资料来源汇总

图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表11：中国服装零售行业监管体系

图表12：中国服装零售行业主管部门

图表13：中国服装零售行业自律组织

图表14：截至2022年中国服装零售行业发展政策汇总

图表15：截至2022年中国服装零售行业发展规划汇总

图表16：政策环境对服装零售行业发展的影响总结

图表17：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表18：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%）

图表19：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）

图表20：2019-2022年中国PPI变化情况（单位：%）

图表21：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表22：部分国际机构对2022-2023年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表23：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表24：2017-2021年中国GDP与服装零售行业市场规模相关性

图表25：2017-2021年中国社会消费品零售总额与服装零售行业市场规模相关性

图表26：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，&permil;）

图表27：2010-2021年中国人口性别结构（单位：%）

图表28：2010-2021年中国城镇单位就业人员平均工资及增速（单位：元，%）

图表29：2016-2022年H1中国网民规模与普及率情况（单位：亿人，%）

图表30：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表31：2013-2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表32：2021年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）

图表33：2021年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）

图表34：2021年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）

图表35：社会环境对服装零售行业发展的影响总结

图表36：中国服装零售行业供应链技术转型

图表37：全渠道全供应链一体化模式

图表38：3D虚拟试衣技术

图表39：技术环境对服装零售行业发展的影响总结

图表40：新冠疫情对服装零售业供给的影响

图表41：新冠疫情对服装零售业消费的影响

图表42：全球服装零售行业发展历程

图表43：2016-2021年全球服装零售量（单位：亿件，%）

图表44：2021年全球服装零售量的区域分布情况（单位：亿件，%）

图表45：2017-2021年全球服装零售行业市场规模（单位：亿美元）

图表46：2017-2021年全球服装零售细分产品市场规模（单位：亿美元）

图表47：2021年全球服装零售细分产品品类规模与占比情况（单位：亿美元，%）

图表48：2021年全球服装零售行业TOP10公司市场份额情况（单位：%）

图表49：2021年全球服装零售行业TOP10品牌市场份额情况（单位：%）

图表50：日本迅销集团简介

图表51：2017-2022财年日本迅销集团经营业绩情况（单位：亿日元）

图表52：2022财年日本迅销集团主营构成（单位：亿日元，%）

图表53：日本迅销集团服装零售业务布局情况

图表54：2022财年日本迅销集团区域销售收入分布（单位：亿日元，%）

图表55：2022财年日本迅销集团销售网络布局情况（单位：家）

图表56：ZARA公司简介

图表57：2017-2022年Inditex集团经营业绩情况（单位：亿欧元）

图表58：2021年Inditex集团主营构成（单位：亿欧元，%）

图表59：2021年Inditex集团服装零售业务布局情况

图表60：2021年Inditex集团区域销售收入分布（单位：%）

图表61：2019-2021年Inditex集团销售网络布局情况

图表62：全球服装零售行业发展趋势预判

图表63：2022-2027年全球服装零售行业市场前景预测（单位：亿美元）

图表64：2021-2022年中国服装零售行业发展特点

图表65：中国服装零售行业市场特性

图表66：2010-2022年中国服装零售行业新增生产企业数量（单位：家）

图表67：2017-2021年中国服装行业规模以上企业产量水平分析（单位：亿件）

图表68：2016-2021年中国服装销售市场规模（单位：亿元）

图表69：2016-2020年中国限额以上服装零售业企业数量（单位：家）

图表70：2016-2020年中国限额以上服装零售业企业年末从业人数（单位：人）

图表71：2016-2020年中国限额以上服装零售业企业销售额（单位：亿元）

图表72：2016-2020年中国限额以上服装零售业企业营业收入（单位：亿元）

图表73：2016-2020年中国限额以上服装零售业企业资产总计（单位：亿元）

图表74：中国服装零售行业进出口商品名称及HS编码

图表75：2017-2022年中国服装零售行业进出口贸易概况（单位：亿美元）

图表76：2017-2022年中国服装零售行业进口贸易规模（单位：亿美元）

图表77：2017-2022年中国服装零售行业进口产品结构（单位：%）

图表78：2017-2022年中国服装零售行业出口贸易规模（单位：亿美元）

图表79：2017-2022年中国服装零售行业出口产品结构（单位：%）

图表80：中国服装零售行业进出口贸易影响因素及发展趋势分析

图表81：中国服装零售行业市场发展痛点分析

图表82：中国零售业态演变历程

图表83：2014-2021年购物中心开业数量及同比增减情况（单位：家，%）

图表84：中国主要电商模式

图表85：2017-2022年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表86：2019-2021年中国限额以上单位零售分业态同比增长情况（单位：%）

图表87：2021年中国限额以上单位商品零售额同比增速（单位：%）

图表88：中国“新零售”关系代表

图表89：2022年中国Z时代消费特点（单位：%）

图表90：《电子商务法》监管亮点

图表91：DCT模式

图表92：服装DTC模式

图表93：服装DCT模式下价值链重组

图表94：服装零售新业态渠道布局

图表95：中国服装零售行业线下门店运营案例

图表96：2021年中国服装零售业态市场份额占比情况（单位：%）

- 图表97：中国服装零售业现有业态局限性分析
- 图表98：中国服装零售业业态创新驱动动力分析
- 图表99：中国服装零售业业态创新与发展趋势分析
- 图表100：2016-2021年中国专卖店服装零售的占比情况（单位：%）
- 图表101：2022年上半年中国服装行业企业闭店情况分析
- 图表102：2021年中国服装零售业专卖品牌店模式代表企业分析
- 图表103：中国专卖品牌店模式的优劣势分析
- 图表104：中国专卖品牌店模式发展趋势分析
- 图表105：2016-2021年中国大卖场服装零售的占比情况（单位：%）
- 图表106：中国大卖场服装零售业态的运营特征分析
- 图表107：中国大卖场服装零售业态的SWOT分析
- 图表108：中国大卖场服装零售业态发展趋势分析
- 图表109：2016-2021年中国百货店服装零售的占比情况（单位：%）
- 图表110：中国百货店服装零售特点分析
- 图表111：中国百货店零售业态的SWOT分析
- 图表112：2016-2021年中国服装鞋帽、针纺织品网上零售总额及变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表113：2020-2021年中国服装零售代表性公司线上收入占比情况（单位：%）
- 图表114：中国服装电商模式的SWOT分析
- 图表115：中国服装电商模式发展趋势分析
- 图表116：消费者决策满意度的影响因素分析
- 图表117：网络消费者决策流程模型顾客消费过程
- 图表118：影响消费者购买决策过程的因素
- 图表119：提高服装电商顾客满意度的建议
- 图表120：中国服装零售行业四大O2O模式分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/375276.html>