

2024-2030年中国服装市场 深度评估与战略咨询报告

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年中国服装市场深度评估与战略咨询报告》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/202407/463797.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国服装市场深度评估与战略咨询报告》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：中国服装行业发展环境分析

1.1 服装行业定义及分类

1.1.1 服装行业定义及分类

1.1.2 服装行业统计分类

1.2 服装行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

1.2.2 经济环境分析

1.2.3 社会环境分析

1.2.4 行业发展环境综合分析

1.3 服装面料市场分析

1.3.1 服装面料主要产品构成

1.3.2 服装面料主要产品市场分析

第2章：全球服装制造业发展分析

2.1 全球服装制造业发展现状

2.1.1 全球服装制造业发展规模

2.1.2 全球制造业劳动成本

2.1.3 全球服装制造业总体区域格局

2.1.4 全球服装制造业总体企业格局

2.2 全球服装市场需求分析

2.2.1 全球服装总体需求特点

2.2.2 全球服装市场需求结构

2.2.3 全球服装行业发展前景

- 2.2.4 全球服装市场需求趋势
- 2.3 全球服装制造业主要地区分析
 - 2.3.1 美国纺织服装市场分析
 - 2.3.2 英国纺织服装市场分析
 - 2.3.3 意大利纺织服装市场分析
 - 2.3.4 德国纺织服装市场分析
 - 2.3.5 法国纺织服装市场分析
 - 2.3.6 日本纺织服装市场分析
- 2.4 全球服装制造业主要细分产品市场分析
 - 2.4.1 全球衬衫市场分析
 - 2.4.2 全球西服市场分析
 - 2.4.3 全球T恤市场分析
 - 2.4.4 全球牛仔裤市场分析
- 2.5 全球服装制造产业发展影响因素
 - 2.5.1 经济因素
 - 2.5.2 政策因素
 - 2.5.3 税收因素
- 2.6 全球服装制造产业发展趋势
 - 2.6.1 多元化步伐加快，服装企业面临大变局
 - 2.6.2 快速时尚品牌陨落，可持续性时尚成为主流
 - 2.6.3 企业并购提速，全球性品牌数量上涨
 - 2.6.4 柔性供应链融入设计生产销售环节
 - 2.6.5 服装产业与其他热门产业融合趋势

第3章：中国服装行业发展现状分析

- 3.1 中国服装行业发展状况分析
 - 3.1.1 中国服装行业发展历程
 - 3.1.2 中国服装行业发展主要特点
- 3.2 中国服装行业发展现状
 - 3.2.1 服装行业规模现状分析
 - 3.2.2 服装行业经营情况分析
- 3.3 服装行业供需平衡分析

- 3.3.1 全国服装行业供给情况分析
- 3.3.2 全国服装行业需求情况分析
- 3.3.3 中国服装行业的产销率分析

第4章：重点地区服装行业发展分析

4.1 广东省服装行业发展分析

- 4.1.1 广东省服装行业发展规划及配套措施
- 4.1.2 广东省服装行业在行业中的地位变化
- 4.1.3 广东省服装行业经济运行状况分析
- 4.1.4 广东省服装产业集群分布情况

4.2 浙江省服装行业发展分析

- 4.2.1 浙江省服装行业发展规划及配套措施
- 4.2.2 浙江省服装行业在行业中的地位变化
- 4.2.3 浙江省服装行业经济运行状况分析
- 4.2.4 浙江省服装产业集群分布情况

4.3 江苏省服装行业发展分析

- 4.3.1 江苏省服装行业发展规划及配套措施
- 4.3.2 江苏省服装行业在行业中的地位变化
- 4.3.3 江苏省服装行业经济运行状况分析
- 4.3.4 江苏省服装产业集群分布情况

4.4 福建省服装行业发展分析

- 4.4.1 福建省服装行业发展规划及配套措施
- 4.4.2 福建省服装行业在行业中的地位变化
- 4.4.3 福建省服装行业经济运行状况分析
- 4.4.4 福建省服装产业集群分布情况

4.5 山东省服装行业发展分析

- 4.5.1 山东省服装行业发展规划及配套措施
- 4.5.2 山东省服装行业在行业中的地位变化
- 4.5.3 山东省服装行业经济运行状况分析
- 4.5.4 福建省服装产业集群分布情况

第5章：中国服装行业市场竞争分析

5.1 国内服装行业竞争格局分析

5.1.1 不同性质企业间的竞争格局

5.1.2 不同区域间的竞争格局分析

5.2 外资服装品牌在中国的扩张分析

5.2.1 国际服装品牌竞争力状况

5.2.2 外资品牌在中国的布局分析

5.2.3 外资品牌的扩张风险分析

5.3 服装行业竞争结构分析

5.3.1 现有企业间的竞争分析

5.3.2 行业潜在进入威胁分析

5.3.3 供应商议价能力分析

5.3.4 下游客户议价能力

5.3.5 服装行业竞争环境小结

第6章：中国服装行业并购整合分析

6.1 服装行业并购整合情况

6.1.1 行业并购总体情况

6.1.2 中国服装行业并购情况

6.2 服装行业并购整合动因分析

6.2.1 实现多品牌战略

6.2.2 通往高端化、国际化

6.2.3 巩固、提升市场地位

6.2.4 借壳上市

6.3 服装行业并购整合特征分析

6.3.1 企业并购以股权收购为主

6.3.2 战略并购为主，追求协同效应

6.3.3 海外并购企业以资本雄厚的上市公司为主

6.3.4 企业通过并购转型升级

第7章：中国服装行业国际贸易市场分析

7.1 服装行业国际贸易政策环境分析

7.1.1 中国纺织服装行业对外贸易政策分析

- 7.1.2 主要国家对华纺织品贸易政策分析
- 7.1.3 国际服装行业贸易政策趋势展望
- 7.2 中国服装行业出口形势分析
 - 7.2.1 我国服装行业进出口总体情况
 - 7.2.2 服装进出口情况分析
 - 7.2.3 主要出口目的国分析
 - 7.2.4 主要出口产品分析
- 7.3 中国纺织服装行业海外营销策略分析
 - 7.3.1 纺织服装企业海外市场营销策略分析
 - 7.3.2 海外市场营销案例分析——森马服饰

第8章：中国服装行业主要产品市场分析

- 8.1 按消费人群划分的细分产品市场分析
 - 8.1.1 中国男装市场发展分析
 - 8.1.2 中国女装市场发展分析
 - 8.1.3 中国童装市场发展分析
- 8.2 按穿着场合划分的细分产品市场分析
 - 8.2.1 中国休闲服市场分析
 - 8.2.2 中国运动服市场分析
- 8.3 中国内衣及其细分产品市场分析
 - 8.3.1 中国内衣市场分析
 - 8.3.2 中国文胸市场分析
 - 8.3.3 中国内裤市场分析
 - 8.3.4 中国保暖内衣市场分析
 - 8.3.5 中国塑身内衣市场分析
 - 8.3.6 中国家居服市场分析
- 8.4 中国袜业市场分析
 - 8.4.1 袜业市场规模
 - 8.4.2 大唐袜业指数分析
 - 8.4.3 袜业出口分析
 - 8.4.4 袜业市场竞争分析
 - 8.4.5 袜业市场营销渠道分析

8.4.6 袜业市场消费者行为分析

第9章：中国服装行业发展趋势与前景预测

9.1 服装行业竞争趋势

9.2 服装行业并购整合趋势

9.2.1 并购规模：并购将继续保持活跃状态

9.2.2 并购主体：品牌服装将成为行业并购的主体

9.2.3 并购方式：继续上演大鱼吃小鱼

9.3 主要产品市场发展趋势与前景预测

9.3.1 男装市场发展趋势

9.3.2 女装市场发展趋势

9.3.3 童装市场发展趋势与前景

9.3.4 休闲服市场发展趋势与前景

9.3.5 运动服市场发展趋势与前景

9.3.6 内衣市场发展趋势与前景

9.3.7 其他服装产品发展趋势

第10章：典型服装企业商业模式案例分析

10.1 传统模式下企业面临的问题分析

10.2 中国服装行业SPA模式分析

10.2.1 服装业SPA模式发展

10.2.2 SPA模式的运作特点

10.2.3 SPA模式案例一：ZARA商业模式分析

10.2.4 SPA模式案例二：H&M商业模式分析

10.2.5 SPA商业模式小结

10.3 中国服装行业虚拟经营模式分析

10.3.1 虚拟经营实质与特征

10.3.2 服装行业虚拟经营必要性

10.3.3 案例一：耐克虚拟经营模式分析

10.3.4 案例二：李宁虚拟经营模式分析

10.3.5 虚拟经营模式小结

10.3.6 实施虚拟经营的策略建议

10.4 服装行业价值链延展模式分析

10.4.1 价值链延展模式特征

10.4.2 案例：雅戈尔全产业链模式分析

10.4.3 价值链延展模式小结

10.4.4 价值链延展模式运作策略

10.5 服装行业电子商务模式分析

10.5.1 中国服装电子商务发展历程

10.5.2 案例一：“凡客”模式分析

10.5.3 案例二：“七匹狼”模式分析

10.5.4 服装B2C模式运作策略与建议

图表目录

图表1：项目所属的国民经济行业分类

图表2：服装产品的分类

图表3：服装行业国家标准汇总

图表4：我国纺织服装行业相关政策汇总

图表5：2013-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表6：2013-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元）

图表7：2013-2021年中国居民人均消费支出额（单位：万元）

图表8：2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表9：2014-2021年全国居民人均衣着消费支出（单位：元，%）

图表10：2011-2021年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）

图表11：2021年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表12：服装行业发展环境影响分析

图表13：服装纺织物定义内容

图表14：不同分类方法下的服装面料

图表15：2013-2021年我国布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表16：2021年全国布产量分省市情况（前十位）（单位：%）

图表17：2017-2021年中国棉花生产情况（单位：万吨）

图表18：2017-2021年中国羊毛生产情况（单位：万吨）

图表19：2017-2021年中国合成纤维生产情况（单位：万吨）

图表20：2013-2021年全球服装市场规模（单位：十亿美元，%）

图表21：2017-2021年全球部分国家制造业劳动成本变化情况（单位：美元/小时）

图表22：全球纺织服装制造业产业变迁史

图表23：全球服装企业发展模式

图表24：全球服装企业运营模式

图表25：2020全球最具价值服饰品牌Top10

图表26：全球各地服装市场特点

图表27：2022-2027年全球服装市场规模预测（单位：十亿美元）

图表28：2019-2021年美国主要服装类进口区域进口情况（单位：亿美元，%）

图表29：2021年美国纺织服装进口国别分布（单位：%）

图表30：2011-2021年德国纺织品和服装市场规模（单位：十亿欧元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202407/463797.html>