艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国服装行业市场需求及投资前景分析报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2015-2020年中国服装行业市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址： https://www.icandata.com/view/269979.html

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联 系 人 ： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一部分 服装行业发展情况分析
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
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

第二章 2014-2015年中国服装业运行情况分析
第一节 2014年我国服装行业经济运行情况分析
一、2014年服装行业景气情况
二、2014年服装市场运行情况
三、2014年服装行业进出口情况
四、2014年服装行业投资情况
五、2014年服装行业经营情况
第二节 2015年我国服装行业经济运行情况分析
一、2015年服装市场运行情况
二、2015年服装行业进出口情况
三、2015年服装行业投资情况
四、2015年服装行业经营情况

第三章 2015年中国纺织服装业发展情况预测
第一节 2015年中国纺织服装业政策环境分析
一、《关于印发重点跟踪培育服装家纺自主品牌企业名单的通知》
二、《商务部关于促进中国品牌消费的指导意见》
三、《服装生产企业安全生产标准化评定标准》

四、2015年"中国服装成长型品牌"和"中国服装优秀渠道品牌"
第二节 2015年中国纺织服装业发展环境分析
一、2015年服装中报业绩现大面积负增长
二、2015年库存状况改善 国内服装企业思变
第三节 2015年中国纺织服装业发展情况预测
一、供求预测
二、进出口预测
三、经营绩效预测
第二部分 服装行业细分市场分析
第四章 主要细分产品市场分析
第一节 女装
一、中国女装消费主体
二、2015-2020年女装市场发展前景分析
三、2015-2020年中国女装行业发展趋势
四、2015-2020年中国女装行业竞争格局趋势
五、2015-2020年中国高级女装品牌发展趋势
六、2015-2020年中国高级女装市场发展趋势
第二节 男装
一、2014年男装行业的形势特点
二、男装产业集群效应显著
三、男装市场前景良好
四、男装产业的发展趋势
第三节 童装
一、2014年童装行业发展分析
二、童装行业的现状与未来解析
三、2015年童装行业市场需求逐步增大
四、2015年童装行业发展趋势解析
五、2015年儿童服装行业或将呈现上升态势
第四节 内衣
一、中国内衣行业发展回顾
二、2014年中国内衣行业发展特征
三、中国内衣产业生命周期分析

四、中国内衣行业大范围的产业集群
五、中国内衣行业发展前景预测
六、我国内衣业市场潜力巨大
七、未来中国女性内衣市场发展空间巨大
第五节 运动服装
一、2014年运动服装市场分析
二、2014年运动服企遭遇关店潮
三、2014年国际运动服装中国市场竞争分析
四、2014年本土运动装企业市场竞争分析
五、2015年运动品牌加快门店形象升级
六、2015年运动服生命周期
七、2015-2020年全球运动服装市场预测
第六节 羽绒服装
一、我国羽绒服销量连续四年下降
二、我国羽绒服产业质量发展透视
三、2015年羽绒服企业市场环境分析
第七节 休闲服装
一、现阶段休闲服产业概述
二、休闲时尚将成为未来主流
三、2014年休闲服饰品牌业绩低迷
第八节 职业装
一、我国职业装市场分析
二、2015年中国职业装市场前景预测分析
第三部分 产业集群及主要省市发展情况分析
第五章 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 中国纺织服装产业集群的合纵与连横
一、联盟的理论依据

二、联盟的内在动力
三、联盟的条件、目标和任务(案例分析)
四、联盟的实践
五、产业联盟的挑战
第三节 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
第四节 我国纺织服装产业外向型转移的现实权衡
一、产业转移暗潮涌动
二、生产投资须因地制宜
三、外向型转移引人深思

第六章 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、"十二五"江苏服装产业发展回顾
三、"十三五"期间江苏省服装行业发展战略
四、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势
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、温州本土服装品牌积极开拓全国市场
三、温州服装行业结构调整方向及对策
四、"十三五"期间浙江省服装行业发展战略
第三节 广东省
一、"十二五"广东服装业：产业集群双转移
二、2015年珠三角服装业面临新挑战"链竞争"凸显
三、广东省服装企业技术创新发展的对策研究
四、2015年深圳服装业发展分析

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、2015年上海纺织服装进口分析
第五节 福建省
一、2015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、2015年福建省石狮市全面提升纺织服装产业质量
第六节 湖南省服装产业发展情况分析
一、"十二五"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
三、2015年打造湖南纺织服装千亿产业
第四部分 服装市场营销分析
第七章 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、2014年中国城乡居民收入分析
三、2014年居民消费价格总水平环比升情况
四、2014年社会消费品零售总额
五、消费升级对中国纺织服装行业的影响
六、服装业如何满足90后的个性化消费
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

第八章 服装销售渠道与营销策略分析

第一节 2015年我国服装商业发展概况

一、服装零售业商业开发快速发展

二、2015年纺织服装行业需要寻求新商业模式

三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式

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发展策略

五、服装流通渠道变化的因素

第三节 中国服装电子商务渠道分析

一、2014年国内服装网购交易规模

二、1996-2014年中国服装的电商之路

三、传统服装企业开展电子商务的渠道

第四节 中国纺织服装专业市场分析

一、2015年服装专业市场分析

二、服装专业市场转型势在必行

第五节 服装批发市场分析

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

第六节 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
十一、服装购买的特点
第七节 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
第八节 供应链管理下的服装企业库存研究
一、供应链管理下服装企业库存研究的概述
二、当前服装企业库存管理中存在的问题
三、从加强供应链管理的角度提高服装企业的库存管理水平
第五部分 服装行业竞争格局分析
第九章 服装行业竞争情况分析
第一节 2013-2015年服装行业竞争情况分析
一、2014年服装上市公司竞争格局
二、2015年服装零售业争夺年中市场
三、2015年全国服装品牌份额
四、2015年中国服装产业全球竞争份额
五、2015年服装业争相实施国际化发展战略
六、2015年我国服装集群竞争优势将再造
第二节 2014年服装行业全国百强企业名单
一、2014年度服装业产品销售收入百强企业名单
二、2014年度服装行业利润总额百强企业名单
三、2014年度服装行业销售利润率百强企业名单
第三节 2015年我国服装产业竞争力提升策略研究
一、相关文献综述
二、技术创新对产业竞争力作用机理分析
三、技术创新对服装业竞争力影响的实证研究
四、提升中国服装产业竞争力的对策

第十章 服装业领先企业分析
第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第三节 福建七匹狼实业股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第四节 九牧王股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第五节 浙江森马服饰股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第六节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第七节 江苏红豆实业股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第八节 希努尔男装股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第九节 浙江步森服饰股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第十节 朗姿股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2015年企业经营情况分析
四、2013-2015年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第六部分 服装行业趋势及战略分析
第十一章 2015-2020年服装行业发展趋势分析
第一节 2015-2020年服装业发展主要趋势
一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈
二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变

三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免
四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新
五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者
六、产业供应链发展趋势条件更加成熟
七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势
八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代
九、企业战略发展和现代管理发展趋势
第二节 2015-2020年中国服装产业机遇与挑战
一、服装产业面临的机遇
二、服装产业面临的挑战
三、中国服装业发展的困惑
四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮
第三节 2015-2020年中国服装行业发展指南
一、"十三五"服装行业面临的环境
二、"十三五"中国服装行业科技发展指南
三、"十三五"服装行业发展重点
四、12省区将纺织服装列为"十三五"发展重点
五、我国《纺织工业"十三五"发展规划》发布

第十二章 2015-2020年服装行业发展策略分析
第一节 促进服装鞋帽企业转型升级的建议
一、服装鞋帽业转型升级基础
二、外国服装鞋帽企业转型升级的经验
三、我国服装鞋帽企业转型升级的模式与存在的问题
四、促进服装鞋帽企业转型升级的政策建议
第二节 我国中小纺织服装企业发展战略研究
一、我国中小纺织服装企业面临的现状
二、对我国中小纺织服装企业进行SWOT分析
三、我国中小纺织服装企业的发展对策
第三节 企业文化在增强中国服装企业竞争力方面的作用
一、企业文化与企业竞争力的关系
二、中国服装企业发展面临的问题

三、企业文化在增强中国服装企业竞争力的作用

第四节 借力移动信息化助推服装业升级

一、服装业从信息化向移动信息化的跨越

二、服装生产领域移动信息化解决方案

三、服装销售领域移动信息化解决方案

第五节 中国服装商业历程及发展战略启思

一、二十年中国服装业的历程

二、网络竞胜的主体格局

三、终端竞胜与品牌符号的颂歌

四、主题经营与特色经营

第六节 产业危机下的服装产业发展研究——以大连地区为例

一、以新技术提升产业发展空间

二、系列化品牌与个性品牌共同发展

三、思维创新带来产业持续发展的动力

四、服装产业集群的区域性特色化发展

五、国际化的合作与国际性的发展相契合

第十三章 2015-2020年中国服装业的品牌战略分析

第一节 中国服装品牌发展现状

一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年

二、中国服装品牌生命周期

三、国际品牌淹没中国品牌

四、2015年品牌发展成纺织服装行业共识

五、"十三五"中国服装品牌发展目标

第二节 本土服装品牌"洋化"现象原因及利弊分析

一、洋化现象原因分析

二、洋化现象利弊分析

第三节 中国服装品牌发展战略

一、中国服装必须走品牌创新之路

二、服装品牌的精神

三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解

四、中国服装品牌发展应从细微处做起

五、应对国际服装品牌的战略
第四节 服装企业品牌定位策略
一、品牌的产品属性定位
二、品牌的名称设置
三、品牌的消费群体定位
四、消费群体的购买习惯定位
五、消费群体的文化层次定位
六、品牌的风格及文化定位
七、品牌的营销定位
八、在品牌的定位过程中应注意的问题
第五节 中小服装品牌渠道突围路线图
一、中小服装品牌的实体渠道困境
二、中小服装品牌电商演进史
三、打胜突围之战

第十四章 2015-2020年中国服装业投资策略分析
第一节 服装业投资特性分析
一、2015年服装行业景气情况
二、2015年服装行业投资预测
三、服装行业进入壁垒和退出机制分析
四、中国服装出口的主要贸易壁垒
五、服装业的主要风险
第二节 服装行业投资前景分析
一、服装行业投资前景分析
二、快时尚成为服装行业前景分析
三、防静电服装市场前景看好
四、针织服装发展新趋势分析
五、智能服装的时尚化通道
六、我国纺织服装业投资出现沿海向内陆梯度转移趋势

详细请访问：https://www.icandata.com/view/269979.html

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 http://www.stats.gov.cn

中华人民共和国国家工商行政管理总局 http://www.saic.gov.cn

中华人民共和国海关总署 http://www.customs.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

中国证券监督管理委员会 http://www.csrc.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

世界贸易组织 https://www.wto.org

联合国统计司 http://unstats.un.org

联合国商品贸易统计数据库 http://comtrade.un.org

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。