

2025-2031年中国服装市场 前景研究与前景趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2025-2031年中国服装市场前景研究与前景趋势报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/202411/05-627280.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

服装业是创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业，也是集中体现人类文化创意、技术进步和时代变迁的创新型产业，在提高人民生活质量、发展国家经济、促进社会文化进步等方面发挥着重要作用。

2024年1-12月，我国服装行业规模以上(年主营业务收入2024万元及以上)企业12653家，实现营业收入14823.36亿元，同比增长6.51%；利润总额767.82亿元，同比增长14.41%，增速比1-11月加快1.77个百分点；营业收入利润率为5.18%，比上年同期提高0.36个百分点。行业运行质量有所改善，但是压力依然较大。1-12月，服装行业规模以上企业总资产周转率和应收票据及应收账款周转率分别为1.29次/年和8.08次/年，同比分别加快3.04%和3.01%；而营业成本同比增长6.38%，三费比例比上年同期提高0.01个百分点，产成品周转率同比下降2.28%。2024年1-12月，服装行业规模以上企业13219家，累计营业收入14539亿元，同比下降4.6%；利润总额764亿元，同比下降6.3%；利润率5.3%，同比增长0.1个百分点；行业亏损面19.4%，同比扩大0.9个百分点。服装产量232亿件，同比下降3.4%。行业平均用工人数233万人，比上年同期下降7.4%。1-12月，服装及衣着附件出口1754亿美元，同比增长3.2%，服装出口1551亿美元，同比增长6.4%。

“十四五”的开局之年，天津、江苏、浙江、江西、湖北等地重视纺织服装产业的重要地位，各地政府蓄势改造升级纺织服装产业，对未来五年的产业发展做出了重大部署。如江苏提出推动纺织等优势传统产业高端化、智能化、绿色化发展，支持企业兼并重组，加快淘汰落后产能，有序出清僵尸企业；浙江将打造现代纺织和服装等世界级先进制造业集群、一批年产值超千亿元的优势制造业集群和百亿级的“新星”产业群；陕西省将积极推动纺织产业技术改造和转型升级，实现高端化、智能化、绿色化发展，促进智能建筑与新型建筑工业化协同发展等。

内需扩大和消费升级将是中国纺织服装行业发展的最大动力，城乡居民收入增长、新型城镇化建设以及二孩政策全面实施等发展红利和改革红利叠加，将推动升级型纺织品消费增长，未来国内的服装消费将迎来黄金增长期。

产业研究报告网发布的《2025-2031年中国服装市场前景研究与前景趋势报告》共二十二章。首先介绍了国际国内服装行业的现状和中国纺织服装制造行业的财务状况，接着对中国服装市场的运行情况、服装加工业的发展以及部分地区服装行业发展情况进行了详实地分析，然后具体介绍了女装、男装、童装、内衣、休闲装、运动装、羽绒服、职业装的发展。随后，报告对服装行业做了进出口分析、市场竞争分析、营销分析、上市公司运营状况分析，最后重点解析了服装行业的投资状况，并科学预测了其未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产

业研究报告网市场调查中心、中国服装协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对服装产业有个系统深入的了解、或者想投资服装行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2020-2024年国际服装行业分析

1.1 国际服装行业发展状况

1.1.1 全球服装行业运行情况

1.1.2 全球服装细分行业发展

1.1.3 全球服装国际贸易情况

1.1.4 全球服装龙头企业市值

1.2 美国

1.2.1 美国服装发展阶段分析

1.2.2 美国服装市场运行情况

1.2.3 美国服装进口情况分析

1.2.4 疫情对美国服装市场影响

1.3 韩国

1.3.1 韩国服装市场发展经验

1.3.2 韩国服装行业发展结构

1.3.3 韩国服装行业政策动态

1.3.4 在中国市场的发展策略

1.4 日本

1.4.1 日本服装产业发展特点

1.4.2 日本纺织服装行业现状

1.4.3 日本服装进口贸易分析

1.4.4 日本服饰品牌布局海外

1.4.5 日本服装企业竞争战略

1.5 其他国家和地区

1.5.1 巴基斯坦

1.5.2 英国

1.5.3 越南

第二章 2020-2024年中国服装行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 行业相关标准实施

2.1.2 行业相关影响法规

2.1.3 地方相关规划布局

2.2 经济环境

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业运行情况

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 宏观经济展望

2.3 社会环境

2.3.1 人口规模情况

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 社会消费规模

2.4 技术环境

2.4.1 服装行业技术水平分析

2.4.2 服装行业主要技术发展

2.4.3 服装行业技术特点总结

第三章 2020-2024年中国服装行业深度分析

3.1 中国服装行业发展背景综述

3.1.1 产业链发展分析

3.1.2 产业发展水平分析

3.1.3 外贸市场格局变化

3.1.4 国内消费结构变化

3.1.5 行业发展特点分析

3.2 2020-2024年中国服装行业运营状况分析

3.2.1 行业企业数量

3.2.2 行业产量规模

3.2.3 行业销售规模

- 3.2.4 行业经营效益
- 3.3 2020-2024年中国服装业产业集群解析
 - 3.3.1 产业集群面临机遇
 - 3.3.2 产业集群面临挑战
 - 3.3.3 产业集群发展概况
 - 3.3.4 集群发展影响因素
 - 3.3.5 产业集群发展战略
- 3.4 服装行业品牌发展分析
 - 3.4.1 服装品牌发展特点
 - 3.4.2 服装奢侈品牌发展
 - 3.4.3 本土品牌发展分析
 - 3.4.4 本土品牌发展策略
- 3.5 中国服装行业发展面临的问题分析
 - 3.5.1 行业面临困境
 - 3.5.2 行业存在问题
 - 3.5.3 行业发展难题
 - 3.5.4 产业升级障碍
- 3.6 中国服装行业发展策略分析
 - 3.6.1 行业发展对策建议
 - 3.6.2 行业对应解决措施
 - 3.6.3 品牌价值提升战略
 - 3.6.4 产业升级对策分析

第四章 2020-2024年中国纺织服装、服饰行业财务状况

- 4.1 中国纺织服装、服饰行业经济规模
 - 4.1.1 2020-2024年纺织服装、服饰业销售规模
 - 4.1.2 2020-2024年纺织服装、服饰业利润规模
 - 4.1.3 2020-2024年纺织服装、服饰业资产规模
- 4.2 中国纺织服装、服饰行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2020-2024年纺织服装、服饰业销售毛利率
 - 4.2.2 2020-2024年纺织服装、服饰业成本费用利润率
 - 4.2.3 2020-2024年纺织服装、服饰业销售利润率

- 4.3 中国纺织服装、服饰行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2020-2024年纺织服装、服饰业应收账款周转率
 - 4.3.2 2020-2024年纺织服装、服饰业流动资产周转率
 - 4.3.3 2020-2024年纺织服装、服饰业总资产周转率
- 4.4 中国纺织服装、服饰行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2020-2024年纺织服装、服饰业资产负债率
 - 4.4.2 2020-2024年纺织服装、服饰业利息保障倍数
- 4.5 中国纺织服装、服饰行业财务状况综合评价

第五章 2020-2024年中国服装市场发展分析

- 5.1 服装市场发展特征分析
 - 5.1.1 服装消费行为特征
 - 5.1.2 主力消费群体特征
 - 5.1.3 服装消费观念变化
 - 5.1.4 服装消费方式变化
- 5.2 中国纺织服装专业市场运行分析
 - 5.2.1 市场发展态势
 - 5.2.2 市场运行现状
 - 5.2.3 市场景气指数
 - 5.2.4 市场区域结构
 - 5.2.5 市场品类结构
- 5.3 中国纺织服装电子商务市场分析
 - 5.3.1 市场发展状况
 - 5.3.2 市场发展特点
 - 5.3.3 市场交易规模
 - 5.3.4 B2B平稳发展
 - 5.3.5 网络零售规模
 - 5.3.6 专业市场升级

第六章 中国服装加工行业发展分析

- 6.1 中国服装加工业发展综述
 - 6.1.1 行业发展状况

- 6.1.2 成本管理分析
- 6.1.3 企业经营模式
- 6.1.4 主要问题分析
- 6.1.5 转型升级对策
- 6.2 中国服装加工企业智能制造分析
 - 6.2.1 企业智能制造总体架构
 - 6.2.2 企业智能制造重点内容
 - 6.2.3 企业智能制造体系构建
 - 6.2.4 企业智能制造实践动态
 - 6.2.5 企业智能制造发展路径
- 6.3 服装加工数字化生产线构建分析
 - 6.3.1 主要建设背景
 - 6.3.2 总体技术方案
 - 6.3.3 主要组成部分
 - 6.3.4 设备联网功能
 - 6.3.5 管控系统软件
 - 6.3.6 应用影响分析
- 6.4 中国服装加工行业竞争结构分析
 - 6.4.1 产业内现有企业的竞争
 - 6.4.2 潜在进入者的威胁
 - 6.4.3 替代品的威胁
 - 6.4.4 供应商的议价能力
 - 6.4.5 购买者讨价还价能力
- 6.5 中国服装加工企业内部控制分析
 - 6.5.1 优势 (strength)
 - 6.5.2 劣势 (weakness)
 - 6.5.3 机会 (opportunity)
 - 6.5.4 威胁 (threat)
- 6.6 中国服装加工行业投资风险分析
 - 6.6.1 火灾和爆炸
 - 6.6.2 营业中断风险
 - 6.6.3 机器损坏风险

- 6.6.4 雇主责任风险
- 6.6.5 产品责任风险
- 6.6.6 环境污染风险
- 6.6.7 公众责任风险
- 6.7 中国服装加工行业重点客户实施战略
 - 6.7.1 实施重点客户战略的必要性
 - 6.7.2 合理确立重点客户
 - 6.7.3 重点客户战略管理
 - 6.7.4 重点客户管理功能
- 6.8 服装加工企业GSD标准工时实施路径
 - 6.8.1 传统服装企业主要管理问题
 - 6.8.2 GSD标准工时概念与引进意义
 - 6.8.3 GSD标准工时实施方案
 - 6.8.4 GSD标准工时实施效果

第七章 2020-2024年中国部分地区服装行业发展分析

- 7.1 江苏
 - 7.1.1 纺织服装行业综述
 - 7.1.2 消费市场发展分析
 - 7.1.3 服装产量情况分析
 - 7.1.4 服装品牌发展情况
 - 7.1.5 服装行业出口情况
 - 7.1.6 服装出口升级策略
 - 7.1.7 技术品牌构建策略
- 7.2 浙江
 - 7.2.1 消费市场分析
 - 7.2.2 政策环境分析
 - 7.2.3 服装产量情况
 - 7.2.4 行业发展动态
 - 7.2.5 主要发展问题
 - 7.2.6 产业升级策略
- 7.3 安徽

- 7.3.1 消费市场分析
- 7.3.2 行业发展情况
- 7.3.3 服装产量情况
- 7.3.4 行业发展问题
- 7.3.5 产业发展建议
- 7.3.6 产业发展路径
- 7.4 新疆
 - 7.4.1 行业营收分析
 - 7.4.2 园区发展现状
 - 7.4.3 产业投资状况
 - 7.4.4 产业发展建议
 - 7.4.5 产业发展规划
- 7.5 其它地区
 - 7.5.1 广州
 - 7.5.2 天津
 - 7.5.3 上海
 - 7.5.4 河南
 - 7.5.5 河北
 - 7.5.6 福建

第八章 2020-2024年女装行业发展分析

- 8.1 中国女装行业发展分析
 - 8.1.1 行业发展特点
 - 8.1.2 行业生命周期
 - 8.1.3 行业发展规模
 - 8.1.4 行业区域格局
- 8.2 中国女装市场竞争分析
 - 8.2.1 行业竞争特点分析
 - 8.2.2 女装市场品牌层级
 - 8.2.3 女装品牌研发投入
 - 8.2.4 女装品牌集中度
 - 8.2.5 女装品牌竞争格局

- 8.2.6 高端市场品牌格局
- 8.3 2020-2024年中国女装电商发展分析
 - 8.3.1 女装线上销售情况
 - 8.3.2 女装电商网红效应
 - 8.3.3 女装网购决策因素分析
 - 8.3.4 女装电商优化策略
- 8.4 中国女装行业存在的问题及对策分析
 - 8.4.1 行业突出矛盾
 - 8.4.2 行业发展策略
 - 8.4.3 自主品牌培育
 - 8.4.4 渠道建设策略
 - 8.4.5 内容营销策略
- 8.5 中国女装市场发展展望
 - 8.5.1 女装行业发展趋势
 - 8.5.2 高端女装发展前景
 - 8.5.3 女装产品发展趋势

第九章 2020-2024年男装行业发展分析

- 9.1 2020-2024年国外男装产业发展状况
 - 9.1.1 产业主要发展脉络
 - 9.1.2 市场发展空间
 - 9.1.3 市场集中度分析
 - 9.1.4 男士西装市场分析
 - 9.1.5 国内外男装市场对比
- 9.2 2020-2024年中国男装行业发展状况
 - 9.2.1 行业发展态势
 - 9.2.2 行业发展规模
 - 9.2.3 细分市场规模
 - 9.2.4 线上销售分析
 - 9.2.5 内销价格指数
 - 9.2.6 市场景气指数
 - 9.2.7 市场需求特点

- 9.3 中国男装产业集群分布
 - 9.3.1 中国男装市场分布格局
 - 9.3.2 福建石狮男装产业集群
 - 9.3.3 江苏常熟男装产业集群
 - 9.3.4 浙江温州男装产业集群
 - 9.3.5 浙江宁波男装产业集群
 - 9.3.6 广东惠城男装产业集群
- 9.4 男装市场品牌发展分析
 - 9.4.1 品牌发展格局
 - 9.4.2 品牌竞争力分析
 - 9.4.3 品牌运营模式
 - 9.4.4 品牌创新策略
 - 9.4.5 品牌发展趋势
- 9.5 男装产业竞争格局解析
 - 9.5.1 行业竞争主体分析
 - 9.5.2 行业集中度分析
 - 9.5.3 细分领域竞争情况
 - 9.5.4 男装竞争模式对比
 - 9.5.5 企业核心竞争力
 - 9.5.6 竞争力提升策略
- 9.6 中国男装行业存在问题及对策分析
 - 9.6.1 企业存在问题
 - 9.6.2 市场发展对策
 - 9.6.3 市场销售策略
- 9.7 中国男装行业未来发展分析
 - 9.7.1 行业发展趋势
 - 9.7.2 产业发展方向
 - 9.7.3 市场前景机遇

第十章 2020-2024年童装行业发展分析

- 10.1 2020-2024年童装行业整体发展分析
 - 10.1.1 产业生命周期

- 10.1.2 市场发展特征
- 10.1.3 市场规模分析
- 10.1.4 企业注册状况
- 10.1.5 产业结构分析
- 10.1.6 区域发展格局
- 10.1.7 行业生产特点
- 10.2 2020-2024年中国童装市场竞争格局
 - 10.2.1 市场集中度分析
 - 10.2.2 企业竞争格局
 - 10.2.3 龙头企业情况
 - 10.2.4 品牌规模排名
- 10.3 线上市场发展形势
 - 10.3.1 线上市场份额占比
 - 10.3.2 电商市场销售状况
 - 10.3.3 线上童装设计思路
- 10.4 中大童装市场剖析
 - 10.4.1 中大童装市场需求
 - 10.4.2 中大童装市场状况
 - 10.4.3 中大企业面临的问题
- 10.5 2020-2024年中国童装品牌的发展分析
 - 10.5.1 童装发展品牌市场的背景
 - 10.5.2 童装企业自主品牌的发展
 - 10.5.3 童装品牌细分市场分类
 - 10.5.4 中国童装品牌推广策略
- 10.6 中国童装消费市场剖析
 - 10.6.1 童装营销渠道分析
 - 10.6.2 童装消费的主要特征
 - 10.6.3 影响童装消费的因素
 - 10.6.4 童装消费水平多层次
 - 10.6.5 童装市场消费需求现状
 - 10.6.6 童装个性化消费来临
- 10.7 部分地区童装市场分析

- 10.7.1 青岛市即墨区
- 10.7.2 浙江省织里镇
- 10.7.3 广东省佛山市
- 10.8 童装产业存在的问题及对策
 - 10.8.1 成人化问题
 - 10.8.2 安全健康问题
 - 10.8.3 品牌意识不强
 - 10.8.4 文化底蕴不足
 - 10.8.5 市场发展策略
 - 10.8.6 柔性供应链模式
- 10.9 中国童装行业前景趋势分析
 - 10.9.1 发展前景展望
 - 10.9.2 市场需求趋向
 - 10.9.3 产业发展趋势
 - 10.9.4 疫情影响趋势

第十一章 2020-2024年内衣行业发展分析

- 11.1 2020-2024年国际内衣行业发展分析
 - 11.1.1 行业发展特征
 - 11.1.2 市场消费情况
 - 11.1.3 企业经营情况
 - 11.1.4 运动内衣市场火热
 - 11.1.5 市场发展方向
- 11.2 2020-2024年中国内衣产业发展状况
 - 11.2.1 产业链环节
 - 11.2.2 行业驱动因素
 - 11.2.3 市场发展规模
 - 11.2.4 市场需求状况
 - 11.2.5 区域消费格局
 - 11.2.6 行业发展热点
 - 11.2.7 资本市场动态
 - 11.2.8 高端市场发展

- 11.3 中国盐步内衣指数统计分析
 - 11.3.1 内衣价格总指数
 - 11.3.2 细分品类指数分析
 - 11.3.3 内衣景气指数分析
 - 11.3.4 时尚引领指数分析
 - 11.3.5 盐步内衣发展前景
 - 11.3.6 发展分析与建议
- 11.4 2020-2024年中国内衣市场竞争格局
 - 11.4.1 主要企业品牌
 - 11.4.2 市场集中度分析
 - 11.4.3 跨界布局动态
 - 11.4.4 国际品牌布局
 - 11.4.5 企业商业模式
 - 11.4.6 产业发展集群
- 11.5 内衣细分产品发展分析
 - 11.5.1 针织内衣
 - 11.5.2 保暖内衣
 - 11.5.3 少女内衣
 - 11.5.4 男性内衣
 - 11.5.5 孕妇内衣
- 11.6 部分地区内衣产业分析
 - 11.6.1 浙江
 - 11.6.2 深圳
 - 11.6.3 盐步
- 11.7 中国内衣行业存在问题及对策分析
 - 11.7.1 行业存在问题
 - 11.7.2 企业面临挑战
 - 11.7.3 行业发展策略
 - 11.7.4 经销商资源整合
 - 11.7.5 营运系统策略
 - 11.7.6 企业突围策略
- 11.8 中国内衣市场未来的发展

- 11.8.1 产业升级机遇
- 11.8.2 行业发展趋势
- 11.8.3 模式发展趋势
- 11.8.4 市场定位趋势
- 11.8.5 产品功能趋势

第十二章 2020-2024年休闲装及运动装发展分析

- 12.1 中国休闲装行业发展状况
 - 12.1.1 运营收益状况
 - 12.1.2 重点企业动态
 - 12.1.3 企业商业模式
 - 12.1.4 区域发展格局
 - 12.1.5 企业发展方向
- 12.2 中国主要地区休闲装发展分析
 - 12.2.1 江苏海虞镇
 - 12.2.2 福建石狮市
 - 12.2.3 广东虎门镇
- 12.3 休闲装细分产品发展分析
 - 12.3.1 美式风格休闲服
 - 12.3.2 商务休闲装
 - 12.3.3 时尚休闲装
 - 12.3.4 青春休闲服
- 12.4 运动装市场发展分析
 - 12.4.1 行业发展历程
 - 12.4.2 市场规模分析
 - 12.4.3 行业市场集中度
 - 12.4.4 行业竞争格局
 - 12.4.5 企业市场份额
- 12.5 休闲装面临的问题及发展策略分析
 - 12.5.1 主要发展问题
 - 12.5.2 企业发展问题
 - 12.5.3 品牌定位差异化

12.5.4 企业发展方向

12.6 中国休闲运动服装市场前景趋势

12.6.1 市场发展趋向

12.6.2 产品发展方向

12.6.3 消费趋势分析

12.6.4 时装化发展趋势

12.6.5 高性能发展趋势

第十三章 2020-2024年羽绒服行业发展分析

13.1 中国羽绒服行业概况

13.1.1 行业发展综述

13.1.2 行业发展特点

13.1.3 市场普及率分析

13.1.4 质量监管要求

13.1.5 行业标准进展

13.2 中国羽绒服市场发展分析

13.2.1 产量数据分析

13.2.2 市场规模分析

13.2.3 企业战略定位

13.2.4 市场竞争压力

13.2.5 市场发展态势

13.3 中国羽绒服线上市场销售分析

13.3.1 销售状况回顾

13.3.2 线上销售排行

13.3.3 数字转型方式

13.4 中国羽绒服龙头企业案例分析——波司登

13.4.1 企业发展历程

13.4.2 线上销售情况

13.4.3 企业发展策略

13.4.4 市场营销策略

13.5 中国羽绒服装市场存在的问题

13.5.1 品牌及管理问题

- 13.5.2 产品同质化问题及对策
- 13.5.3 中小品牌面临的挑战
- 13.6 中国羽绒服市场发展趋势
 - 13.6.1 市场需求趋势
 - 13.6.2 面辅料需求提升
 - 13.6.3 产品发展方向

第十四章 2020-2024年职业装行业发展分析

- 14.1 中国职业装行业发展概况
 - 14.1.1 产品特点介绍
 - 14.1.2 行业发展现状
 - 14.1.3 产业链深度合作
 - 14.1.4 衬衫加工业介绍
- 14.2 中国职业装市场分析
 - 14.2.1 职业装市场分类
 - 14.2.2 职业装市场阶段
 - 14.2.3 职业装市场规模
 - 14.2.4 职业装市场特征
 - 14.2.5 职业装细分市场
 - 14.2.6 职业装典型企业
 - 14.2.7 职业工装市场概述
 - 14.2.8 职业工装市场空间
- 14.3 中国职业装品牌分析
 - 14.3.1 品牌发展历程
 - 14.3.2 品牌化必要性
 - 14.3.3 品牌排名状况
 - 14.3.4 品牌建设瓶颈
 - 14.3.5 品牌创新策略
- 14.4 职业装设计的原则及趋势
 - 14.4.1 职业装设计的意义
 - 14.4.2 职业装设计的原则
 - 14.4.3 职业装设计的趋势

14.5 职业装行业存在的问题及发展对策

14.5.1 行业面临的问题

14.5.2 行业转型策略

14.5.3 行业创新思路

14.5.4 行业发展建议

14.5.5 细分领域拓展策略

14.6 中国职业装市场的前景趋势

14.6.1 市场发展空间

14.6.2 市场发展趋势

14.6.3 消费要求上升

14.6.4 未来发展目标

第十五章 2020-2024年中国服装行业进出口分析

15.1 2020-2024年中国纺织品服装对外贸易总体分析

15.1.1 2024年贸易情况

15.1.2 2024年贸易情况

15.1.3 2024年贸易情况

15.1.4 2024年贸易展望

15.2 中国服装行业对外贸易特点

15.2.1 产品出口波动形势

15.2.2 产品出口结构变化

15.2.3 出口市场特点分析

15.2.4 区域出口特点分析

15.2.5 产品进口结构特点

15.2.6 服装外贸疫情影响

15.3 2020-2024年中国衬衫市场对外贸易分析

15.3.1 中国男衬衫进出口数据分析

15.3.2 中国女衬衫进出口数据分析

第十六章 2020-2024年服装市场竞争分析

16.1 2020-2024年国内服装市场竞争状况

16.1.1 服装产业价值链分析

- 16.1.2 上市公司发展规模
- 16.1.3 市场集中程度分析
- 16.1.4 本土品牌出海情况
- 16.1.5 行业渠道竞争分析
- 16.1.6 竞争影响因素分析
- 16.2 服装企业市场竞争模式解析
 - 16.2.1 快速反应模式
 - 16.2.2 服务差异化模式
 - 16.2.3 目标集聚模式
- 16.3 国潮服装品牌竞争分析
 - 16.3.1 市场发展情况
 - 16.3.2 市场关注程度
 - 16.3.3 品牌竞争挑战
 - 16.3.4 品牌竞争策略
- 16.4 快时尚服装品牌竞争情况
 - 16.4.1 主要品牌发展情况
 - 16.4.2 主要品牌布局动态
 - 16.4.3 品牌融资规模情况
 - 16.4.4 电商营销竞争策略
 - 16.4.5 品牌发展竞争策略
- 16.5 本土快时尚服装企业竞争战略分析
 - 16.5.1 现有竞争企业态势
 - 16.5.2 供应商议价能力
 - 16.5.3 顾客的议价能力
 - 16.5.4 潜在的新进入者
 - 16.5.5 替代品竞争力量
 - 16.5.6 新时尚企业战略
- 16.6 服装行业的竞争策略分析
 - 16.6.1 应对国际竞争的战略
 - 16.6.2 提高产业竞争力对策
 - 16.6.3 打造品牌竞争力策略

第十七章 服装行业营销分析

17.1 服装营销市场发展概况

17.1.1 服装消费影响因素

17.1.2 重视移动网络营销

17.1.3 服装营销存在缺陷

17.1.4 品牌营销存在问题

17.1.5 营销渠道存在矛盾

17.2 服装行业营销策略分析

17.2.1 营销策略制定原则

17.2.2 会员制营销策略

17.2.3 文化营销分析

17.2.4 视觉营销分析

17.2.5 色彩营销分析

17.2.6 运用RFID技术

17.3 互联网环境下服装营销策略研究

17.3.1 线下线上结合销售模式

17.3.2 注重服装品牌的塑造

17.3.3 建立网络数据库营销

17.3.4 品牌差异化推广策略

17.3.5 整合营销与推广策略

17.3.6 企业网络营销的对策

17.4 新媒体环境下品牌服装的营销策略分析

17.4.1 服装品牌营销形式策略

17.4.2 服装品牌营销内容策略

17.4.3 服装品牌营销引流策略

17.4.4 不同维度策略对比分析

17.4.5 服装品牌新媒体营销布局

17.5 服装营销案例分析——优衣库

17.5.1 优衣库品牌介绍

17.5.2 企业生态链构建

17.5.3 企业产品策略

17.5.4 企业价格策略

- 17.5.5 企业渠道策略
- 17.5.6 企业促销策略
- 17.5.7 对国内品牌启示

第十八章 2020-2024年中国服装行业上市公司经营状况分析

18.1 雅戈尔集团股份有限公司

- 18.1.1 企业发展概况
- 18.1.2 经营效益分析
- 18.1.3 业务经营分析
- 18.1.4 财务状况分析
- 18.1.5 核心竞争力分析
- 18.1.6 公司发展战略
- 18.1.7 未来前景展望

18.2 波司登国际控股有限公司

- 18.2.1 企业发展概况
- 18.2.2 2024年企业经营状况分析
- 18.2.3 2024年企业经营状况分析
- 18.2.4 2024年企业经营状况分析

18.3 报喜鸟控股股份有限公司

- 18.3.1 企业发展概况
- 18.3.2 旗下品牌发展
- 18.3.3 经营效益分析
- 18.3.4 业务经营分析
- 18.3.5 财务状况分析
- 18.3.6 核心竞争力分析
- 18.3.7 公司发展战略
- 18.3.8 未来前景展望

18.4 福建七匹狼实业股份有限公司

- 18.4.1 企业发展概况
- 18.4.2 营销渠道建设
- 18.4.3 经营效益分析
- 18.4.4 业务经营分析

- 18.4.5 财务状况分析
- 18.4.6 核心竞争力分析
- 18.4.7 公司发展战略
- 18.4.8 未来前景展望
- 18.5 江苏红豆实业股份有限公司
 - 18.5.1 企业发展概况
 - 18.5.2 企业经营模式
 - 18.5.3 经营效益分析
 - 18.5.4 业务经营分析
 - 18.5.5 财务状况分析
 - 18.5.6 核心竞争力分析
 - 18.5.7 公司发展战略
 - 18.5.8 未来前景展望
- 18.6 湖北美尔雅股份有限公司
 - 18.6.1 企业发展概况
 - 18.6.2 企业主营业务
 - 18.6.3 经营效益分析
 - 18.6.4 业务经营分析
 - 18.6.5 财务状况分析
 - 18.6.6 核心竞争力分析
 - 18.6.7 公司发展战略
 - 18.6.8 未来前景展望
- 18.7 上海开开实业股份有限公司
 - 18.7.1 企业发展概况
 - 18.7.2 企业经营模式
 - 18.7.3 经营效益分析
 - 18.7.4 业务经营分析
 - 18.7.5 财务状况分析
 - 18.7.6 核心竞争力分析
 - 18.7.7 公司发展战略
 - 18.7.8 未来前景展望
- 18.8 浙江森马服饰股份有限公司

- 18.8.1 企业发展概况
- 18.8.2 电商业务发展
- 18.8.3 经营效益分析
- 18.8.4 业务经营分析
- 18.8.5 财务状况分析
- 18.8.6 核心竞争力分析
- 18.8.7 公司发展战略
- 18.8.8 未来前景展望
- 18.9 海澜之家股份有限公司
- 18.9.1 企业发展概况
- 18.9.2 企业品牌矩阵
- 18.9.3 经营效益分析
- 18.9.4 业务经营分析
- 18.9.5 财务状况分析
- 18.9.6 核心竞争力分析
- 18.9.7 公司发展战略
- 18.9.8 未来前景展望
- 18.10 中国利郎有限公司
- 18.10.1 企业发展概况
- 18.10.2 企业改革情况
- 18.10.3 利郎创业产业园
- 18.10.4 2024年企业经营状况分析
- 18.10.5 2024年企业经营状况分析
- 18.10.6 2024年企业经营状况分析

第十九章 中国服装行业其他品牌企业介绍

- 19.1 男装主要生产企业介绍
- 19.1.1 罗蒙
- 19.1.2 庄吉
- 19.1.3 柒牌
- 19.2 女装主要生产企业介绍
- 19.2.1 太平鸟

- 19.2.2 日播时尚
- 19.2.3 伊芙丽
- 19.3 休闲装主要生产企业介绍
 - 19.3.1 以纯
 - 19.3.2 班尼路
 - 19.3.3 堡狮龙
 - 19.3.4 美特斯邦威
- 19.4 运动装主要生产企业介绍
 - 19.4.1 耐克
 - 19.4.2 阿迪达斯
 - 19.4.3 李宁
 - 19.4.4 安踏

第二十章 对中国服装行业投资动态分析

- 20.1 上市公司在服装行业投资动态分析
 - 20.1.1 投资项目综述
 - 20.1.2 投资区域分布
 - 20.1.3 投资模式分析
 - 20.1.4 典型投资案例
- 20.2 服装行业上市公司投资动态分析
 - 20.2.1 投资规模统计
 - 20.2.2 投资区域分布
 - 20.2.3 投资模式分析
 - 20.2.4 典型投资案例

第二十一章 中国服装行业投资潜力分析

- 21.1 中国服装行业投资状况
 - 21.1.1 投资增速状况
 - 21.1.2 IPO项目情况
 - 21.1.3 IPO专业分类
 - 21.1.4 IPO募集规模
- 21.2 中国服装行业投资机遇分析

- 21.2.1 “双循环”;拓宽市场
- 21.2.2 绿色发展促进转型
- 21.2.3 文化因素培育活力
- 21.2.4 科学技术助力升级
- 21.2.5 纺织产业环境优化
- 21.3 中国服装行业海外投资分析
 - 21.3.1 投资考虑因素
 - 21.3.2 越南投资机会
 - 21.3.3 孟加拉投资机会
 - 21.3.4 东盟投资机会
 - 21.3.5 印度投资机会
 - 21.3.6 印尼投资机会
- 21.4 中国纺织服装专业市场投资分析
 - 21.4.1 投资模式及其影响
 - 21.4.2 投资火热的成因
 - 21.4.3 对外投资情况
 - 21.4.4 市场投资机遇
- 21.5 中国服装产业投资壁垒分析
 - 21.5.1 资金壁垒
 - 21.5.2 技术壁垒
 - 21.5.3 政策壁垒
 - 21.5.4 品牌壁垒
 - 21.5.5 营销网络壁垒
 - 21.5.6 人才壁垒
- 21.6 中国服装产业投资建议
 - 21.6.1 行业投资导向
 - 21.6.2 市场布局策略
 - 21.6.3 品牌运营思路
 - 21.6.4 品牌服饰投资
 - 21.6.5 纺织制造投资

第二十二章 对2025-2031年中国服装行业发展前景分析

- 22.1 中国服装行业发展趋势及前景展望
 - 22.1.1 行业发展趋势
 - 22.1.2 技术革新趋势
 - 22.1.3 细分市场趋势
 - 22.1.4 行业电商趋势
 - 22.1.5 生产运营趋势
 - 22.1.6 消费需求趋势
 - 22.1.7 行业未来前景
- 22.2 对2025-2031年中国服装行业预测分析
 - 22.2.1 2025-2031年中国服装行业影响因素分析
 - 22.2.2 2025-2031年中国服装行业累计完成服装产量预测
 - 22.2.3 2025-2031年中国限额以上单位服装类商品零售额预测

图表目录

- 图表 代表性国家运动、女装和童装三大细分品类前十大品牌市场份额
- 图表 2024年主要发达经济体纺织品服装进口金额同比增速
- 图表 2024年部分国家纺织品服装出口额增速
- 图表 2024年全球纺织服装企业市值TOP20
- 图表 2024年全球纺织服装企业市值TOP20上市至今股价涨幅
- 图表 2020-2024年全球市值TOP20纺织服装企业总市值情况（分品类）
- 图表 2020-2024年全球市值TOP20纺织服装企业总市值情况（分国家）
- 图表 2020-2024年全球市值TOP20纺织服装企业总市值数据
- 图表 美国服装市场发展阶段
- 图表 2024年美国服装进口单价增幅
- 图表 2020-2024年越南对欧美服装出口金额
- 图表 纺织行业国家标准
- 图表 纺织行业标准
- 图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重

- 图表 2024年国内生产总值初步核算数据
- 图表 2020-2024年GDP同比增长速度
- 图表 2020-2024年GDP环比增长速度
- 图表 2020-2024年货物进出口总额
- 图表 2024年货物进出口总额及其增长速度
- 图表 2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表 2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表 2024年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表 2020-2024年货物进出口总额
- 图表 2024年货物进出口总额及其增长速度
- 图表 2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表 2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表 2024年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表 2020-2024年全部工业增加值及其增长速度
- 图表 2024年主要工业产品产量及其增长速度

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202411/05-627280.html>